

PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA PEMBERI DISKON PALSU DALAM PRAKTIK JUAL BELI *EVENT* TANGGAL KEMBAR *E-COMMERCE*

Salwa Noviana Putri¹, Heru Sugiyono²

^{1,2}Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

¹salwa.noviana@gmail.com, ²herusugiyono@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Saat ini *e-commerce* diminati oleh masyarakat karena efisien serta memberikan potongan harga menarik sehingga pemerintah memberikan perlindungan hukum melalui UUPK untuk membatasi tindakan pelaku usaha agar tidak mengakibatkan kerugian pada konsumen karena sampai saat ini masih banyak pelaku usaha yang memberikan diskon palsu pada *event* tanggal kembar *e-commerce*. Penelitian bertujuan agar diketahuinya pertanggungjawaban pelaku usaha atas promosi diskon palsu serta untuk mengetahui penyelesaian yang diberikan. Metode penelitian secara yuridis normatif untuk mengkaji norma undang-undang dan mengaitkan dengan masalah yang diangkat dengan melakukan studi kepustakaan perundang-undangan dan aturan hukum terkait, buku, artikel ilmiah, KBBI, dan kamus hukum yang kemudian akan dianalisa dengan kasus nyata yang terjadi di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa adanya ketidaktahuan hukum oleh pelaku usaha sehingga tidak adanya tanggung jawab yang diberikan atas pemberian diskon palsu *e-commerce* yang mana sudah seharusnya pelaku usaha berkewajiban secara hukum untuk menyampaikan informasi yang akurat dan bersesuaian dengan aturan hukum serta belum adanya penyelesaian yang jelas atas kasus diskon palsu karena minimnya pengetahuan masyarakat terkait adanya aturan hukum yang mengatur hal tersebut. Penelitian merekomendasikan pemerintah perlu bersikap lebih tegas untuk menegakkan aturan hukum yang ada dengan cara melakukan penutupan akun pelaku usaha pemberi diskon palsu atau memperbarui aturan berisi larangan menjalankan usaha dalam jangka waktu tertentu bagi pelaku usaha yang memberikan diskon palsu serta mewajibkan seluruh *platform e-commerce* untuk mencantumkan aturan-aturan hukum terkait penjualan melalui *e-commerce* kepada para pelaku usaha sebelum membuat akun untuk melakukan kegiatan penjualan untuk memberikan efek jera serta memberi edukasi hukum bagi masyarakat melalui seminar atau media sosial.

Kata Kunci : Diskon Palsu, Tanggal Kembar, *E-Commerce*

ABSTRACT

E-commerce is most used by people because its efficiency and attractive discounts, so the government provides legal protection through Consumer Protection Act to limit the actions of sellers to avoid losses to consumers because there are still many fake discounts given by sellers at twin date events. The research aims to determine responsibility of sellers who give fake discount promotions and to find out the solutions provided. Normative juridical research method used to examine legal norms and relate them to the problems raised by conducting a literature study of related legislation and legal regulations, books, scientific articles, and dictionaries which will be analyzed with real cases that occurred in Indonesia. The research shows there is ignorance of the law by sellers cause no responsibility given for providing fake discounts where sellers should be legally obliged to convey information that is accurate due to the lack of public knowledge regarding the existence of legal regulations. The research recommends that the government needs to be more assertive in enforcing existing legal regulations by closing the accounts of sellers who give fake discounts or updating regulations containing a prohibition on running a business within a certain period of time for business actors who give fake discounts and requiring all e-commerce platforms to include legal rules regarding sales via e-commerce to sellers before creating an account to carry out sales activities to provide a deterrent effect and provide legal education for the public through seminars or social media.

Keywords : Fake Discount, Twin Date, *E-Commerce*

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan globalisasi saat ini, perdagangan menjadi salah satu sektor yang memperkuat sektor perekonomian negara Indonesia dengan keragaman jenis barang dan jasa yang dihasilkan melalui kegiatan perdagangan sehingga dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Dunia perdagangan semakin berkembang dengan adanya kemajuan teknologi yang dapat mendukung serta kemudahan untuk seorang konsumen maupun pelaku usaha dalam melaksanakan transaksi secara daring melalui *e-commerce*. Sistem daring *e-commerce* telah digunakan baik oleh perusahaan besar maupun menengah sebagai sarana penjualan yang murah dan terjangkau karena menguntungkan banyak pihak (Amin & Hendra, 2020). Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada 1 April 2022 menyatakan bahwa transaksi *e-commerce* memberi kontribusi terbesar bagi ekonomi digital Indonesia karena pada tahun 2021 nilainya berhasil mencapai USD 53.000.000.000 (lima puluh tiga miliar dolar Amerika). Jumlah tersebut diprediksi akan terus mengalami peningkatan sampai dengan 2025 dengan pertumbuhan 18% (delapan belas persen) (Indonesia, 2022). Berdasarkan data yang diunggah oleh Statista Market Insight, konsumen *e-commerce* Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022 dan akan diperkirakan semakin meningkat pada akhir 2023 yang dapat mencapai 196,47 juta konsumen (Statista Market Forecast, n.d.). Dengan adanya hal tersebut, suatu pihak dapat menghasilkan keuntungan karena adanya kebutuhan konsumen yang terpenuhi berkat berkembangnya pengetahuan dan teknologi yang memberi kemudahan pada pelaku usaha (Wahyudi et al., 2022). Tidak dapat dipungkiri terlepas dari banyaknya dampak positif yang dihasilkan melalui terciptanya *e-commerce*, kemajuan tersebut justru dapat mengakibatkan konsumen menjadi sasaran aktivitas bisnis yang digunakan pelaku usaha dalam meraih laba paling besar dengan banyak langkah, salah satunya adalah dengan cara pemberian potongan harga atau diskon besar yang beberapa tahun terakhir sering ditawarkan pada hari tertentu pada saat tanggal kembar di setiap bulannya. Diskon tanggal kembar yang ditawarkan kepada para konsumen pada umumnya merupakan bagian dari strategi promosi dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan mengingat adanya persaingan usaha yang kemudian pelaku usaha berusaha dalam mendapatkan konsumen yang lebih banyak (Afida & Zamzami, 2020). Akan tetapi para pelaku usaha seringkali melakukan kecurangan melalui adanya diskon palsu dengan cara seolah-olah memberikan potongan harga besar-besaran seperti menunjukkan sebuah produk dengan harga awal yang sangat mahal menjadi suatu produk dengan harga murah dimana pada kenyataannya harga asli produk tersebut sama dengan total yang ditampilkan setelah adanya penawaran potongan harga besar-besaran.

Negara telah memberikan perlindungan hukum melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen untuk menghadapi berbagai permasalahan transaksi yang terjadi antara pelaku usaha maupun konsumen. Perlindungan hukum memegang peranan penting dalam menjaga hak asasi manusia, khususnya konteks perlindungan konsumen. Hal ini berfungsi sebagai mekanisme untuk mengatasi kasus-kasus di mana konsumen terkena dampak buruk dari tindakan entitas komersial, dengan tujuan akhir dalam melakukan kepastian konsumen diberikan hak hukum yang diperlukan (Rahardjo, 2014). Tujuan dari aturan perlindungan konsumen ialah meningkatkan kesadaran konsumen dan menumbuhkan rasa akuntabilitas yang lebih besar di antara badan usaha dalam menjalankan operasi komersialnya (Atsar & Apriani, 2019). Berdasarkan Pasal 9 ayat (1) huruf a UUPK, pelaku usaha dilarang melakukan praktik menyesatkan seperti memberi tawaran, promosi, atau iklan barang dan/atau jasa dengan cara yang memalsukan atributnya, termasuk diskon, harga spesifik, standar kualitas, gaya atau mode, karakteristik, sejarah, atau tujuan penggunaan. UUPK juga memberikan ancaman pidana pada pelaku usaha yang berani menyalahi aturan sebagaimana yang diuraikan pada Pasal 62 ayat (1) UUPK "*Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*"

Dengan adanya perlindungan hukum tersebut sudah seharusnya para pelaku usaha makin berhati-hati pada saat melaksanakan kegiatan usaha. Namun pada kenyataannya kasus penjualan dengan penawaran diskon palsu pada tanggal kembar semakin meningkat didukung dengan kemajuan teknologi *e-commerce*. Menurut informasi catatan dari lembaga Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) hingga awal Desember 2021 terdapat 3.177 pengaduan dan 481 aduan berasal dari sektor *e-commerce* akibat adanya diskon palsu pada *event* diskon besar-besaran yang diadakan oleh *e-*

commerce pada saat tanggal kembar yang mana pengaduan dalam sektor *e-commerce* menempati peringkat kedua sebagai pengaduan terbanyak setelah sektor jasa keuangan (Tempo.co, 2021) dan angka tersebut diperkirakan akan semakin melonjak pada tahun 2023 karena berdasarkan data statistik yang diunggah Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) melalui *website* resmi, hingga Februari 2023 sudah terdapat 20 aduan pada sektor *e-commerce* (BPKN, 2023). Selain melakukan upaya perlindungan hukum untuk menjamin terjaminnya perlindungan konsumen, negara juga telah menerapkan pembentukan badan otonom yang disebut Badan Perlindungan Konsumen Negara (BPKN) yang diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 yang bertujuan untuk mendukung kemajuan perlindungan konsumen dengan memberikan rekomendasi dan wawasan pemerintah kaitannya dengan kesejahteraan konsumen. BPKN mempunyai posisi yang kokoh, bertanggung jawab sepenuhnya kepada presiden, dan kebal terhadap campur tangan pihak luar dalam upayanya mencapai perlindungan konsumen yang optimal (Nugrahaningsih & Erlinawati, 2017). Pembentukan BPKN semakin diperkuat dengan pembentukan organisasi tambahan yang didedikasikan untuk perlindungan konsumen, antara lain Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Non Pemerintah (LPKSM), dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Lembaga-lembaga ini bertujuan untuk melindungi konsumen yang menderita kerugian finansial akibat pelaku usaha yang melanggar peraturan perundang-undangan.

Meskipun sudah terdapat lembaga-lembaga tersebut, namun sampai saat ini masih banyak konsumen yang tidak mengetahui keberadaan lembaga-lembaga tersebut sehingga tidak mengetahui apa yang harus dilakukan ketika adanya pelanggaran hak atau hak yang tidak terpenuhi sebagai seorang konsumen. Selain itu beberapa pengaduan telah dilakukan selama beberapa tahun terakhir yang kemudian diselesaikan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) namun tidak pernah terlihat dampak atau sanksi nyata yang berlaku kepada pelaku usaha yang memberikan promosi diskon palsu dan justru kehadiran para pelaku usaha yang memberikan diskon palsu dengan memanfaatkan situasi *event* tanggal kembar semakin banyak bermunculan di *e-commerce* sehingga pada akhirnya timbul pertanyaan besar mengenai bagaimana tanggung jawab yang seharusnya dilakukan oleh pelaku usaha atas promosi diskon palsu yang dilakukan dan bagaimana penyelesaian yang dapat dilakukan kepada pelaku usaha yang menyebarkan promosi diskon palsu dalam praktik jual beli pada *event* tanggal kembar di *e-commerce*. Atas latar belakang tersebut maka penulis mengangkat “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Pemberi Diskon Palsu Dalam Praktik Jual Beli *Event* Tanggal Kembar *E-Commerce*” sebagai topik yang akan dibahas secara komprehensif.

Sebelumnya telah terdapat penelitian mengenai diskon palsu dan ketidaksesuaian informasi yaitu Perlindungan Konsumen Dengan Ketidakesuaian Harga Dalam Promosi Diskon Secara Online Dengan Harga Sesungguhnya (Karim & Gunarto, 2021) oleh Fathul Karim dan Gunarto dan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Palsu Dalam Jual Beli Melalui E-Commerce (Irianti & Sarjana, 2021) yang ditulis oleh Natasya Milenizha Irianti dan I Made Sarjana. Pada penelitian tersebut keduanya memiliki pokok pembahasan yang sama hingga isi dari penelitian dari keduanya identik meskipun terdapat perbedaan objek yang diteliti antara informasi palsu dan diskon palsu yang memfokuskan penelitiannya pada pertanggungjawaban yang dapat dilakukan pelaku usaha berdasarkan UUPK dengan menguraikan kembali isi pasal-pasal terkait yang menjelaskan bagaimana prosedur penyelesaian apabila terjadi suatu permasalahan atau sengketa dalam lingkup perlindungan konsumen yang mana penelitian tersebut hanya berupa penjabaran mengenai isi undang-undang yang menyinggung tentang pertanggungjawaban pelaku usaha dan penyelesaiannya berdasarkan perundang-undangan tanpa menguraikan lebih lanjut mengenai penyelesaian yang dilakukan sebenarnya di lapangan oleh lembaga-lembaga terkait. Terdapat perbedaan dari dua penelitian yang ada ialah, penulis akan membahas tanggung jawab pelaku usaha dan penyelesaian yang terjadi secara nyata dengan mencocokkan kepada kasus yang ada.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian memakai metodologi yuridis normatif dengan mengkaji peraturan perundang-undangan, teori, dan konsep yang relevan dengan subjek penelitian (Hariyanto et al., 2019) teknik ini menggunakan perspektif yang berorientasi pada masalah, khususnya berfokus pada analisis kerangka undang-undang dan peraturan. Penyelesaian suatu tantangan hukum memerlukan pemahaman komprehensif atas seluruh peraturan dan ketentuan terkait (Marzuki, 2015). Dalam penelitian berpatokan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta aturan

hukum lainnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen serta menggunakan pendekatan kasus melakukan pemahaman atau telaah kasus yang memiliki keterkaitan kepada kasus yang ada dan sudah menjadi keputusan pengadilan dengan hukum yang tetap. Terdapat 3 (tiga) kasus terjadinya pemberian diskon palsu di *e-commerce* yang akan digunakan dalam pendekatan ini yang dapat memperlihatkan bagaimana pertanggungjawaban dan penyelesaian sebenarnya dari penelitian yang dilakukan.

Metode pengumpulan data dalam metodologi penelitian ini ialah dengan melakukan penelitian kepustakaan yang bersumber kepada perundang-undangan, artikel ilmiah, KBBI, dan kamus hukum, dimana informasi dan data dikumpulkan secara eksklusif dari sumber koleksi perpustakaan, tanpa perlu melakukan penelitian lapangan (Zeid, 2008) dengan teknik analisis kualitatif deskriptif yaitu mengumpulkan data untuk kemudian diseleksi agar relevan dengan tampilan data dengan mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok bahasan untuk kemudian menarik kesimpulan yang menjawab pokok permasalahan awal.

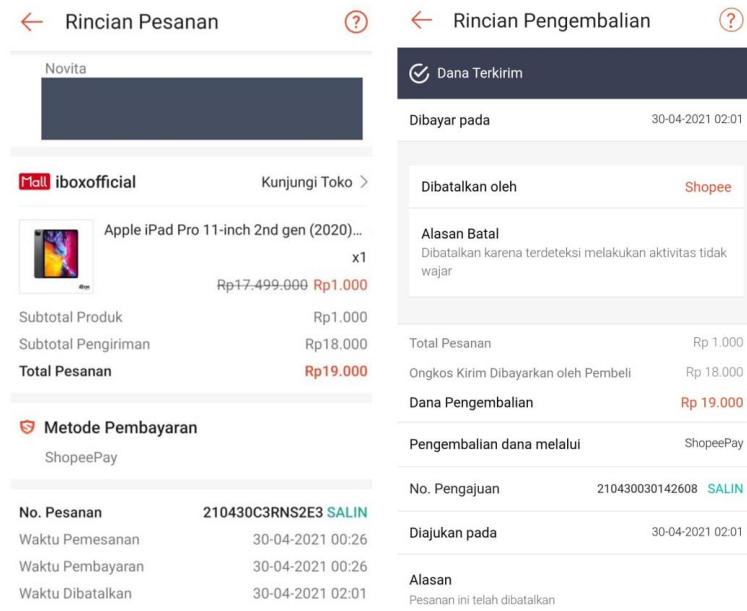
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Promosi Diskon Palsu Dalam Praktik Jual Beli Pada Event Tanggal Kembar di E-Commerce

Tanggung jawab pelaku usaha menjalankan usaha di *e-commerce* telah diatur oleh pemerintah melalui adanya perlindungan hukum terhadap konsumen secara tegas pada peraturan yang ada. Adanya perlindungan hukum ini tidak terlepas dari eksistensi *e-commerce* sebagai tempat praktik jual-beli yang diminati oleh seluruh lapisan masyarakat karena dinilai efisien serta banyak memberikan potongan-potongan harga yang menarik karena ditinjau dari sisi psikologis, konsumen sangat mudah tergiur dan tertarik oleh diskon berapapun persentase diskon yang diberikan oleh pelaku usaha. Memanfaatkan ketertarikan masyarakat yang tinggi dalam penggunaan *e-commerce*, banyak situs *e-commerce* yang pada akhirnya menetapkan tanggal dan bulan yang sama, disebut sebagai tanggal kembar, seperti *event 8.8* yang berarti pada tanggal 8 di bulan Agustus sebagai hari pemberian diskon yang besar kepada produk yang ditawarkan di *e-commerce*.

Transaksi *e-commerce* melibatkan pertukaran barang dan jasa tanpa interaksi fisik langsung antara penjual dan pembeli, hanya mengandalkan komunikasi *online*. Meskipun bersifat virtual, kedua belah pihak memiliki hak maupun tanggung jawab, serupa dengan transaksi komersial tradisional. Oleh karena itu, pentingnya untuk dunia usaha dalam mematuhi praktik konvensional dengan memberikan informasi akurat mengenai harga dan diskon yang ditawarkan pada *platform e-commerce* (Putra, 2015). Upaya pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce* yang dilakukan pemerintah bertujuan memberikan batasan hak maupun kewajiban konsumen maupun pelaku usaha karena semakin banyak pelaku usaha nakal yang memanfaatkan kesempatan ini untuk mengambil keuntungan yang berpotensi besar mengakibatkan kerugian bagi konsumen salah satunya adalah dengan pemberian diskon palsu dengan memanfaatkan *event* tanggal kembar yang diminati begitu banyak konsumen.

Maraknya pemberian diskon palsu yang mengakibatkan kerugian pada konsumen telah menjadi topik pembicaraan di media sosial yang meminta agar pelaku usaha ataupun *e-commerce* terkait bertanggungjawab terhadap adanya diskon palsu dan ketidaksesuaian informasi harga. Salah satu contoh diskon palsu yang masih marak terjadi sampai saat ini adalah pemberian diskon secara besar-besaran melalui *flash sale* di *event* tanggal kembar *e-commerce* Shopee terhadap barang elektronik menjadi harga Rp 1.000,00 (seribu rupiah) yang tentunya menarik perhatian para konsumen untuk berlomba-lomba mendapatkan barang tersebut. Kasus nyata yang terjadi adalah seorang konsumen pengguna Shopee dengan nama pengguna *tukang_shopping* berhasil melakukan *check out* produk iPad Pro seharga Rp 17.499.000,00 (tujuh belas juta empat ratus sembilan puluh sembilan ribu rupiah) dengan hanya membayar sebesar Rp 1.000,00 (seribu rupiah). Namun pada kenyataannya, setelah konsumen berhasil melakukan *check out* atau pembayaran barang diskon tersebut, terjadi pembatalan secara sepihak oleh toko dan Shopee yang juga berakibat kepada pemblokiran akun milik konsumen dengan alasan adanya aktivitas tidak wajar meskipun konsumen sudah berkali-kali mencoba menghubungi dan menjelaskan kronologi kejadian kepada *customer service* Shopee namun tetap mendapatkan respon yang sama sehingga konsumen merasa dibohongi dan dirugikan oleh diskon palsu tersebut karena pada akhirnya tetap tidak memberikan keuntungan apapun bagi konsumen.



Gambar 1. Diskon Palsu iPad Pro di Shopee

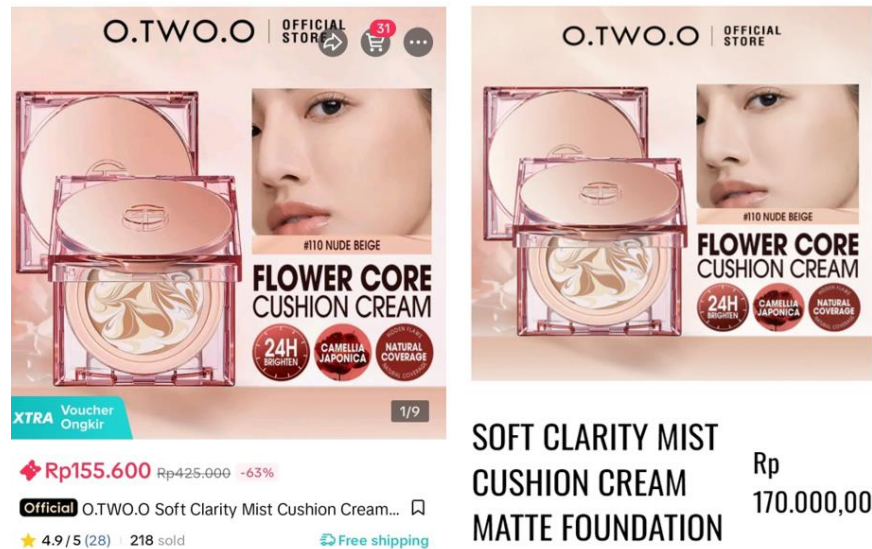
Sumber: <https://mediakonsumen.com/2021/05/07/surat-pembaca/dapat-ipad-pro-seharga-rp1-000-dari-flash-sale-shopee-tapi-dibatalkan-sepihak-oleh-shopee>

Hal tersebut menunjukkan bahwa pada faktanya perilaku pelaku usaha tersebut tidak sejalan dengan Undang-Undang karena tidak adanya tanggung jawab dari pelaku usaha meskipun pemerintah sudah memberikan aturan hukum yang jelas terkait kewajiban dari pelaku usaha dalam bertanggung jawab memberikan informasi yang benar serta agar tidak mencantumkan harga tidak benar sebagaimana ketentuan Pasal 9 ayat (1) huruf a UUPK yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan penawaran, promosi, atau iklan barang dan/atau jasa dengan cara yang tidak benar. Hal ini mencakup klaim palsu bahwa barang tersebut telah memenuhi standar tertentu, mendapatkan diskon atau harga khusus, memiliki standar kualitas, gaya atau mode, karakteristik, sejarah, atau penggunaan tertentu. Meskipun dalam UUPK secara khusus mengatur terkait perlindungan pada konsumen, namun kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha juga tercantum dalam UUPK karena konsumen seringkali menjadi korban dari tindakan pelaku usaha (Bahri et al., 2021). Lebih lanjut, pemerintah memperkuat ketentuan Pasal 10 huruf d yang melarang pelaku usaha melakukan kegiatan seperti penawaran, promosi, iklan, atau pernyataan yang tidak sesuai. Selain itu, pelaku usaha dilarang memberikan potongan harga atau imbalan yang menggiurkan sebagai bagian dari strategi pemasarannya, sebagaimana tertuang dalam UU Perlindungan Konsumen.

Selain UUPK, pemerintah mengamanatkan agar pelaku usaha di sektor *e-commerce* mematuhi persyaratan Pasal 65 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa setiap pelaku usaha yang melakukan perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik wajib memberikan data dan/atau informasi yang lengkap dan akurat. Uraian tersebut di atas juga tertuang dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dilengkapi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Sistem Perdagangan Elektronik. Oleh karena itu, tindakan memberikan diskon yang menipu yang biasa diperbuat pelaku usaha *e-commerce* dilarang keras dan secara tegas tidak diperbolehkan oleh peraturan hukum.

Modus lainnya yang biasa dilakukan pelaku usaha dalam mempromosikan diskon palsu adalah dengan menggelembungkan atau menaikkan harga asli sampai dengan 100% (seratus persen) sebelum kemudian diberikan diskon 50% (lima puluh persen) atau lebih untuk membuat konsumen tergiur

membeli produk yang ditawarkan seperti yang dilakukan oleh produk kosmetik O.TWO.O pada *e-commerce* TikTok Shop yang bahkan mencantumkan seolah-olah adanya diskon sebesar 63% (enam puluh tiga persen) yang mana pada kenyataannya harga asli dari produk tersebut adalah sebesar Rp 170.000,00 yang tidak berbeda jauh dengan harga setelah adanya diskon pada TikTok Shop. Hal yang dilakukan tersebut merupakan salah satu bentuk praktik bisnis tidak sehat antar pelaku usaha dengan penawaran produk serupa yang pada akhirnya menimbulkan potensi kerugian pada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka konsumen yang merasa dirugikan atau sudah mengalami kerugian dapat meminta pertanggungjawaban pelaku usaha yang terlibat (Harianto, 2010) dalam penawaran diskon palsu tersebut.



Gambar 2. Perbandingan Pencantuman Harga Asli di TikTok Shop dan Website Asli O.Two.O

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSLnFG7Ro/> dan <https://otwoo.id/id/collections/all>

Tidak adanya tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha umumnya dilatarbelakangi oleh ketidaktahuan hukum mengenai adanya suatu aturan hukum yang secara spesifik telah melarang dilakukan pemberian diskon palsu bagi konsumen. Para pelaku usaha tersebut menganggap bahwa menaikkan harga di awal dan kemudian memberikan diskon dengan harga yang sebenarnya sama dengan harga asli produk merupakan suatu hal yang lumrah sebagai suatu trik penjualan untuk memperoleh keuntungan yang besar di tengah persaingan penjualan produk serupa di *e-commerce* sehingga sudah seharusnya pemerintah, dalam hal ini dapat diwakili oleh BPKN wajib berperan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkhusus pada para pelaku usaha. Kurangnya kesadaran tersebut menyebabkan pengabaian terhadap peraturan hukum di kalangan pelaku usaha di bidang *e-commerce*, padahal mereka mempunyai kewajiban untuk melaksanakan usahanya dengan baik. Hal ini mencakup tanggung jawab dalam memberikan data akurat, transparan maupun jujur mengenai harga, syarat, ataupun jaminan barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, pelaku usaha harus bertanggung jawab dalam menawarkan harga asli dan diskon yang sesuai untuk acara tanggal kembar kepada konsumen, secara keseluruhan. Pelaku usaha wajib untuk melaksanakan tindakan baik dalam melakukan kegiatan bisnis untuk menciptakan iklim yang stabil sehingga jika pembeli merasa dirugikan atas suatu penawaran dari pelaku usaha maka dapat menempuh langkah hukum dalam meminta pertanggungjawaban pelaku usaha (Kusuma et al., 2022). Selain mengakibatkan kerugian konsumen, pada dasarnya perbuatan pelaku usaha yang memberikan diskon palsu tersebut dapat mengakibatkan tercemarnya nama produk serta pelaku usaha yang pada akhirnya dapat mengurangi permintaan pasar atas produk tersebut (Swastika et al., 2021).

3.2 Penyelesaian Terhadap Kasus Pemberian Promosi Diskon Palsu oleh Pelaku Usaha Dalam Praktik Jual Beli Pada Event Tanggal Kembar di E-Commerce

Terjadinya beberapa kasus pemberian diskon palsu oleh pelaku usaha kepada konsumen pada *event* tanggal kembar di *e-commerce* secara spesifik diakibatkan oleh ketidaktahuan hukum oleh pelaku usaha terkait perlindungan konsumen. Selain ketidaktahuan pelaku usaha, konsumen juga kurang mengetahui adanya sanksi pidana yang secara jelas diatur dalam UUPK yang bisa memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang memberikan diskon palsu. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha dan konsumen terkait adanya larangan pemberian diskon palsu disertai dengan sanksi yang diberikan dalam Undang-Undang mengakibatkan tidak adanya kejelasan dalam penyelesaian kasus diskon palsu sehingga terus bermunculan kasus-kasus baru yang serupa karena pada akhirnya pelaku usaha kembali menganggap bahwa pemberian diskon palsu merupakan hal yang lumrah dan biasa dilakukan sebagai trik memperoleh keuntungan besar.

	TAHUN		
	2016	2021	2023
KASUS	Diskon palsu pada Lazada dalam memperingati Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) berupa adanya penawaran ponsel yang dibanderol dengan harga di atas Rp 15.000.000,00 (lima belas juta rupiah) menjadi Rp 2.175.000,00 (dua juta seratus tujuh puluh lima ribu rupiah) yang merupakan harga asli produk tersebut.	Diskon palsu pada Shopee iboxofficial yang melibatkan konsumen dengan nama akun tukang_shopping dengan adanya diskon besar-besaran namun terjadi pembatalan sepihak dan pemblokiran akun setelah berhasil dilakukan <i>check out</i> terhadap iPad Pro yang memiliki harga diskon sebesar Rp 1.000,00 (seribu rupiah).	Diskon palsu pada TikTok Shop O.Two.O dengan memalsukan harga awal untuk memberikan diskon palsu sebesar 63% (enam puluh tiga persen) yang mana harga setelah diskon palsu tersebut merupakan harga asli produk.
PENYELESAIAN	Adanya himbauan untuk memberikan harga yang sebenarnya namun pihak Lazada tidak mampu untuk melakukan perbuatan hukum apapun kepada pelaku usaha serta pemerintah tidak melakukan upaya apapun selain himbauan untuk berhati-hati dalam memilih produk.	Konsumen yang merasa dirugikan menghubungi <i>customer service</i> namun hanya mendapatkan jawaban bahwa pemblokiran akun konsumen terjadi karena adanya transaksi mencurigakan dan tidak normal sedangkan tidak ada langkah apapun yang dilakukan oleh pemerintah untuk menanggapi permasalahan yang kerap terjadi beberapa tahun belakangan ini.	Belum adanya konsumen yang menyadari pemberian diskon palsu pada <i>e-commerce</i> tersebut sehingga tidak ada langkah penyelesaian apapun yang dilakukan.

Tabel 1. Perbandingan Kasus Diskon Palsu Beberapa Tahun Terakhir

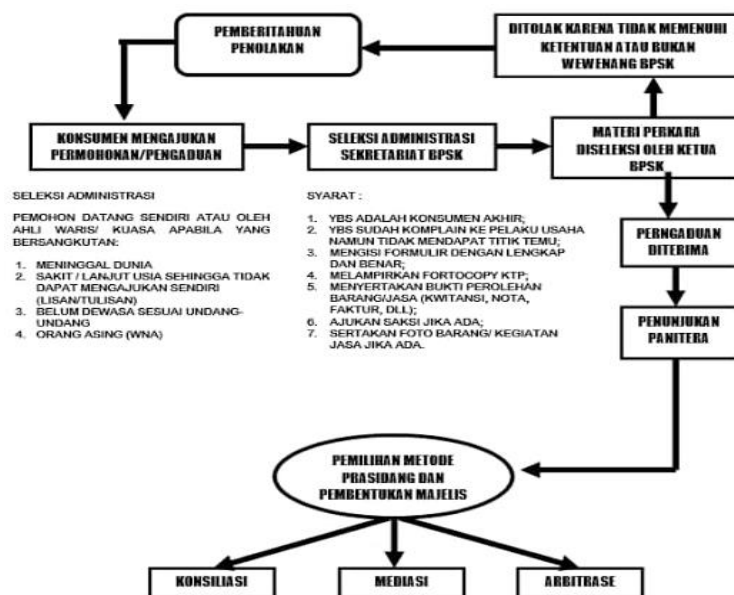
Sumber: Data yang Dikumpulkan Penulis

Dalam mempertanggungjawabkan perbuatan yang mengakibatkan kerugian konsumen, pelaku usaha dapat dijatuhi sanksi pidana maupun ganti kerugian karena pemerintah telah menghimbau dan mengesahkan aturan hukum mengenai kewajiban pemberian informasi dan harga yang sesuai untuk ditampilkan pada laman *e-commerce* untuk meminimalisir kerugian konsumen akibat penyimpangan informasi yang disengaja oleh pelaku usaha. Salah satu sanksi pidana terkait dengan diskon palsu adalah Pasal 62 ayat (1) UUPK yang pada pokoknya merincikan ketentuan pidana bagi pelaku yang melanggar ketentuan beberapa pasal salah satunya Pasal 9 ayat (1) diancam

dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Tidak adanya kejelasan dalam penyelesaian kasus diskon palsu menyebabkan belum adanya penyelesaian sengketa konsumen berupa pemberian diskon palsu yang menerapkan ketentuan Pasal 62 ayat (1) sebagai sanksi pidana karena sampai saat ini belum adanya laporan terkait Tindak Pidana Perlindungan Konsumen akibat terjadinya diskon palsu yang berpotensi merugikan konsumen karena masih kurangnya edukasi kepada konsumen bahwa terdapat sanksi pidana yang dapat menjerat pelaku usaha yang memberikan diskon palsu dalam praktik jual-beli terutama pada *event* tanggal kembar di *e-commerce*. Konsumen lebih banyak yang memilih untuk mengajukan gugatan secara perdata dengan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) agar mendapatkan ganti kerugian sesuai nominal yang diharapkan di Pengadilan Negeri yang berwenang. Salah satu laporan mengenai Tindak Pidana Perlindungan Konsumen dengan ancaman pidana menggunakan ketentuan Pasal 62 ayat (1) terdapat pada perkara No. 1663K/Pid.Sus/2018 yang sudah sampai ke tingkat kasasi atas nama Terdakwa Syaiful Bahri bin M. Sufi dengan dakwaan Tindak Pidana Perlindungan Konsumen Pasal 16 huruf a dan b UUPK karena adanya pelanggaran prestasi dari apa yang telah diperjanjikan dalam praktik jual-beli dengan sanksi pidana penjara 2 (dua) tahun 6 (enam) bulan.

Meskipun dalam UUPK mengatur mengenai sanksi pidana terhadap pelaku usaha nakal yang mempromosikan diskon palsu kepada konsumen, UUPK melalui Pasal 45 ayat (2) menjelaskan penyelesaian sengketa konsumen dapat pula ditempuh di Pengadilan atau luar pengadilan tergantung kepada kesepakatan para pihak. Berdasarkan uraian pasal tersebut, maka terdapat 2 (dua) jenis penyelesaian suatu permasalahan atau sengketa konsumen ialah melalui pengadilan atau di luar pengadilan yang terbagi menjadi 2 (dua) pilihan yaitu penyelesaian damai dan melalui suatu lembaga penyelesaian sengketa (Nisantika & Maharani, 2021). Potensi tercapainya penyelesaian secara damai sangat mungkin terjadi di antara para pihak yang bersengketa, sebagaimana ditunjukkan dalam penjelasan Pasal 45 ayat (2). Ketentuan ini menekankan komitmen para pihak untuk menggunakan cara-cara damai dalam berbagai tahapan proses penyelesaian, tanpa menempuh jalur litigasi atau melibatkan badan penyelesaian sengketa, sepanjang tindakan tersebut tetap sesuai dengan kerangka hukum yang berlaku. Pemerintah sangat mendukung penyelesaian sengketa melalui jalur non-yudisial, terbukti dengan terbitnya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 terkait Pelaksanaan Tanggung Jawab dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Pada hal ini, BPSK mengacu pada pengadilan kecil yang dibentuk dengan tujuan untuk mempercepat dan menyederhanakan proses peradilan dengan biaya yang lebih murah (Burhanuddin, 2011). Khususnya, BPSK mampu memberikan putusannya dalam jangka waktu singkat, yaitu 21 hari.



Gambar 3. Alur Penyelesaian Sengketa di BPSK

Sumber: <https://disdag.kalselprov.go.id/bpsk-kota-banjarmasin>

Tujuan adanya BPSK dalam prosedur penyelesaian adalah untuk mencapai kesepakatan berupa besarnya ganti rugi yang diberikan, atau pelaksanaan tindakan tertentu sebagai sarana untuk memastikan bahwa kerugian konsumen di masa depan dapat dicegah. Penilaian kerugian konsumen bergantung pada sejauh mana pemanfaatan barang dan/atau jasa berdampak terhadap konsumen, sehingga memungkinkan dilakukannya berbagai bentuk restitusi oleh badan usaha, seperti kompensasi uang, penggantian barang dan/atau jasa, dan jaminan tertulis bahwa terjadinya kerugian konsumen akan dapat dicegah di masa depan (Nugroho, 2008). Penyelesaian penyelesaian konsumen dapat dilakukan dengan tiga cara berbeda, yaitu Konsiliasi, Mediasi, dan Arbitrase. Pendekatan-pendekatan ini dipilih dan disepakati bersama oleh para pihak yang bersengketa untuk memudahkan proses penyelesaian. Ketentuan yang mengatur mengenai penyelesaian penyelesaian konsumen melalui cara ketiga diatur secara lengkap pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 yang masih berlaku sampai sekarang.

Meskipun adanya pilihan penyelesaian damai dan melalui suatu lembaga penyelesaian sengketa yang ditawarkan oleh pemerintah, namun pada faktanya seperti yang tercantum pada kasus diskon palsu Shopee di tahun 2021 pada **Tabel. 1**, konsumen telah berupaya untuk bertanya dan meminta klarifikasi dengan harapan adanya penyelesaian secara jelas dan damai namun sampai saat ini tidak pernah ada penyelesaian dan tanggung jawab yang jelas dari pihak pelaku usaha terhadap konsumen yang akhirnya tidak mendapatkan perlindungan hukum atas haknya sebagaimana yang diuraikan dalam UUPK. Dengan belum adanya realisasi perlindungan hukum atas hak konsumen seperti apa yang tercantum dalam Undang-Undang, sudah seharusnya pemerintah melakukan upaya tegas dan tidak hanya sekedar memberikan himbauan untuk berhati-hati atau memberikan peringatan seperti apa yang dilakukan oleh BPKN kepada pelaku usaha yang berani untuk memberikan diskon palsu kepada konsumen berupa penutupan atau pencabutan izin usaha sampai dengan melaporkan ke pihak berwajib apabila tidak mencapai kesepakatan dalam mediasi atau penyelesaian di BPSK. Pada dasarnya pemerintah melalui UUPK didukung dengan beberapa peraturan hukum lainnya mengenai perdagangan melalui sistem elektronik sudah menguraikan aturan hukum beserta sanksi yang sangat baik sebagai langkah awal untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Akan tetapi, pemerintah masih perlu untuk bersikap tegas dengan melakukan aksi nyata dapat berupa pemblokiran atau penutupan akun pelaku usaha pemberi diskon palsu jika pelaku usaha tidak bersedia membayar ganti rugi atau berhenti melakukan promosi diskon palsu dalam *e-commerce* agar terciptanya suatu penyelesaian sengketa diskon palsu secara jelas yang dapat memberikan efek jera kepada para pelaku usaha agar tidak berbuat curang dalam menjalankan usahanya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Masih adanya suatu permasalahan terkait dengan tanggung jawab oleh pelaku usaha yang memberikan diskon palsu di *e-commerce* meskipun pemerintah telah menerapkan langkah-langkah hukum, seperti UUPK, UU ITE, dan PP untuk menetapkan kerangka peraturan yang mengontrol kewajiban pelaku usaha yang terlibat dalam *e-commerce*. Prinsip ketiga peraturan hukum mengamankan bahwa pelaku usaha wajib memberi keterangan yang tepat, transparan, dan jujur mengenai harga, persyaratan, dan jaminan atas suatu barang dan/atau jasa. Hal ini secara tegas merupakan larangan untuk menampilkan atau mengiklankan barang seolah-olah telah didiskon. Maka dari itu pelaku usaha mempunyai tanggung jawab untuk memberikan harga asli dan diskon yang sesuai kepada konsumen selama jangka waktu tertentu, sebagai bentuk perilaku etis dalam menjalankan operasinya. Hasil penelitian menunjukkan pada faktanya masih banyak pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas tindakan pemberian diskon palsu meskipun konsumen berupaya untuk menghubungi pelaku usaha. Faktor utama dari tidak adanya tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha disebabkan karena ketidaktahuan mengenai adanya aturan hukum yang secara spesifik telah melarang dilakukan pemberian diskon palsu bagi konsumen sehingga pelaku usaha menganggap bahwa menaikkan harga di awal dan kemudian memberikan diskon dengan harga yang sebenarnya sama dengan harga asli produk merupakan suatu hal yang lumrah sebagai suatu trik penjualan untuk memperoleh keuntungan yang besar.

Penyelesaian atas kasus diskon palsu sampai saat ini masih belum jelas terlaksana sehingga terus bermunculan kasus-kasus baru yang serupa karena pelaku usaha kembali menganggap bahwa

pemberian diskon palsu merupakan hal yang lumrah dan biasa dilakukan sebagai trik memperoleh keuntungan besar meskipun pemerintah telah memberi peluang bagi konsumen yang merasa dirugikan untuk menyelesaikan sengketa melalui pengadilan secara pidana atau perdata serta secara damai maupun melalui badan sengketa konsumen dengan 3 (tiga) pilihan penyelesaian yaitu Konsiliasi, Mediasi, dan Arbitrase tanpa perlu melalui pengadilan. Belum adanya penyelesaian yang jelas baik secara pidana, perdata, maupun luar pengadilan terhadap diskon palsu perlu diperhatikan oleh pemerintah agar dapat mengambil langkah tegas sehingga konsumen mendapatkan perlindungan hukum atas haknya yang dirugikan oleh pelaku usaha. Pemerintah juga dapat memberikan edukasi nyata mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui media sosial atau dengan mengadakan penyuluhan secara langsung kepada masyarakat mencakup pelaku usaha dan konsumen yang diharapkan akan memahami bahwa diskon palsu merupakan suatu tindakan yang melanggar hukum yang harus diselesaikan secara jelas pula.

4.2 Saran

Aturan yang diberlakukan saat ini melalui UUPK serta aturan pendukung lainnya mengenai perdagangan melalui *e-commerce* telah cukup baik disusun namun dalam hal ini diperlukan penegakan yang lebih tegas oleh pemerintah. Ketegasan pemerintah diperlukan agar konsumen dapat merasakan adanya perlindungan hukum haknya dari pelaku usaha yang melakukan promosi diskon palsu pada *event* tanggal kembar di *e-commerce*. Saat ini pemerintah tidak dapat hanya sekedar memberikan peringatan atau ancaman untuk melakukan pemblokiran akun pelaku usaha namun pemerintah dapat bertindak tegas dengan benar-benar melakukan penutupan akun pelaku usaha pemberi diskon palsu serta dapat membuat suatu aturan yang berisi larangan menjalankan usaha dalam jangka waktu tertentu bagi pelaku usaha yang memberikan diskon palsu pada konsumen sehingga menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha yang melakukan kecurangan. Pemerintah juga dapat mewajibkan seluruh *platform e-commerce* untuk mencantumkan aturan-aturan hukum terkait penjualan melalui *e-commerce* kepada para pelaku usaha sebelum membuat akun untuk melakukan kegiatan penjualan.

Selain adanya tindakan nyata berupa penutupan akun pelaku usaha pemberi diskon palsu, pemerintah mulai perlu untuk melakukan edukasi secara rutin melalui media sosial ataupun penyuluhan kepada masyarakat secara langsung berupa seminar ataupun webinar yang dilakukan secara daring dan lebih mudah diakses agar masyarakat mengetahui adanya aturan hukum mengenai diskon palsu sehingga masyarakat sebagai konsumen dapat segera melaporkan hal tersebut agar dapat diproses baik oleh pengadilan yang berujung kepada pemberian sanksi pidana atau ganti kerugian ataupun melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen seperti BPSK dengan harapan adanya kesepakatan damai di antara para pihak bersengketa. Dengan adanya edukasi, masyarakat kelak akan lebih memahami serta meningkatkan kewaspadaan terhadap pelaku usaha nakal yang masih berani melanggar aturan dan segera melaporkannya ke lembaga yang berwenang sehingga edukasi sangat penting dilakukan oleh pemerintah. Dengan demikian, adanya aturan tambahan yang mewajibkan *platform e-commerce* untuk mencantumkan aturan-aturan hukum terkait penjualan melalui *e-commerce* kepada para pelaku usaha sebelum membuat akun untuk melakukan kegiatan penjualan dan edukasi oleh pemerintah kepada masyarakat sangat diperlukan karena hal-hal tersebut cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran agar adanya tanggung jawab pelaku usaha dan penyelesaian yang jelas terhadap permasalahan diskon palsu di *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afida, A., & Zamzami, M. T. (2020). Perspektif Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(02), 96–111. <https://doi.org/10.26618/J-HES.V4I02.3544>
- Amin, A. M., & Hendra. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.Co.Id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 78–89. <https://doi.org/10.37385/MSEJ.V1I1.50>
- Atsar, A., & Apriani, R. (2019). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Deepublish.
- Bahri, M. S., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2021). Perlindungan Hukum Konsumen atas Informasi Harga pada Produk Minuman. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2(1), 137–141. <https://doi.org/10.22225/JUINHUM.2.1.3071.137-141>
- BPKN. (2023). *Statistik Pengaduan*. https://bpkn.go.id/statistik_pengaduan

- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. UIN Maliki Press.
- Harianto, D. (2010). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*. Ghalia Indonesia.
- Hariyanto, E., Darmawan, A., & Pratama, B. C. (2019). *Metode Penelitian Hukum*. Raja Grafindo Persada.
- Indonesia, K. K. B. P. R. (2022). *SIARAN PERS HM.4.6/179/SET.M.EKON.3/4/2022: Akselerasi Ekonomi Digital pada e-Commerce dan Online Travel Menjadi Salah Satu Strategi Efektif Mendorong Kinerja Perekonomian Nasional*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3978/akselerasi-ekonomi-digital-pada-e-commerce-dan-online-travel-menjadi-salah-satu-strategi-efektif-mendorong-kinerja-perekonomian-nasional>
- Irianti, N. M., & Sarjana, I. M. (2021). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS INFORMASI PALSU DALAM JUAL BELI MELALUI E-COMMERCE. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 10(1), 64–74. <https://doi.org/10.24843/KS.2021.V10.I01.P06>
- Karim, F., & Gunarto, G. (2021). PERLINDUNGAN KONSUMEN DENGAN KETIDAKSESUAIAN HARGA DALAM PROMOSI DISKON SECARA ONLINE DENGAN HARGA SESUNGGUHNYA. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Hukum*, 0(0). <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuh/article/view/8834>
- Kusuma, G. M. P., Budiarta, I. N. P., & Sudibya, D. G. (2022). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan atas Tidak Terteranya Informasi Kandungan Non Halal dalam Produk Makanan yang Diimport. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 3(2), 263–268. <https://doi.org/10.22225/JUINHUM.3.2.5062.263-268>
- Marzuki, P. M. (2015). *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. PT Kharisma Putra Utama.
- Nisantika, R., & Maharani, N. L. P. E. S. M. (2021). Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). *Locus Delicti*, 2(1).
- Nugrahaningsih, W., & Erlinawati, M. (2017). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*. CV Pustaka Bengawan.
- Nugroho, S. A. (2008). *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Kencana.
- Putra, S. (2015). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI MELALUI E-COMMERCE. *Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 197–208. <https://jih.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIH/article/view/2794>
- Rahardjo, S. (2014). Ilmu Hukum, Cetakan ke-VI. *Citra Aditya Bakti, Bandung*, 74.
- Statista Market Forecast. (n.d.). *eCommerce - Indonesia*. Retrieved October 29, 2023, from <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/indonesia>
- Swastika, D. G. W., Dewi, A. A. S. L., & Suryani, L. P. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen atas Penjualan Produk Obrak Online. *Jurnal Preferensi Hukum*, 2(2), 388–393. <https://doi.org/10.22225/JPH.2.2.3343.388-393>
- Tempo.co. (2021). *Ratusan Pengaduan E-Commerce, BPKN Ingatkan Gimmick Diskon Palsu Harbolnas*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1538548/ratusan-pengaduan-e-commerce-bpkn-ingatkan-gimmick-diskon-palsu-harbolnas>
- Wahyudi, I. N. K., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2022). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Cacat Produk pada Saat Produksi Ditinjau dari Undang – Undang No. 8 Tahun 1999. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 3(1), 89–94. <https://doi.org/10.22225/JUINHUM.3.1.4644.89-94>
- Zeid, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.