

Jurnal Ius Constituendum (Dinda Pratiwi 2010611222)

by Byna turnitin

Submission date: 03-Aug-2023 11:31PM (UTC-0500)

Submission ID: 2141112418

File name: Jurnal_Ius_Constituendum_Dinda_Pratiwi_2010611222_1.docx (85.82K)

Word count: 5483

Character count: 36646

Pengelabuan Informasi di E-commerce terhadap Konsumen oleh Pelaku Usaha Melalui *Flash Sale*

Dinda Pratiwi, Rianda Dirkareshza

Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Jakarta, Indonesia
2010611222@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstrak

E-commerce menjadi pilihan banyak konsumen dalam melakukan jual-beli karena prosesnya yang efektif dan efisien. Namun, seringkali pelaku usaha memasang harga semula yang memuat pengelabuan informasi menjadi lebih tinggi dari harga asli untuk ditampilkan pada saat *flash sale*. Hal inilah yang menjadi latar belakang penulisan ini untuk mengetahui perlindungan konsumen dan akibat hukum terhadap pengelabuan informasi harga di E-commerce terhadap konsumen oleh pelaku usaha melalui *flash sale*. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian normatif dilengkapi wawancara dengan BPSK dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dimana lebih fokus pada objek penelitian norma. Adapun, pengumpulan informasi melalui narasumber yang relevan melalui teknik wawancara yang hasilnya digunakan dalam penelitian ini sebagai data tambahan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini yaitu konsumen dapat memberikan pengaduan kepada BPSK baik secara tertulis maupun tidak tertulis agar dapat dilakukan penyelesaian sengketa. Dengan demikian, memberikan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen dan menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK. Namun, perlu upaya penyelesaian sengketa melalui Online Dispute Resolution (ODR) agar konsumen yang ingin melapor tidak harus mengeluarkan biaya ongkos yang tinggi mengingat belanja secara online tidak terukur oleh jarak karena jumlah BPSK yang masih berjumlah sedikit.

Kata Kunci: *Flash Sale*; E-commerce; Perlindungan Konsumen

Abstract

E-commerce is chosen by many consumers for buying and selling because the process is effective and efficient. However, business actors often set the original price which contains deception of information to be higher than the original price to be displayed during a flash sale. This is the background for the author to find out about consumer protection and legal consequences for defrauding price information in E-commerce to consumers by business actors through flash sales. The research method used is normative research supplemented by interviews with BPSK and a statutory approach which focuses more on normative research objects. Meanwhile, the collection of information through relevant sources through interviews, the results of which are used in this study as additional data. The results show that consumers can submit complaints to BPSK either in writing or not in writing so that dispute resolution can be carried out. Thus, giving decisions to business actors who violate consumer protection and impose administrative sanctions on business actors who violate the UUPK provisions. However, efforts are needed to resolve disputes by Online Dispute Resolution (ODR) so that consumers who want to report do not have to incur high costs, considering that online shopping is not measured by distance because BPSKs are still limited.

Kata Kunci: *Flash Sale*; E-commerce; Consumer Protection

1. PENDAHULUAN

Banyak industri yang muncul sebagai inovasi di era industri 4.0, salah satunya adalah memanfaatkan potensi yang sangat besar dalam memiliki usaha. Dalam berbisnis pun akan mendapatkan keuntungan yang besar dari teknologi informasi yang berkembang pesat dengan cara online melalui E-commerce dibandingkan dengan beroperasi sebelumnya yang dilakukan secara konvensional. E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan

pembelian dan penjualan barang atau melalui jaringan internet yang sebelumnya dilakukannya pengiriman barang.¹ Terkait definisi tersebut, terdapat pula pemahaman lain, menurut Harmayani dkk., E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, website, atau jaringan komputer lainnya.²

E-commerce menjadi pilihan banyak konsumen dalam melakukan jual-beli karena prosesnya yang efektif dan efisien dimana tidak memerlukan pertemuan antara konsumen dan pelaku usaha, serta harga yang ditawarkan cenderung lebih murah dibandingkan berbelanja secara langsung di toko. Salah satu konsep dalam menawarkan harga yang lebih murah tersebut dilakukan melalui *flash sale*. *Flash sale* merupakan promo atau potongan harga yang dilakukan dengan waktu tertentu dalam jangka waktu cepat yang telah ditentukan oleh para pelaku usaha.³ Pelaku usaha memasang harga yang sangat jauh dari harga normal agar memperoleh lebih banyak transaksi yang dilakukan oleh konsumen. Namun, seringkali pelaku usaha memasangkan harga semula yang memuat pengelabuan informasi menjadi lebih tinggi dari harga asli untuk ditampilkan pada saat *flash sale* di E-commerce. Sehingga hukum harus mampu untuk mengikuti perkembangan zaman untuk mengimbangi aktivitas perekonomian yang semakin maju dan kompleks.⁴

Konsumen dapat menyuarkan hak dan pendapatnya melalui sebuah portal di internet melalui fitur surat pembaca, berita, opini, tanggapan, review, dan wawasan melalui pengalaman membeli atau menggunakan suatu produk, baik berupa barang atau jasa.⁵ Ditemukan bahwa terdapat kasus yang dialami oleh konsumen di salah satu E-commerce terkenal. Dimana pelaku usaha sebagai merchant melakukan *flash sale* yang sebelumnya telah dilakukan kenaikan harga terlebih dahulu. Produk yang dibeli merupakan "Lifebuoy Sabun Cair Mild Care Refill 900 – Multipack" di Toko official Unilever Indonesia pada tanggal 30 Oktober pukul 19.06 dengan nomor order 201030P2NPQ7A5 pada harga Rp95.100,00 dari harga normal Rp126.000,00 di Shopee melalui event *flash sale*.⁶ Event tersebut untuk mempromosikan barang yang dijual oleh merchant menjadi jauh lebih murah dari harga normal dan dilakukan oleh jangka waktu tertentu yang sangat cepat. Namun, konsumen tersebut mengalami situasi yang berbeda dari tujuan promosi yang ditawarkan. Pada saat konsumen mengecek harga produk tersebut setelah *flash sale* sudah selesai, harga normal produk tersebut sebenarnya lebih murah dari harga *flash sale* yaitu Rp94.600,00. Terlebih lagi, konsumen telah menindaklanjuti terkait ketidaksesuaian informasi harga *flash sale* yang diberikan oleh pihak merchant melalui customer service.

¹ Cholifatu Rohmah, Devy Setiyani, and Widi Nugrahaningih, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam E-Commerce," *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi* 1, no. 53 (2020): 53–61.

² Harmayani, "E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital," *Jawa Timur: Yayasan Kita Menulis*, 2020.

³ Komang Kory Jayani, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti, "Flash Sale Sebagai Indikasi Predatory Pricing Pada Aplikasi E-Commerce Perspektif Hukum Persaingan Usaha," *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 1 (2020): 42–47, <https://doi.org/https://doi.org/10.22225/jph.3.1.4683.196-200>.

⁴ Rizal Aji Pratama, "Pengaturan Monopoli Kartel Oleh Pelaku Usaha Dalam Persaingan Usaha Garam : Suatu Kajian Putusan Kppu No. 10/KPPU-L/2005," *Ius Constituendum* 3, No. 10 (2018): 212–28.

⁵ "Tentang Media Konsumen," mediakonsumen.com, 2023.

⁶ Tony Yongki, "Harga Flashsale Shopee Lebih Mahal Daripada Harga Normal," [mediakonsumen.com](http://mediakonsumen.com/2020/11/01/surat-pembaca/harga-flashsale-shopee-lebih-mahal-daripada-harga-normal), 2020, <https://mediakonsumen.com/2020/11/01/surat-pembaca/harga-flashsale-shopee-lebih-mahal-daripada-harga-normal>.

Selanjutnya, keterangan yang didapat oleh pihak E-commerce yaitu harga pada saat *flash sale* tersebut telah diatur oleh pihak seller/penjual. Hal ini merupakan contoh kasus *merchant* pada E-commerce yang menawarkan diskon yang sangat besar pada produk yang ditawarkan, namun harga normal sebelum diskon saat *flash sale* yang ditampilkan telah ditetapkan lebih tinggi agar seolah-olah harga yang ditawarkan berbeda jauh yang membuat konsumen pun tergiur dengan tawaran tersebut. Tidak sedikit masyarakat yang hanya bermodalkan uang saja, tetapi pengetahuan dan kesadaran terkait hal tersebut masih rendah sehingga banyak dari mereka yang mengalami kerugian.⁷ Terutama konsumen masih memiliki pemahaman dan kesadaran yang rendah untuk memperjuangkan hak-haknya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK).⁸ Adanya UUPK sejatinya melindungi hak-hak konsumen yang secara tegas diatur pada Pasal 1 ayat 1 yang berbunyi, “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Terlebih lagi, pelaku usaha sebagai penjual di E-Commerce juga memiliki larangan untuk menyesatkan konsumen melalui harga *flash sale*.

Penelitian yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam kaitannya dengan pengelabuan informasi pada *flash sale* pernah dilakukan oleh tiga peneliti sebelumnya, yaitu: pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dwi dkk. (2021) yang menjelaskan pelanggaran hak terhadap hak konsumen atas adanya iklan penjualan barang *flash sale* tanpa informasi yang jelas berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁹ Keunggulan dalam penelitian ini yaitu adanya pembahasan mengenai pengelabuan harga *flash sale* yang terjadi pada toko-toko pusat perbelanjaan sehingga meningkatkan pola pikir konsumen yang kritis dalam berbelanja secara langsung. Kekurangan dari penelitian ini yaitu tidak menjelaskan aspek analisis terhadap prosedur melakukan pengaduan kepada Lembaga Perlindungan Konsumen.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Randy (2020) berfokus pada pembahasan mengenai peraturan *flash sale* pada E-commerce dalam perundang-undangan di Indonesia.¹⁰ Keunggulan dalam penelitian ini yaitu adanya analisis perbandingan pada aturan *Electronic Transaction Act* 1998 di Singapura dan pembahasan terhadap skema akreditasi *CaseTrust*. Namun, terdapat kelemahan pada penelitian ini yaitu tidak membahas aturan Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁷ Muhammad Alhadi Murizqy and Rianda Dirkareshza, “Peninjauan Aspek Keamanan Dan Perlindungan Hukum Terhadap Investor Cryptocurrency,” *Jurnal Ius Constituendum* 7, no. 2 (2022), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jic.v7i2.4067>.

⁸ Anwar Sadad, “Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi E Commerce Lovebird Berdasarkan Undang Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Usm Law Review* 1, no. 2 (2018): 158–72, <https://doi.org/10.26623/julr.v1i2.2250>.

⁹ Dwi Wachidiyah Ningsih and Triya Habibaturahmah, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Flash Sale Ditinjau Dari Pasal 11 Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Pro Hukum* 10, no. 2 (2021): 82.

¹⁰ Randy Dimas Virgiawan, “Flash Sale Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

Ketiga, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Cholifatu dkk. (2020) yang berfokus pada perlindungan konsumen terhadap transaksi online di E-commerce.¹¹ Hal yang menarik pada penelitian ini yaitu adanya pembahasan terkait transaksi yang digagalkan secara sepihak pada event *flash sale*. Adapun kekurangan dalam penelitian tersebut yaitu tidak menginformasikan uraian terkait akibat hukum pelaku usaha atas pelanggaran terhadap hak konsumen.

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu tersebut, penelitian mengenai perlindungan konsumen terhadap pengelabuan informasi di E-commerce oleh pelaku usaha melalui *flash sale* sejatinya belum pernah dilakukan. Terutama penelitian ini membahas peraturan informasi harga pada perdagangan elektronik sebagai penyelenggara. Oleh karena itu, penulisan ini melakukan penelitian tentang pengelabuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam terkait penegakkan hukum sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen terhadap informasi promosi yang menyesatkan di E-commerce, proses penyelesaian sengketa, serta akibat hukum dari pelaku usaha sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. METODE

Penulisan artikel ini menggunakan metode pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dimana lebih fokus pada objek penelitian norma.¹² Jenis Penelitian dalam artikel ini yaitu penelitian normatif dilengkapi wawancara yang dalam proses penelitiannya mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, teori hukum, kepustakaan lainnya, serta dilengkapi dengan wawancara untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti.¹³ Dimana wawancara tersebut dilakukan dengan Ketua Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Provinsi DKI Jakarta. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penulisan ini yaitu *library research* atau kepustakaan yang berkaitan dengan penulisan artikel ini. Penelitian hukum ini menggunakan sumber data sekunder atau kepustakaan yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer tersebut merupakan hasil wawancara yang berpedoman pada norma hukum yang relevan, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Adapun bahan hukum sekunder yang digunakan untuk memberikan penjelasan terkait bahan hukum primer seperti literatur hukum, artikel internet, bahan non-hukum Sedangkan, bahan hukum sekunder diperoleh melalui kamus-kamus hukum.¹⁴

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

¹¹ Rohmah, Setiyani, and Nugrahaningih, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam E-Commerce."

¹² Suhaimi, "Problem Hukum Dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum Normatif," *Jurnal YUSTITIA* 19, no. 2 (2018).

¹³ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020).

¹⁴ Verren Andreas and Mariske Myeke Tampi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli Oleh PT Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Ibu Maya Di Tahun 2018)," *Jurnal Hukum Adigama* 3, no. 2 (2020).

3.1 Perlindungan konsumen terhadap pengelabuan *flash sale* atas tindakan pelaku usaha di E-commerce

Hukum perlindungan konsumen berisi ketentuan-ketentuan yang melindungi hak dan kewajiban konsumen dan produsen guna menciptakan rasa aman dan nyaman dalam transaksi jual beli.¹⁵ Perkembangan hukum perlindungan konsumen dimulai dengan munculnya gerakan konsumen di Amerika Serikat pada abad ke-19. Di Indonesia sendiri, hukum perlindungan konsumen mulai berkembang pada tahun 1970-an dengan didirikannya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), hingga resminya Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen disahkan menjadi Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada masa pemerintahan BJ Habibie.¹⁶

Subyek hukum dari hukum perlindungan konsumen adalah konsumen dan pelaku usaha. Sebagaimana pengertian konsumen yang dimuat pada Pasal 1 angka 2 UUPK yang menyatakan bahwa, "*Konsumen yang merupakan setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan*". Selanjutnya, pada Pasal 1 angka 3 memuat pengertian bahwa, "*Pelaku usaha merupakan setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.*"

Hadirnya UUPK memiliki tujuan yang dimuat dalam Pasal 3 UUPK yaitu untuk meningkatkan kesadaran konsumen untuk melindungi diri dan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen agar bertanggung jawab dalam berusaha. Artinya, UUPK ini juga merupakan bentuk perlindungan secara preventif dalam hal yang melindungi suatu subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku di samping adanya perlindungan secara represif yang bersifat memaksa.¹⁷

Pengelabuan informasi harga merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen dalam memperoleh informasi. Adapun terdapat ketentuan dalam pasal 4 huruf b dan c UUPK yang memuat ketentuan hak-hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur untuk mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Lebih lanjut terdapat aturan dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, Pasal 10 huruf a, dan Pasal 11 huruf F UUPK yang memuat bahwa pelaku usaha dilarang mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan mengelabui/menyesatkan konsumen terkait harga atau tarif suatu barang.

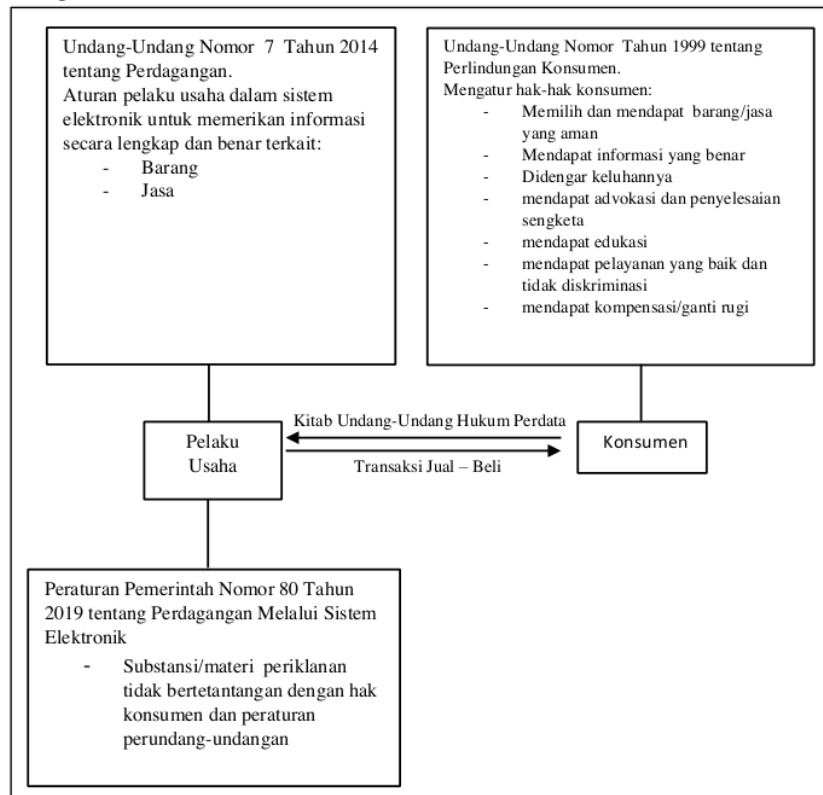
¹⁵ Puteri Assyifa Ocatavia Apandy, Melawati, and Panji Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (2021).

¹⁶ Ambar Wariati and Nani Irma Susanti, "E-Commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 1, no. 2 (2014).

¹⁷ Dimas Mahardika Maulana, "Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Telkomsel Flash Akibat Hilangnya Kuota Data Internet Flash," *Universitas Jember*, 2018, 15.

2
Ketentuan yang diatur oleh peraturan perundang-undangan di Indonesia 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. Hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dengan menjamin terpenuhinya hak-haknya dalam kegiatan jual beli. Keterkaitan antara peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang *flash sale* pada E-commerce disajikan dalam bagan dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 1. Peraturan Perundang-Undangn yang Mengatur Terkait Pengelabuan Informasi Harga *Flash Sale* di E-commerce



Gambar di atas menunjukkan bahwa, walaupun hukum positif Indonesia belum memiliki peraturan perundang-undangan yang mengendalikan harga barang agar pelaku usaha tidak memperoleh dari keuntungan yang tidak wajar, terdapat aturan bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi harga yang benar terutama dalam perdagangan elektronik. Ketentuan ini terdapat pada Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Selanjutnya disebut UU Perdagangan) sebagaimana telah diubah menjadi Pasal 65 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Selanjutnya disebut UUCK) yang memuat bahwa setiap pelaku usaha dalam sistem elektronik berkewajiban menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. Dalam hal ini, data dan

informasi yang dimaksud salah satunya yaitu ⁵ harga barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan.

Di era digital ini, Teknologi Informasi (IT) dan internet telah mendorong transaksi bisnis di E-commerce menjadi mekanisme yang kuat dalam aktivitas bisnis dan pasar di antara konsumen dan pelaku usaha. E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan perdagangan produk atau jasa dengan menggunakan jaringan komputer khususnya memanfaatkan teknologi Internet.¹⁸ E-commerce sendiri terbagi menjadi dua jenis sebagai penyelenggara yang memiliki perbedaan dalam hal fungsi dan tanggung jawab, yaitu:¹⁹ 1. E-commerce sebagai penyedia jasa, berperan dalam menyediakan platform atau situs web kepada pelaku usaha untuk menjual produk secara online tanpa terlibat transaksi antara penjual dan pembeli sehingga tidak bertanggung jawab atas kualitas produk yang dijual. Contoh: Grup Marketplace Facebook; dan 2. E-commerce sebagai penyelenggara, berperan dalam menyediakan platform atau situs web kepada pelaku usaha untuk menjual produk secara online dengan terlibat dalam transaksi antara penjual dan pembeli sehingga bertanggung jawab atas kualitas produk yang dijual. Dalam hal ini terdapat pemungutan pajak atas transaksi yang dilakukan di platform mereka. Contoh: Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat dalam mengimbangi masyarakat modern, sistem perlindungan konsumen juga terus berkembang.²⁰ Dalam hukum positif di Indonesia terdapat peraturan perundang-undangan yang mengatur terkait perlindungan konsumen di E-commerce, yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Selanjutnya disebut UU PMSE). Pasal 1 angka 10 dijelaskan bahwa, “PPMSE memiliki Pedagang (*merchant*) yang melakukan PMSE baik dengan sarana yang dibuat dan dikelola sendiri secara langsung atau melalui sarana milik pihak PPMSE, atau Sistem Elektronik lainnya yang menyediakan sarana PMSE.” Selanjutnya pada pada Pasal 1 angka 11, “PPMSE adalah pelaku usaha penyedia sarana Komunikasi Elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan”. Dengan demikian, E-commerce dalam pembahasan ini bertindak sebagai PPMSE dan penjual sebagai *merchant* pada kegiatan PMSE. Dalam praktiknya, E-commerce memiliki strategi agar menarik konsumen dan dapat mendominasi pasar seperti melakukan promosi dalam bentuk *flash sale* yang konsepnya menawarkan potongan harga dalam waktu tertentu saja (*event*).²¹ Umumnya, pada event *flash sale* ini konsumen ditawarkan harga yang sangat murah. Terlebih lagi konsumen tidak mengetahui standard dari harga yang dipromosikan karena hal ini merupakan informasi rahasia yang dimiliki oleh penjual sehingga event ini dapat dijadikan celah untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan melakukan tindakan pengelabuan informasi harga.

¹⁸ Mahir Padana, “Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia,” *Jurnal Neo-Bis* 9, no. 2 (2015).

¹⁹ Sularsi, Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Unsur Konsumen, Wawancara (Jakarta, 21 Juni 2023).

²⁰ Gelora Martanti, “Perlindungan Konsumen Bagi Penyandang Disabilitas Pada Sektor Perdagangan Online Berbasis Aplikasi Marketplace,” *Jurnal Usm Law Review* 6, no. 1 (2023): 242, <https://doi.org/10.26623/julr.v6i1.6387>.

²¹ Virgiawan, “Flash Sale Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia.”

Pengaturan terkait informasi harga di E-commerce lebih lanjut dinyatakan pada Pasal 13 PP PMSE yang memuat bahwa pelaku usaha dalam setiap PMSE wajib memberikan informasi harga barang yang benar, jelas dan jujur. Hal ini karena iklan merupakan perjanjian pada jual beli yang mengikatkan penjual dan pembeli dengan harga barang itu sesuai dengan Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pada dasarnya, *flash sale* termasuk iklan elektronik yang merupakan informasi untuk kepentingan komersial atas Barang dan/atau Jasa melalui Komunikasi Elektronik yang dimuat dan disebarluaskan kepada pihak tertentu baik yang dilakukan berbayar maupun yang tidak berbayar.²² Adapun ketentuan aturan dan sanksi pada Pasal 34 ayat (1) dan Pasal 35 PP PMSE yang menjelaskan bahwa substansi atau materi dari iklan elektronik harus telah dipastikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, pengelabuan informasi harga terhadap konsumen melalui *flash sale* di E-commerce merupakan suatu pelanggaran sehingga perlindungan konsumen membuktikan adanya kepastian hukum bahwa hak-hak konsumen terlindungi.

3.2 Akibat hukum atas tindakan pengelabuan pelaku usaha dalam memasang informasi harga pada *flash sale* di E-commerce

3.2.1 Proses Penyelesaian Sengketa

Pada dasarnya, konsumen memiliki kebebasan untuk menempuh jalur penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran konsumen. Pada UUPK sendiri termuat bahwa konsumen dapat memilih untuk menggugat melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa (non litigasi) atau peradilan (litigasi). Pada kenyataannya, di lapangan, konsumen sebagai pihak yang dirugikan ini cenderung lebih memilih jalur yang lebih efisien dalam hal waktu dan biaya, serta tidak bernuansa permusuhan karena para pihak dituntut untuk benar-benar dapat mengidentifikasi kebutuhan para pihak sehingga sengketa dapat dituntaskan.²³

Berdasarkan UUPK terdapat lembaga perlindungan konsumen yang dapat melakukan upaya penyelesaian sengketa konsumen di Indonesia. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang definisinya termuat pada Pasal 1 angka 9 UUPK yang dinyatakan bahwa, "LPKM adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen." Melalui upaya alternatif, LPKSM melakukan penyelesaian sengketa di luar pengadilan dengan mempertemukan pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan konsiliasi, serta mediasi sebagai langkah berikutnya apabila konsiliasi tersebut gagal.²⁴ Namun, apabila upaya tersebut tidak mencapai kesepakatan, maka akan direkomendasikan kepada BPSK.²⁵ Berdasarkan pasal 46 UUPK, LPKSM

²² "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik" (n.d.).

²³ Hesti Dwi Atuti, "Kendala Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)," *Jurnal Hukum Mimbar Justitia* 1, no. 2 (2015).

²⁴ Muskibah, "Analisis Mengenai Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen," *Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 4 (2010).

²⁵ Muskibah.

memiliki hak gugat (legal standing) yang hanya dapat diajukan kepada Badan Peradilan Umum dengan syarat telah berbentuk badan hukum atau Yayasan yang anggaran dasarnya bertujuan untuk kepentingan perlindungan konsumen. Selanjutnya, terdapat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang melakukan upaya penyelesaian sengketa konsumen dengan prosedur beracara yang mudah dan cepat dalam jangka waktu 21 hari sejak gugatan diterima dengan biaya yang dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) pun menjadi pilihan konsumen untuk melaksanakan penyelesaian sengketa di BPSK.

Terdapat ketentuan pada Pasal 52 UUPK yang secara jelas memuat tugas dan wewenang BPSK, yaitu: a) menangani penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi; b) memberikan konsultasi perlindungan konsumen; c) mengawasi pencantuman klausula baku; d) melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan UUPK; e) menerima pengaduan dari konsumen terkait pelanggaran terhadap perlindungan konsumen, baik secara tertulis maupun tidak tertulis; f) melakukan penelitian dan pemeriksaan terhadap sengketa perlindungan konsumen; g) memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen; h) memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap UUPK; i) meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK; j) mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan; k) memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen; memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen; m) menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK.

Dalam proses penyelesaian sengketa di BPSK, konsumen dapat memberikan pengaduan kepada BPSK baik secara tertulis maupun tidak tertulis sesuai dengan domisili konsumen agar dapat dilakukan pemeriksaan sengketa hingga diputuskan atau ditetapkan ada atau tidaknya kerugian pada pihak konsumen. Dalam hal ini permohonan konsumen yang dapat disampaikan melalui wali atau ahli waris, atau memberikan tugas kepada pihak yang telah diberikan kuasa dengan melampirkan surat kuasa.²⁶ Terdapat syarat-syarat atas pengaduan dari pihak konsumen yaitu, konsumen harus merupakan konsumen akhir, telah menyerahkan formulir yang telah diisi lengkap dan benar, serta bukti-bukti seperti bukti pembayaran atau gambar-gambar.²⁷ Terlebih lagi, pada sengketa jual beli di E-commerce sangat penting untuk memiliki gambar tangkapan layar yang mendukung mengenai histori percakapan ataupun transaksi pembayaran. Perlu ditegaskan pula bahwa konsumen harus telah berkomunikasi dengan penjual sebelum melapor ke BPSK. Hal ini dikarenakan

²⁶ Andi Adawiyah Fiscarina, Muhadar, and Wiwie Heryani, "Efektifitas Penerapan Sanksi Pidana Tentang Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen," *Jurnal Unswagati* 6, no. 1 (2022).

²⁷ Rifki Putra Perdana and Fuad dan Said Munawar, "Mplementasi Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Yogyakarta," *Jurnal Kajian Dan Penelitian Hukum* 3, no. 2 (2020).

BPSK mengutamakan kepentingan dari-hak konsumen yang melapor sehingga dikhawatirkan akan menyebabkan kerugian pada salah satu pihak tanpa dasar hukum yang kuat.²⁸

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Sulastri, Anggota BPSK DKI Jakarta Unsur Konsumen, sebelum memberikan penyelesaian sengketa secara non-litigasi terkait pengelabuan informasi harga flash sale di E-commerce, akan dipertemukan pihak E-commerce dengan konsumen melalui konsultasi perlindungan konsumen terlebih dahulu dalam konsultasi dengan waktu yang telah ditentukan. Sedangkan, pelaku usaha (*merchant*) akan hadir apabila E-commerce konsultasi tersebut tidak menemukan titik terang. Hal ini dikarenakan biasanya sudah terdapat Perjanjian Kerja Sama (PKS) antara E-commerce dan pelaku usaha yang memuat ketentuan penyelesaian secara internal apabila terjadi permasalahan. Apabila masalah tidak terselesaikan dan masih terdapat sengketa, maka berdasarkan Pasal 52 UUPK huruf a, BPSK akan merekomendasi melalui upaya mediasi atau arbitrase atau konsiliasi.

Dalam konteks ini, para pihak diberikan kebebasan untuk memutuskan salah satu dari tiga cara penyelesaian sengketa tersebut karena BPSK tidak menangani sengketa konsumen secara bertingkat yang menyelenggarakan upaya banding dan kasasi. Setelah konsumen dan pelaku usaha mencapai kesepakatan terkait satu cara penyelesaian yang ditempuh, maka BPSK membentuk majelis yang menangani sengketa konsumen berdasarkan pilihan yang ada.²⁹ Majelis dalam melaksanakan tugasnya untuk menyelesaikan sengketa konsumen terdiri dari sedikitnya tiga individu telah mewakili semua unsur yang terlibat, jumlah minimal tiga orang dan dibantu oleh seorang panitera.³⁰ Setelah proses penyelesaian sengketa dijalani, BPSK akan memberikan putusan final yang bersifat mengikat yang sesuai dengan hukum dan memuaskan bagi kedua belah pihak yang bersengketa.³¹ Hasil putusan BPSK merupakan putusan majelis, dimana penyelesaian sengketa melalui cara mediasi dan konsiliasi dibuat melalui perjanjian tertulis yang diperkuat dengan keputusan majelis, sedangkan penyelesaian dengan cara arbitrase dibuat dalam bentuk putusan majelis.³² Berdasarkan Pasal 4 ayat (3), penyelesaian sengketa yang ditempuh melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa tersebut, konsumen juga diberikan kebebasan untuk menempuh upaya penyelesaian secara litigasi dengan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

3.2.2 Akibat hukum yang Ditimbulkan

²⁸ Tiffany Bella, Bambang Eko Turisno, and Moch Djais, "Analisis Putusan Pengadilan Negeri Tentang Kompetensi BPSK (Studi Kasus Putusan Nomor 194/Pdt.Sus-BPSK/2015/PM.Pbr, Putusan Nomor 28/Pdt.Sus.BPSK/2016/PM.Kis, Putusan Nomor 812 K/Pdt.Sus-BPSK/2015)," *Diponegoro Law Journal* 6, no. 2 (2017).

²⁹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Prenada Kencana, 2008).

³⁰ Ikramullah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Terlambat Dalam Angsuran Sehingga Secara Sepihak Ditarik Oleh Pihak Kreditur (BPSK) Kajian Putusan Nomor 16K/Pdt.Sus-BPSK/2022," *Jurnal Unpam* 2, no. 1 (2022).

³¹ Janus Sinabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014).

³² Bustamar, "Sengketa Konsumen Dan Teknis Penyelesaiannya Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)," *JURIS* 14, no. 1 (2015).

Akibat hukum terhadap putusan yang dijatuhkan BPSK terkait penyelesaian sengketa konsumen terhadap pengelabuan informasi flash sale apabila gugatan dikabulkan yaitu mengedepankan ganti rugi berupa pengembalian dana atau barang dan/atau jasa. Artinya, akibat hukum dari putusan tersebut mengupayakan penyelesaian sengketa konsumen yang memberikan manfaat dan mengedepankan pada pemulihan kerugian yang dialami oleh konsumen yang timbul akibat tindakan pelaku usaha dengan tetap memperhatikan kepentingan kedua belah pihak secara keseluruhan.³³ Melalui tanggung jawab tersebut, pihak konsumen akan mendapatkan haknya kembali. Sedangkan, pelaku usaha jera terhadap tindakan yang merugikan hak-hak konsumen sehingga kegiatan jual beli menjadi sehat dan adil.

Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan terkait putusan, tetap dianggap telah menerima putusan tersebut dan harus melaksanakan hasil putusan selambat-lambatnya dalam kurun waktu 5 (lima) hari yang dihitung dalam batas waktu 7 (tujuh) hari sejak putusan tersebut diterima. Namun, apabila pelaku usaha tidak melaksanakan putusan dari waktu yang telah ditentukan, maka BPSK akan menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku untuk diberikan sanksi yang lebih tegas.³⁴

Sanksi administratif diberlakukan sebagai konsekuensi hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen dalam ketentuan UUPK, khususnya pengelabuan informasi harga di E-commerce. Dalam hal ini, sanksi administratif yang dijatuhkan yaitu berupa ganti rugi setinggi-tingginya Rp.2.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) terhadap pelanggaran pelaku usaha dalam bentuk: a) tidak melaksanakan ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa sejenis oleh penjual; b) terjadinya kerugian akibat kegiatan produksi iklan yang dilakukan oleh pelaku usaha periklanan; dan c) pelaku usaha yang tidak dapat menyediakan fasilitas jaminan purna jual, baik dalam bentuk suku cadang maupun pemeliharannya, serta pemberian jaminan atau garansi yang telah ditetapkan sebelumnya, baik berlaku terhadap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa sebagaimana ketentuan Pasal 60 ayat (2) jo. Pasal 60 ayat (1) UUPK.³⁵ Tanggung jawab yang dikenakan terhadap sanksi administratif tetap bersifat tanggung renteng antara pelaku usaha dengan E-commerce. Hal ini dikarenakan kerja sama dalam suatu Penyelenggaraan Sistem Elektronik untuk transaksi Perdagangan dibangun dari semangat kerja sama yang saling menguntungkan dan bertanggung jawab secara tanggung renteng dan/atau bertanggung jawab secara proporsional kepada para pengguna sistem tersebut sesuai fungsi dan perannya masing-masing.³⁶

UU Perdagangan sendiri dalam menyikapi perkembangan situasi Perdagangan di era globalisasi juga menegaskan adanya sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar pada kegiatan jual beli melalui sistem elektronik, sebagaimana ketentuan Pasal 65 ayat (6) jo. Pasal 65 ayat (2)

³³ Yatini and Wahyuni Safitri, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Samarinda," *Jurnal Ilmiah Hukum* 7, no. 2 (2015).

³⁴ Duwi Handoko, "Sengketa Konsumen," *Pekanbaru: Hawa Dan AHWA*, 2019.

³⁵ Tjokorda Gde Indraputra and Ni Nyoman Juwita Arsawati, "Penyelesaian Tindak Pidana Di Bidang Perlindungan Konsumen Dengan Menggunakan Pendekatan Nilai-Nilai Keadilan Restoratif (Dengan Mekanisme Mediasi Penal)," *Jurnal Analisis Hukum* 2, no. 1 (2019).

³⁶ "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem elektronik" (n.d.).

UU Perdagangan yang telah diubah menjadi Pasal 65 ayat (6) jo. Pasal 65 ayat (2) UUCK. Adapun pada Pasal 77A ayat 1 dijelaskan bahwa, “Penaan Sanksi administratif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 ayat (6) dapat berupa: a. teguran tertulis; b. penarikan barang dari distribusi; c. penghentian sementara kegiatan usaha; d. penutupan gudang; e. denda; dan/atau f. pencabutan perizinan berusaha.” Selanjutnya, Pasal 77 ayat (2) menyatakan bahwa, “Ketentuan lebih lanjut terkait kriteria, jenis, besaran denda, dan tata cara penaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Pemerintah”.

Peraturan Pemerintah merupakan salah satu *lex specialis* atau aturan hukum yang bersifat khusus dari peraturan-peraturan yang mengatur perlindungan konsumen secara umum yang tertuang dalam PP PMSE.³⁷ Sebagaimana PP PMSE mengatur Pelaku Usaha untuk wajib memberikan informasi yang benar terutama pada harga dan informasi iklan barang sebagaimana yang telah diuraikan pada penjelasan terkait perlindungan konsumen di atas, maka terdapat ketentuan pada Pasal 80 ayat (1) yang menegaskan adanya sanksi administratif pada ketentuan tersebut. Lalu, penjelasan terkait hal sanksi tersebut dijelaskan pada Pasal 80 ayat (2) yang berbunyi, “Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa: a. peringatan tertulis; b. dimasukkan dalam daftar prioritas pengawasan; c. dimasukkan dalam daftar hitam; d. pemblokiran sementara layanan PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri oleh instansi terkait yang berwenang; dan/atau e. pencabutan izin usaha”.

Penyelesaian sengketa secara pidana juga dapat dilakukan sebagai upaya penyelesaian sengketa hukum terakhir (*ultimum remedium*)³⁸. Dimana sanksi pidana diberlakukan apabila sanksi administratif yang telah dijatuhkan tidak dipatuhi atau pelaku usaha telah melakukan lebih dari satu kali pelanggaran.³⁹ Dalam hal ini jaksa penuntut umum yang akan menjatuhkan sanksi pidana pokok di pengadilan terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.⁴⁰ Perlindungan hukum secara represif secara tegas dalam rangka menegakkan peraturan hukum terhadap pasal-pasal tersebut yaitu terdapat pada Pasal 62 ayat (1) UUPK yang menyatakan bahwa, “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dan Pasal 10 maka dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).” Lalu, pada ayat (2) dinyatakan bahwa, “pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)”. Selanjutnya, terdapat sanksi pidana tambahan

³⁷ Mira Widiantary, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Barang Palsu Dengan Bundling Secara E-Commerce,” *Jurnal Kertha Semaya* 22, no. 5 (2023).

³⁸ Nia Indah Putri Ramadhani and Rianda Dirkareshza, “Penyelesaian Sengketa Terhadap Risiko Yang Dihadapi Pemodal Pada Securities Crowdfunding Di Indonesia,” *Jurnal Ius Constituendum* 6, no. 2 (2021), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jic.v6i2.3774>.

³⁹ Hajriyanti Nuraini, Nadia Astriani, and Yulinda Adhanari, “Ketentuan Pidana Administrasi (Administrative Penal Law) Dalam Penegakan Hukum Lingkungan Setelah Diundangkannya UU Cipta Kerja,” *Jurnal Magister Hukum Udayana* 11, no. 3 (2022): 581–99, <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JMHU.2022.v11.i03.p08>.

⁴⁰ Butje Tampi, “Penyelesaian Sengketa Konsumen Berdasarkan Hukum Acara Pidana,” *Karya Ilmiah Kementrian Pendidikan Nasional Universitas Sam Ratulangi Fakultas Hukum, Manado*, 2011.

di luar sanksi pidana yang termuat pada Pasal 62 UUPK. Hal ini sesuai ketentuan dengan Pasal 63 UUPK yang menyatakan hukuman tambahan di luar sanksi pidana pokok berupa: a. perampasan barang tertentu; b. pengumuman keputusan hakim; c. pembayaran ganti rugi; d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen; e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau f. pencabutan izin usaha. Dengan adanya sanksi pidana di samping sanksi administratif tersebut menunjukkan bahwa tanggung jawab pidana masih berlaku walaupun telah diselesaikan melalui jalur non-litigasi sebagaimana yang dinyatakan pada Pasal 4 ayat (3) UUPK.

Pada UU Perdagangan sendiri menegaskan adanya sanksi pidana pada Pasal 115 terkait pelanggaran terhadap Pasal 65 ayat (2) dengan dikenakannya pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah). Sedangkan, aturan pada PP PMSE merujuk pada ketentuan sanksi pidana yang ditentukan UUPK sebagaimana Pasal 26 huruf a PP PMSE yang menjelaskan bahwa, “pelaku usaha wajib melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan UUPK”.⁴¹

Akibat hukum yang timbul kepada pelaku usaha dalam penyelesaian sengketa konsumen memiliki akibat hukum secara tegas, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Kedua sanksi tersebut harus dipatuhi oleh pelaku usaha yang melanggar peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan konsumen agar kegiatan jual beli di E-commerce dapat berlangsung secara adil dan sehat. Dengan adanya akibat hukum tersebut juga memberikan ketegasan kepada pelaku usaha untuk tidak melanggar hak-hak konsumen sehingga mendorong terciptanya aktivitas jual-beli yang transparan, terpercaya, dan berkeadilan untuk semua pihak yang terlibat.

PENUTUP

Dalam mencegah penjual (merchant) dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, diperlukan peraturan perundang-undangann khusus terkait diskon pada E-commerce sebagai Penyelenggara Perdagangan Sistem elektronik dalam mengatur sanksi administratif dan sanksi pidana. Selain itu, diperlukan pengawasan oleh E-commerce sebagai PPMSE secara ketat terhadap merchant sebagai peserta event flash sale dengan memonitoring harga sebelum flash sale hingga flash sale berakhir sehingga tidak memberikan celah kepada merchant untuk mengubah harga engan tujuan untuk melakukan pengelabuan informasi harga. Konsumen pun harus lebih kritis dalam membeli barang diskon di E-commerce agar tidak mudah menjadi korban pengelabuan informasi, sekaligus memiliki kesadaran yang tinggi akan hak-haknya. Dikarenakan penyelesaian sengketa terkait pengelabuan informasi harga mengedepankan penyelesaian dengan cara ganti rugi kepada konsumen, maka sangat disarankan kepada konsumen untuk mengajukan sengeketa

⁴¹ Putu Devi Yustisia Utami, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Barang Palsu Dengan Bundling Secara E-Commerce,” *Jurnal Kertha Semaya* 1, no. 5 (2023): 959–74.

kepada BPSK dengan syarat upaya penyelesaian dengan pelaku usaha telah dilakukan tetapi tidak berhasil. Terlebih lagi, diperlukan upaya penyelesaian sengketa melalui Online Dispute Resolution (ODR) agar konsumen yang ingin melapor tidak harus mengeluarkan biaya ongkos yang tinggi mengingat belanja secara *online* tidak terukur oleh jarak. Hal ini untuk memberikan perlindungan kepada konsumen sesuai dengan sifat penyelesaian sengketa konsumen yang mudah, cepat, dan murah menurut UUPK.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Verren, and Mariske Myeke Tampi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli Oleh PT Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Ibu Maya Di Tahun 2018)." *Jurnal Hukum Adigama* 3, no. 2 (2020).
- Apandy, Puteri Assyifa Ocatavia, Melawati, and Panji Adam. "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (2021).
- Atuti, Hesti Dwi. "Kendala Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)." *Jurnal Hukum Mimbar Justitia* 1, no. 2 (2015).
- Bella, Tiffany, Bambang Eko Turisno, and Moch Djais. "Analisis Putusan Pengadilan Negeri Tentang Kompetensi BPSK (Studi Kasus Putusan Nomor 194/Pdt.Sus-BPSK/2015/PM.Pbr, Putusan Nomor 28/Pdt.Sus.BPSK/2016/PM.Kis, Putusan Nomor 812 K/Pdt.Sus-BPSK/2015)." *Diponegoro Law Journal* 6, no. 2 (2017).
- Bustamar. "Sengketa Konsumen Dan Teknis Penyelesaiannya Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)." *JURIS* 14, no. 1 (2015).
- Fiscarina, Andi Adawiyah, Muhadar, and Wiwie Heryani. "Efektifitas Penerapan Sanksi Pidana Tentang Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen." *Jurnal Unswagati* 6, no. 1 (2022).
- Handoko, Duwi. "Sengketa Konsumen." *Pekanbaru: Hawa Dan AHWA*, 2019.
- Harmayani. "E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital." *Jawa Timur: Yayasan Kita Menulis*, 2020.
- Ikramullah. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Terlambat Dalam Angsuran Sehingga Secara Sepihak Ditarik Oleh Pihak Kreditur (BPSK) Kajian Putusan Nomor 16K/Pdt.Sus-BPSK/2022." *Jurnal Unpam* 2, no. 1 (2022).
- Indraputra, Tjokorda Gde, and Ni Nyoman Juwita Arsawati. "Penyelesaian Tindak Pidana Di Bidang Perlindungan Konsumen Dengan Menggunakan Pendekatan Nilai-Nilai Keadilan Restoratif (Dengan Mekanisme Mediasi Penal)." *Jurnal Analisis Hukum* 2, no. 1 (2019).
- Jayani, Komang Kory, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Flash Sale Sebagai Indikasi Predatory Pricing Pada Aplikasi E-Commerce Perspektif Hukum Persaingan Usaha." *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 1 (2020): 42–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.22225/jph.3.1.4683.196-200>.
- Martanti, Gelora. "Perlindungan Konsumen Bagi Penyandang Disabilitas Pada Sektor Perdagangan Online Berbasis Aplikasi Marketplace." *Jurnal Usm Law Review* 6, no. 1 (2023): 242. <https://doi.org/10.26623/julr.v6i1.6387>.
- Maulana, Dimas Mahardika. "Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Telkomsel Flash Akibat Hilangnya Kuota Data Internet Flash." *Universitas Jember*, 2018, 15.

- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press, 2020.
- Murizqy, Muhammad Alhadi, and Rianda Dirkareshza. "Peninjauan Aspek Keamanan Dan Perlindungan Hukum Terhadap Investor Cryptocurrency." *Jurnal Ius Constituendum* 7, no. 2 (2022). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jic.v7i2.4067>.
- Muskibah. "Analisis Mengenai Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen." *Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 4 (2010).
- Ningsih, Dwi Wachidiyah, and Triya Habibaturahmah. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Flash Sale Ditinjau Dari Pasal 11 Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Pro Hukum* 10, no. 2 (2021): 82.
- Nugroho, Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Prenada Kencana, 2008.
- Nuraini, Hajriyanti, Nadia Astriani, and Yulinda Adhanari. "Ketentuan Pidana Administrasi (Administrative Penal Law) Dalam Penegakan Hukum Lingkungan Setelah Diundangkannya UU Cipta Kerja." *Jurnal Magister Hukum Udayana* 11, no. 3 (2022): 581–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JMHU.2022.v11.i03.p08>.
- Padana, Mahir. "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Neo-Bis* 9, no. 2 (2015).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Pasal 13 Tentang Perdagangan Melalui Sistem elektronik (n.d.).
- Perdana, Rifki Putra, and Fuad dan Said Munawar. "Mplementasi Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Yogyakarta." *Jurnal Kajian Dan Penelitian Hukum* 3, no. 2 (2020).
- Pratama, Rizal Aji. "Pengaturan Monopoli Kartel Oleh Pelaku Usaha Dalam Persaingan Usaha Garam : Suatu Kajian Putusan Kppu NO. 10/KPPU-L/2005." *Ius Constituendum* 3, no. 10 (2018): 212–28.
- Ramadhani, Nia Indah Putri, and Rianda Dirkareshza. "Penyelesaian Sengketa Terhadap Risiko Yang Dihadapi Pemodal Pada Securities Crowdfunding Di Indonesia." *Jurnal Ius Constituendum* 6, no. 2 (2021). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jic.v6i2.3774>.
- Rohmah, Cholifatu, Devy Setiyani, and Widi Nugrahaningih. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam E-Commerce." *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi* 1, no. 53 (2020): 53–61.
- Sadad, Anwar. "Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi E Commerce Lovebird Berdasarkan Undang Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Usm Law Review* 1, no. 2 (2018): 158–72. <https://doi.org/10.26623/julr.v1i2.2250>.
- Sinabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Suhaimi. "Problem Hukum Dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum Normatif." *Jurnal YUSTITIA* 19, no. 2 (2018).
- Sularsi. "Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Unsur Konsumen" Wawancara (Jakarta, 21 Juni 2023).
- Tampi, Butje. "Penyelesaian Sengketa Konsumen Berdasarkan Hukum Acara Pidana." *Karya Ilmiah Kementrian Pendidikan Nasional Universitas Sam Ratulangi Fakultas Hukum, Manado*, 2011.
- "Tentang Media Konsumen." mediakonsumen.com, 2023.
- Utami, Putu Devi Yustisia. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan

- Produk Barang Palsu Dengan Bundling Secara E-Commerce.” *Jurnal Kertha Semaya* 1, no. 5 (2023): 959–74.
- Virgiawan, Randy Dimas. “Flash Sale Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Wariati, Ambar, and Nani Irma Susanti. “E-Commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 1, no. 2 (2014).
- Widiantary, Mira. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Barang Palsu Dengan Bundling Secara E-Commerce.” *Jurnal Kertha Semaya* 22, no. 5 (2023).
- Yatini, and Wahyuni Safitri. “Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Samarinda.” *Jurnal Ilmiah Hukum* 7, no. 2 (2015).
- Yongki, Tony. “Harga Flashsale Shopee Lebih Mahal Daripada Harga Normal.” *mediakonsumen.com*, 2020. <https://mediakonsumen.com/2020/11/01/surat-pembaca/harga-flashsale-shopee-lebih-mahal-daripada-harga-normal>.

Jurnal Ius Constituendum (Dinda Pratiwi 2010611222)

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | id.123dok.com Internet Source | 2% |
| 2 | www.jogloabang.com Internet Source | 1% |
| 3 | Submitted to Universitas Jember Student Paper | 1% |
| 4 | repository.uinjkt.ac.id Internet Source | 1% |
| 5 | repository.ub.ac.id Internet Source | 1% |
| 6 | repo.jayabaya.ac.id Internet Source | 1% |
| 7 | www.jurnalhukumdandanperadilan.org Internet Source | 1% |
| 8 | journal.untar.ac.id Internet Source | 1% |
| 9 | digilib.uns.ac.id Internet Source | 1% |

10

jist.publikasiindonesia.id

Internet Source

1 %

11

repository.unej.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On