

PERLINDUNGAN KONSUMEN DENGAN KETIDAKSESUAIAN HARGA DALAM PROMOSI DISKON SECARA ONLINE DENGAN HARGA SESUNGGUHNYA

CONSUMER PROTECTION IN THE PROMOTION DISCOUNT PRICE MISMATCHES ONLINE WITH REAL

¹Fathul Karim*, ²Prof.Dr.H.Gunarto,S.H.,S.E.,S.Akt.,M.Hum

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung

*Corresponding Author:
fathulkarim1@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi khususnya dalam bidang internet juga menunjang bidang perdagangan. Penggunaan internet yang semakin luas dalam kegiatan bisnis, industri dan rumah tangga telah mengubah pandangan manusia. Dimana kegiatan - kegiatan diatas yang pada awalnya dimonopoli oleh kegiatan fisik kini bergeser menjadi kegiatan e-commerce yang disertai dengan pemberian diskon. Penelitian dengan judul “Perlindungan konsumen dengan ketidaksesuaian harga dalam promosi diskon secara online dengan harga sesungguhnya”, memiliki rumusan masalah apa saja hak – hak konsumen yang dilanggar dan pertanggung jawaban produsen terhadap promosi diskon yang tidak sesuai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami hak – hak konsumen yang dilanggar dan bagaimana tanggung jawab produsen atas promosi diskon yang diberikan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan melihat literature yang ada. Data akan dianalisa dengan metode kualitatif yaitu memaparkan data – data yang ada kemudian menganalisanya dengan teori – teori yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi yang tidak sesuai merugikan bagi konsumen menurut pasal 4 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 Huruf B bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar atas kondisi barang atau jasa termasuk pelaku usaha dalam e – commerce, pelaku usaha e – commerce memberikan dampak baik dan buruk bagi konsumen tetapi banyak dari konsumen belum banyak yang mengetahui hak dan kewajiban mereka selain itu perlindungan terhadap konsumen juga minim sebagai akibat dari kebijakan toko online yang bersifat membatasi tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha. Pertanggung jawaban dari pelaku usaha dengan diaturnya perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha demi kesehatan, kenyamanan, dan keamanan konsumen dan apabila melanggar ada sanksi – sanksi yang dapat diterapkan yang diatur dalam Bab XIII UUPK Pasal 60 – Pasal 63.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, Diskon, Online*

Abstract

Technological developments, especially in the internet field, also support the field of commerce. The increasingly widespread use of the internet in business, industrial and household activities has changed human outlook. Where the above activities which were initially monopolized by physical activities have now shifted to e-commerce activities accompanied by giving a discount. The study, entitled "Consumer protection with price mismatches in online discount promotions with real prices", has formulated the problem of what rights consumers are violated and producers are responsible for inappropriate promotional discounts. The purpose of this research is to know and understand the rights of consumers who are violated and how the responsibility of producers for the promotion of discounts given.

The research method uses a normative juridical approach that is legal research conducted by examining literature or secondary data as a basic material to be examined by looking at the existing literature. Data will be analyzed by qualitative methods, namely describing existing data and then analyzing it with existing theories.

Based on the results of the study it can be concluded that inappropriate promotions are detrimental to consumers according to article 4 of Law No. 8 of 1999 Letter B that business actors must provide true information on the condition of goods or services including business actors in e-commerce, e-commerce business actors have good and bad impacts for consumers but many of them do not yet know many of their rights and obligations in addition, consumer protection is also minimal as a result of online store policies that are limiting its responsibilities as a business actor. Liability answers from business actors by regulating actions prohibited by business actors for the health, comfort and safety of consumers and if they violate applicable sanctions that are regulated in Chapter XIII UUPK Article 60 - Article 63.

Keywords: Consumer Protection, Discounts, Online

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan jual beli pada zaman dahulu belum ditemukannya mata uang sehingga orang masih menggunakan sistem barter, yaitu jual beli dengan cara saling menukar barang yang dibutuhkan, Semakin berkembangnya zaman maka telah ditemukannya mata uang sehingga membuat kemajuan pada transaksi jual beli, manusia kini telah menggunakan mata uang untuk membeli suatu barang dan tidak menggunakan sistem barter lagi seperti dahulu sebelum ditemukannya mata uang.

Perdagangan mempunyai tujuan untuk memenuhi kekurangan dengan cara menukarkan sesuatu untuk sesuatu yang lain secara adil. Perdagangan perlu diatur, karena dasarnya manusia adalah makhluk yang egois, maksudnya adalah sifat dasar manusia yang selalu ingin menang atau lebih untung dari yang lain. Di Indonesia hukum perdagangan diatur dalam KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang).

Berkembangnya e-commerce merupakan suatu revolusi besar dalam bidang perdagangan. Perkembangan ini tentunya harus diikuti dengan

perkembangan infrastruktur pendukungnya, salah satunya hukum. Hukum diperlukan dalam menjaga ketertiban atau keadilan dalam e-commerce. Berlandaskan hal tersebut dibentuklah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Beralihnya transaksi jual beli fisik menjadi jual beli secara online tidak hanya mempengaruhi cara bertransaksinya saja, namun juga mempengaruhi sistem promosi jual beli. Promosi menurut Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan promosi adalah salah satu langkah yang diambil oleh pelaku usaha atau penjual untuk membuat barang yang dijual lebih laku atau lebih menarik. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk menarik keinginan konsumen terhadap barang atau jasa yang dipromosikan. Dari melakukan kerjasama dengan orang lain untuk memakai barang dagangannya, mengiklankan barang dagangannya sampai memberikan diskon atau promosi tertentu. Contoh yang pernah penulis temukan adalah suatu kegiatan promosi yang dilakukan oleh salah satu toko online pernah melakukan promosi suatu barang karena merek barang tersebut terdengar asing maka penulis mencoba mencari informasi tentang merek tersebut. Informasi yang didapat penulis adalah barang tersebut salah satu perusahaan e-commerce asal china dengan harga yang ditawarkan dalam website tersebut pun jauh lebih rendah dengan harga sebelum diskon yang ditawarkan oleh toko online yang mempromosikan barang tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk membahas masalah yang berkaitan perlindungan konsumen tentang ketidaksesuaian harga dalam promosi diskon, karena dirasa masih perlu informasi untuk penulis ketahui tentang perlindungan konsumen yang mencakup hal tersebut. Adanya rasa keingintahuan yang besar dari diri penulis untuk mengkaji perlindungan yang diberikan terhadap hal tersebut, maka penulis tertarik untuk menyusun penulisan dengan judul: "Perlindungan konsumen dengan ketidaksesuaian harga dalam promosi diskon secara online dengan harga sesungguhnya"

B. Rumusan Masalah

1. Apakah hak-hak konsumen yang dilanggar dengan adanya promosi diskon yang lebih mahal dari harga sesungguhnya ?
2. Bagaimana pertanggungjawaban produsen terhadap promosi diskon yang lebih mahal dari harga sesungguhnya ?

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian meupakan cara utama untuk memperoleh data secara sistematis, logis, dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, sehingga tujuan dari penelitian tersebut dapat tercapai. Jenis penelitian hukum yang dilakukan adalah penelitian yuridis normatif. penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder

sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti (Ahmadi dkk, 2010)

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan cara menelaah dan menginterpretasikan hal-hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas, konsepsi, doktrin dan norma hukum yang berkaitan dengan pembuktian perkara.

Pendekatan yuridis normatif adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Pendekatan ini dikenal pula dengan pendekatan kepustakaan, yakni dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini. (Abdul Kadir Muhammad, 2004)

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis, yaitu menggambarkan peraturan perundangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif (Moch Nasir, 2008), yang menyangkut permasalahan diatas. Deskriptif disini dimaksudkan untuk memberi gambaran secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai segala hal yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online.

3. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian pada umumnya dibedakan antara data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat dan dari bahan-bahan pustaka. Data yang diperoleh langsung dari masyarakat dinamakan data primer (data dasar), sedangkan yang diperoleh dari data pustaka disebut data sekunder.

Data dalam penulisan ini adalah menggunakan data sekunder, yaitu bahan pustaka yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku perpustakaan, peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, artikel dan, dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian. Dari bahan hukum sekunder tersebut mencakup tiga bagian, yaitu:

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) Undang-undang dasar negara republik Indonesia 1945
- 2) KUHP
- 3) KUHPerdata
- 4) KUHP
- 5) Undang-undang republik Indonesia nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen
- 6) Undang-undang republik Indonesia nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik

7) Peraturan pemerintahan republik Indonesia nomor 82 tahun 2012 tentang penelenggaraan sistem dan transaksi elektronik

b. Bahan hukum sekunder.

Bahan hukum sekunder yang memberi penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti rancangan Undang-undang dan jurnal.

c. Bahan hukum tersier

Disebut juga bahan hukum yang mencakup bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yaitu berupa kamus hukum, kamus bahas indonesia, dan lain-lain.

4. Metode pengumpulan data

Dalam metode pengumpulan data ini menggunakan tiga metode yaitu studi pustaka, observasi lapangan, wawancara.

a. Studi pustaka

Yaitu mengumpulkan data dari kumpulan buku-buku, jurnal, artikel, makalah, media masa.

b. Observasi lapangan

Yaitu metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat langsung dilapangan atau lokasi penelitian.

c. Wawancara

Adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan kepada narasumber.

5. Alat pengumpulan data

Alat pengumpulan data merupakan alat yang digunakan mengumpulkan data. Dalam penelitian ini alat yang digunakan berupa data yang menggunakan data sekunder, yaitu bahan pustaka yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku perpustakaan, peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, artikel dan, dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian.

6. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan. lokasi tempat penelitian tersebut merupakan tempat yang diharapkan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian yang akan diangkat. Dalam penelitian berlokasi perpustakaan Universitas maupun perpustakaan di fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

7. Analisis Data

Data penulisan ini adalah menggunakan data sekunder, yaitu bahan pustaka resmi, buku yang mencakup dokumen-dokumen perpustakaan, peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, artikel dan dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian.

Analisa dapat dilakukan secara kualitatif, maksudnya yaitu memapakan data-data yang ada kemudian menganalisisnya dengan teori-teori yang ada serta dengan norma-norma yang mempunyai kualitas untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hak-hak konsumen yang dilanggar dengan adanya promosi diskon yang lebih mahal dari harga sesungguhnya.

Dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan internet untuk berbelanja secara online kini juga kian bertambahnya para penjual yang menawarkan barang dagangan mereka melalui toko online yang ada di internet, mereka menjual mulai dari makanan, pakaian, barang elektronik, dan masih banyak lainnya, keuntungan juga banyak diperoleh oleh para pedagang tersebut, mereka tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menyewa atau membeli lapak untuk berjualan.

Untuk menarik para pembeli para pedagang juga banyak yang melakukan diskon atau potongan harga dari harga aslinya, namun ada juga pedagang yang memberi potongan terhadap barang yang mereka jual tetapi sesungguhnya barang tersebut harganya lebih murah dari harga diskon yang mereka cantumkan sebelumnya, biasanya terdapat pada barang-barang dengan merek yang asing di Indonesia, misalnya yang pernah saya lihat di situs jual beli online ada salah satu penjual yang menawarkan barang dengan merek asing yang mereka tawarkan di iklan dengan cara diskon dan mencantumkan juga harga sebelumnya. Namun setelah saya cari tahu merek dan jenis barang tersebut harganya lebih murah dari harga yang mereka tawarkan di situs jual beli tersebut.

Dalam kontrak jual beli para pelaku yang terkait di dalamnya (penjual atau pelaku usaha yang berkedudukan sebagai produsen dan pembeli yang berkedudukan sebagai konsumen) memiliki hak dan kewajiban yang berbeda. Berdasarkan ketentuan Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-undang No mor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, diatur mengenai hak dan kewajiban-kewajiban para pelaku usaha pada Pasal 6.

Berkaitan dengan harga, hukum romawi menentukan harga tersebut harus *verum, certum, justum*. *Verum* artinya adalah sungguh dimaksudkan dengan kata lain harga itu harus serius. Harganya harus sungguh-sungguh, bukan main-main. Selain harus sungguh tetapi harus *justum*, yakni adil. Dengan *certum* berarti harga tersebut harus tertentu. (Ridwan Khairandy)

Walaupun hukum romawi tidak menentukan bahwa dalam penentuan harga tersebut harus sepadan, patut, *fairly price, reasonable price*, tetapi suatu hal yang tidak dapat dilupakan bahwa hukum romawi mengenal itikad baik dalam pelaksanaan kontrak. Prestasi para pihak harus *reasonable en equity (redelijkheid en billijkheid)*. Perjanjian harus dilakukan secara rasional dan patut

Jika didasarkan pada tujuan jual beli, harga barang semestinya harus sepadan dengan nilai dan kualitas benda yang sesungguhnya. Jika barang dijual dengan sangat murah, atau bahkan sama sekali tidak ada, maka sesungguhnya ini konkreto bukan jual beli, tetapi lebih tepat dikategorikan sebagai ghibah. Misalnya pada suatu situs jual beli online ada salah satu toko yang menjual barang elektronik secara diskon dengan harga Rp.1.000.000

yang pada harga normal mereka tawarkan dengan harga Rp.1.500.000. Barang tersebut merupakan merek asing yang diketahui oleh masyarakat Indonesia, Sebenarnya harga normal barang tersebut seharga Rp. 800.000 . Keadaan semacam ini sulit untuk dikategorikan sebagai jual beli karena harga yang ditawarkan tersebut sangat tidak sepadan dengan harga aslinya.

Didalam praktik, dengan berbagai motif atau alasan hal tersebut sering terjadi. Perjanjian jual beli digunakan suatu yang tidak wajar, hingga menjadi legal. Dapat juga perjanjian jual beli untuk praktik atau kejahatan tertentu.

Hal itu dapat terjadi karena peraturan perundang-undangan (KUHPerdara) tidak menentukan keharusan adanya keseimbangan atau kesepadanan antara harga dan barang. Ketentuan Pasal 1335 atau Pasal 1337 harus pula diperhatikan. Jadi apabila harganya tidak seimbang dengan nilai benda yang dijualnya, maka perjanjian itu adalah suatu perjanjian tanpa sebab (causa), sebab atau causa yang palsu yang tidak diperkenankan. Juga mengenai aturan kesesatan, penipuan dan paksaan (Ridwan Khairandy)

Sesuai yang telah dijelaskan pada Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Pasal 9, Pasal 10, dan Pasal 11 tentang hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha atau produsen.

Pasal 10 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menjelaskan bahwa Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

1. Harga atau tarif suatu barang atau jasa.
2. Kegunaan suatu barang atau jasa.
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak katas ganti rugi suatu barang atau jasa.
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan.
5. Bahwa penggunaan barang atau jasa.

Pasal 11 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 yaitu Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

1. Menyatakan barang atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu.
2. Menyatakan barang atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.
3. Tidak berniat menjual barang yang ditawarkan melainkan bermaksud untuk menjual barang lain.
4. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu atau jumlah yang cukup dengan maksud untuk menjual barang yang lain.
5. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud untuk menjual jasa yang lain.
6. Menaikan harga atau tarif barang atau jasa sebelum melakukan obral.

Bahwa pada dasarnya konsumen memiliki perlindungan hukum yang diatur dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Kejadian pada kasus yang sedang saya bahas adalah ketidaksesuaian harga barang yang mereka tawarkan pada diskon lebih mahal dari harga sesungguhnya.

Didalam Undang-undang republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik Pasal 9 dijelaskan bahwa Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Dengan demikian adanya diskon yang harga nya tidak sesuai tersebut para produsen atau pelaku usaha melanggar yang telah dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang transaksi elektronik, jelas kita sebagai konsumen hak-hak kita telah dilanggar dengan adanya kegiatan diskon yang tidak sesuai tersebut.

Selaku konsumen pada Undang-undang perlindungan konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan penggantian apabila barang atau jasa apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau iklan. Sedangkan kewajiban para pelaku usaha atau produsen itu adalah memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sesuai dengan harganya.

Apabila pelaku usaha atau produsen tidak memenuhi kewajibannya maka dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 Undang-undang perlindungan konsumen, yang berbunyi :

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 milyar rupiah).

Dalam hal produsen atau pelaku usaha ternyata menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli online tersebut, maka pelaku usaha dapat juga dipidana berdasarkan Pasal 378 Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) tentang penipuan Pasal 28 ayat (1) UU ITE tentang menyebarkan berita hoax yang menyesatkan dan mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Hal yang perlu diingat bahwa pada dasarnya jual beli secara online prinsipnya adalah sama dengan jual beli secara tidak online atau secara nyata. Hukum perlindungan konsumen terkait jual beli online pun tidak berbeda dengan jual beli secara tidak online atau secara nyata, perbedaannya hanya pada sarana internet atau telekomunikasi lainnya, akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara online sulit dilakukan suatu tindakan nyata apabila terjadi suatu sengketa atau penipuan.

2. **Pertanggung jawaban produsen terhadap promosi diskon yang lebih mahal dari harga sesungguhnya.**

Para produsen atau pelaku usaha dituntut untuk tetap memberikan yang terbaik bagi konsumen, dan tentunya diiringi dengan tindakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan dari produsen atau pelaku usaha adalah mencari keuntungan. perusahaan harus menjamin keamanan dan keselamatan konsumen atas produk barang dan jasa yang ditawarkan biasanya disebut dengan perlindungan konsumen dimana bisnis dan perlindungan konsumen sangat berkaitan.

Munculnya istilah tanggung gugat produk di Indonesia sebenarnya merupakan istilah baru yang belum memasyarakat. Umumnya dikenal dengan istilah tanggung jawab produk (product liability). Dua istilah tersebut mempunyai makna yang hampir sama, perbedaan yang menonjol terletak pada dimana datangnya tuntutan atau gugatan dan pihak mana yang harus bertanggung jawab. Tanggung jawab produk muncul karena adanya tuntutan konsumen atau pemakai produk yang mereka peroleh dari produsen atau pelaku usaha, dalam arti apakah dari produsen atau melalui mata rantai, distributor, agen atau toko yang jelas barang tersebut merupakan produknya. Jika produk yang dihasilkan tersebut merugikan konsumen secara sengaja atau tidak maka produsen harus bertanggung gugat (Ali Mansur).

Sedangkan pengertian tanggung jawab diartikan sangat luas dan abstrak, sebagaimana dapat dikatakan tanggung jawab keluarga, tanggung jawab moral, tanggung jawab masyarakat. Atau dapat diistilahkan lain orang harus dapat dipertanggungjawabkan. Adapun istilah tanggung gugat dalam Bahasa Indonesia belum begitu banyak dipakai oleh umum, kemudian istilah tanggung jawab yang dalam Bahasa Belanda "Toerekenbaarheid" dan dalam Bahasa Inggris "Accountability".

Perlindungan konsumen diwujudkan dengan diaturnya perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, hal ini dilakukan untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan, keamanan, kenyamanan baik bagi diri konsumen maupun harga bendanya agar sesuai harga yang dibayarnya terhadap suatu produk dengan mutu produk itu sendiri.

Informasi tentang barang dan atau jasa merupakan kebutuhan pokok, sebelum konsumen menggunakan sumber dananya untuk mengadakan transaksi konsumen tentang barang atau jasa tersebut. Dengan transaksi konsumen dimaksudkan diadakannya hubungan hukum (jual beli, beli sewa, sewa menyewa, pinjam meminjam, dsb) tentang produk konsumen dengan pelaku usaha itu. Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentang berbagai persyaratan dan atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk, tersedianya pelayanan jasa jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu.

Diantara berbagai informasi tentang jasa konsumen yang diperlakukan, yang paling berpengaruh pada saat ini adalah informasi yang bersumber dari

kalangan produsen atau pelaku usaha, terutama dalam bentuk iklan atau label tanpa mengurangi pengaruh dari berbagai bentuk informasi lainnya.

Iklan adalah bentuk informasi yang umumnya bersifat sukarela yang termasuk juga diatur dalam Undang-undang hukum tentang perlindungan konsumen.

Iklan menurut ketentuan dari Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Pasal 9 ayat 1 yang berbunyi: pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak benar. Yang artinya para produsen atau pelaku usaha harus menjelaskan barang nya melalui iklan secara jelas dan jujur mengenai kualitas, kondisi, maupun harga barang yang dijualnya.

Bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan oleh Undang-undang hukum perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Penyelesaian diluar pengadilan
- 2) Penyelesaian melalui pengadilan.

Pasal 47 mengatur mengenai penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak terutang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen atas tidak sesuainya promosi atau iklan yang diberikan.

Penyelesaian diluar pengadilan ini dapat dilakukan dengan cara:

- a. Penyelesaian secara damai diantara mereka yang bersangkutan.
 - b. Melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK)
- 1) Penyelesaian diluar pengadilan

Cara penyelesaian sengketa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 ayat (2) Undang-undang Perlindungan Konsumen ini, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersangkutan. Penyelesaian sengketa secara damai yang dimaksud adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (produsen atau pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan tidak bertentangan dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen ini.

Penyelesaian sengketa melalui BPSK merupakan penyelesaian sengketa di luar pengadilan diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Bab XI dari Pasal 49 sampai dengan Pasal 58. BPSK merupakan lembaga khusus yang dibentuk oleh pemerintah di setiap daerah tingkat II untuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan (Pasal 49 ayat 1)

Tugas dan wewenang BPSK menurut Pasal 52 UUPK adalah sebagai melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan caramelalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi. Dalam menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen BPSK membentuk Majelis dengan jumlah anggota harus ganjil, yaitu terdiri dari sedikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur dibantu seorang panitera. BPSK diwajibkan untuk menyelesaikan sengketa konsumen yang diserahkan kepadanya

dalam jangka waktu 21 (dua puluh satu) hari terhitung sejak gugatan itu diterima. Menurut Pasal 54 ayat (3) bahwa putusan yang dijatuhkan oleh Majelis BPSK bersifat final dan mengikat. Keputusan BPSK itu wajib dilaksanakan oleh pelaku dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari setelah putusan diterima.

Cara menyelesaikan sengketa tersebut merupakan cara yang mudah, murah dan lebih cepat disbanding dengan cara melalui pengadilan apabila cara tersebut dapat berjalan dengan lancar, penyelesaian dengan cara ini tetapi sangat membutuhkan kesabaran, saling pengertian, dan menghormati Hak-hak para pihak yang bersengketa.

2) Penyelesaian sengketa melalui pengadilan.

Pasal 45 ayat (2) UUPK menyatakan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45 tersebut.

Putusan yang dijatuhkan Majelis BPSK bersifat “final” diartikan tidak adanya upaya banding dan kasasi, yang ada “keberatan”. Apabila pelaku usaha keberatan atas putusan yang dijatuhkan oleh majelis BPSK, maka ia dapat mengajukan keberatannya itu kepada Pengadilan Negeri, menurut Pasal 58 UUPK dalam jangka waktu 14 hari Pengadilan Negeri yang menerima keberatan pelaku usaha memutus perkara tersebut dalam jangka waktu 21 hari sejak diterimanya keberatan tersebut. Selanjutnya kasasi pada putusan pengadilan negeri ini diberi luang waktu 14 hari untuk mengajukan kasasi kepada Mahkamah Agung. Keputusan Mahkamah Agung wajib dikeluarkan dalam jangka waktu 30 hari sejak permohonan kasasi.

Menurut shidarta dalam buku Hukum perlindungan konsumen Indonesia menyatakan bahwa pilihan sukarela para pihak baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama untuk menempuh jalan penyelesaian di pengadilan maupun diluar pengadilan, dimungkinkan sepanjang tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (2) dan (3) UUPK.

Cara mengajukan gugatan atas pelanggaran yang dilakukan produsen atau pelaku usaha menurut Pasal 46 ayat (1) UUPK dapat dilakukan oleh:

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli warisnya.
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
- d. Pemerintah atau instansi terkait.

Agar UUPK ini dapat dipatuhi dan dilaksanakan dengan baik, maka terdapat sanksi-sanksi yang dapat dikenakan pelaku usaha yang melanggar ketentuan ini. Sanksi-sanksi tersebut diatur dalam Bab XIII UUPK dimulai dari Pasal 60 sampai dengan Pasal 63. Sanksi-sanksi yang dapat dikenakan terdiri dari:

- a. Sanksi administratif, diatur dalam Pasal 60. BPSK dapat menjatuhkan sanksi administratif berupa ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- b. Sanksi pidana pokok, yaitu diatur dalam Pasal 62. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap:
 - a) 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 dan Pasal 18 dapat dikenakan sanksi pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,- (dua miliar rupiah).
 - b) Ketentuan sebagaimana dimaksudkan dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16 dan Pasal 17 ayat (1) huruf d, huruf f dapat dikenakan sanksi pidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).
- c. Sanksi pidana tambahan yang diatur dalam Pasal 63. Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa:
 - a) Perampasan barang tertentu.
 - b) Pengumuman keputusan hakim.
 - c) Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen.
 - d) Kewajiban penarikan barang dari peredaran.
 - e) Pencabutan izin usaha

Oleh karena itu menurut saya upaya penyelesaian sengketa konsumen dan produsen atau pelaku usaha ditempuh melalui jalur peradilan sangat efektif bagi pihak-pihak yang akan mengajukan gugatan melalui pengadilan tersebut.

Untuk perlindungan hukum bagi konsumen terhadap adanya diskon yang menyesatkan di toko online ini adalah sama dengan perlindungan hukum bagi konsumen pada jual beli konvensional atau jual beli non online yang bersumber dari Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Penipuan mengenai harga yang dilakukann oleh produsen tidak berbeda dengan penipuan secara langsung, yang membedakan hanyalah sarana yang digunakan yaitu dengan menggunakan alat elektronik agar terhubung dengan media online. Penipuan harga secara online dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan yang telah dijelaskan dalam pasal 378 KUHP, penjual yang sengaja melakukan penipuan akan mendapat hukuman penjara paling lama 4 tahun. Sedangkan dalam Pasal 45 ayat 2 UU ITE, ancaman pidana bagi penipu dalam transaksi online dapat dipenjara paling lama 6 tahun atau membayar denda paling banyak Rp.1 milyar. Selain itu Pasal 62 Undang-

undang perlindungan konsumen juga memberikan sanksi bagi penjual yang tidak dapat melaksanakan kewajibannya yaitu dapat di penjara paling lama 5 tahun atau denda paling banyak Rp 2 milyar.

IV. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a) Dengan adanya promosi diskon yang tidak sesuai ini para konsumen tentunya sangat dirugikan dengan adanya hal tersebut, karena hal ini juga telah dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Berdasarkan Pasal 4 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 huruf B tentang kewajiban produsen atau pelaku usaha telah dijelaskan bahwa untuk Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, berarti sudah jelas hal ini melanggar hak-hak para konsumen karena produsen tidak mencantumkan harga barang yang mereka jual sebelum diskon secara jujur kepada konsumen. Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online pada dasarnya pihak produsen atau pelaku usaha terutama online shop telah memberikan dampak baik maupun buruk untuk konsumen. Online shop juga mengacu pada KUHPerduta Pasal 1338 yang mengandung asas kebebasan berkontrak. Dengan menentang sahnya menurut KUHPerduta Pasal 1320 yang menjelaskan syarat-syarat sahnya perjanjian dalam jual beli dimata hukum di Indonesia. Akan tetapi terkadang dalam kenyataannya terdapat sesuatu beberapa masalah yang lalai dalam melaksanakan jual beli baik itu dari produsen ataupun pembeli atau konsumen. Pelaksanaan transaksi jual beli online melalui toko online menurut Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sudah baik dan pedoman dengan hukum di Indonesia, akan tetapi produsen atau pelaku usaha dan konsumen belum banyak yang tau tentang hak dan kewajiban mereka masing-masing baik produsen maupun konsumen yang telah dijelaskan pada Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Pasal 4 tentang hak konsumen, Pasal 5 tentang kewajiban konsumen, Pasal 6 tentang hak produsen, Pasal 7 tentang kewajiban produsen. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang bertransaksi melalui toko online juga sangat minim disebabkan karena kebijakan yang dibuat atau diterapkan oleh toko online yang bersifat membatasi tanggungjawabnya selaku produsen atau pelaku usaha yang menyediakan barang. Ditambah lagi para konsumen juga tidak mengerti apa yang akan mereka lakukan jika konsumen merasa dirugikan, contohnya pada kasus dengan adanya diskon yang ternyata harga barang tersebut lebih mahal yang produsen tawarkan kepada konsumen.
- b) Pertanggungjawaban dari produsen atau pelaku usaha apabila mereka selaku produsen memberikan suatu berita atau iklan kepada konsumen dengan tidak jujur maka hal tersebut sangat merugikan konsumen dan konsumen berhak untuk meminta pertanggungjawaban dari

produsen. Para produsen atau pelaku usaha dituntut untuk tetap memberikan yang terbaik bagi konsumen, dan tentunya diiringi dengan tindakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan dari produsen atau pelaku usaha adalah untuk mencari keuntungan. Produsen harus menjamin keamanan dan keselamatan konsumen atas produk barang dan jasa yang ditawarkan biasanya disebut dengan perlindungan konsumen dimana bisnis dan perlindungan konsumen sangat berkaitan. Perlindungan konsumen diwujudkan dengan diaturnya perbuatan yang dilarang bagi produsen atau pelaku usaha, hal ini dilakukan untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan, keamanan, kenyamanan baik bagi diri konsumen maupun harga bendanya agar sesuai harga yang dibayarnya terhadap suatu produk atau jasa dengan mutu produk itu sendiri. tetapi kini banyak dari toko-toko online menjual barang atau jasa mereka yang menggunakan diskon dengan harga yang lebih tinggi dari harga sesungguhnya sangat merugikan para konsumen, mereka banyak membuat dan memasang iklan-iklan yang tidak benar atau menyesatkan untuk menarik minat pembeli dengan cara memberikan potongan harga atau diskon yang tidak sesuai. Mengenai peraturan periklanan yang diatur dalam Pasal 17 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sudah dijelaskan bahwa produsen atau pelaku usaha dilarang memasang atau membuat iklan Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga barang atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang atau jasa, tetapi masih banyak produsen yang membuat iklan yang menyesatkan para konsumen. Permasalahan yang akan timbul apabila pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang besar membuat iklan yang bertentangan dengan asas-asas yang terdapat dalam kode etik periklanan. Untuk itu produsen atau pelaku usaha periklanan harus mempertanggung jawabkan atas iklan yang dibuatnya untuk menawarkan barang atau jasanya kepada konsumen. Hal ini dilakukan untuk melindungi konsumen dari tindakan-tindakan curang yang dilakukan pelaku usaha. Para konsumen yang merasa dirugikan dapat menyelesaikan masalah mereka dengan produsen melalui pengadilan maupun diluar pengadilan, apabila produsen atau pelaku usaha terbukti melakukan kecurangan maka terdapat sanksi-sanksi yang dapat dikenakan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan ini. Sanksi-sanksi tersebut diatur dalam Bab XIII UUPK dimulai dari Pasal 60 sampai dengan Pasal 63.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penelitian ini memberikan saran sebagai berikut :

- 1) Kepada pemerintah hendaknya memberikan penegasan kembali mengenai toko online, karena semakin berkembangnya transaksi jual beli online di masyarakat. Masyarakat sendiri tidak menyadari minimnya aspek keamanan dari transaksi itu sendiri yang sekaligus bertujuan juga untuk meminimalisir kejahatan atau penipuan yang dilakukan oleh toko online.

- 2) Pihak toko online diharapkan dapat meningkatkan tanggungjawab terhadap konsumen mereka, sehingga tidak menimbulkan masalah yang tidak diinginkan.
- 3) Kepada masyarakat yang kedudukannya sebagai konsumen hendaknya menjadi konsumen yang cermat, mengetahui dan mengerti akan hak-haknya agar terhindar dari kecurangan produsen yang menguntungkan diri sendiri, seperti yang dilakukan oleh salah satu toko online yang pernah saya temui di internet, mereka menjual barang mereka dengan harga tidak sesuai melalui promosi diskon yang mereka tawarkan.
- 4) Konsumen hendaknya mengetahui jenis, merek, harga barang sebelum membelinya untuk menghindari dari kecurangan para penjual dengan memberikan harga yang tidak sesuai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah hirobbil'amin penulis ucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmatnya sehingga dapat tersusun jurnal ini. Sholawat serta salam penulis panjatkan atas kehadiran Nabi Muhammad SAW atas petunjuk dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan jurnal ini dengan judul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN DENGAN KETIDAKSESUAIAN HARGA DALAM PROMOSI DISKON SECARA ONLINE DENGAN HARGA SESUNGGUHNYA”**

Jurnal ini penulis buat sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S.1) di Fakultas Hukum Program Kekhususan Perdata Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA). Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Jurnal ini tidaklah sempurna. Namun, penulis berharap bahwa karya tulis ini akan memberikan manfaat yang baik bagi pembaca untuk memberikan ilmu dan manfaat yang lebih baik. Banyak kendala dan hambatan yang banyak ditemui oleh penulis hadapi dalam menyusun skripsi ini. Tapi, berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak kendala dan hambatan dapat penulis hadapi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Bapak Bakhir dan Ibu Yuhanah serta kakak ku Faris Alaina
2. Ir. Prabowo Setiyawan, M.T., PhD Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang
3. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E., S.Akt., M.Hum, Dekan sekaligus Dosen Pembimbing Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang
4. Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang
5. Arpangi, S.H.M.H. Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang
6. Seluruh civitas akademik pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Seluruh rekan – rekan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang angkatan 2015 dan angkatan diatas maupun dibawahnya
8. Seluruh pihak yang telah terlibat dan berpartisipasi serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas budi kalian atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Jurnal ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik serta saran yang konstruktif dibutuhkan untuk menyempurnakan. Harapan penulis semoga jurnal ini membawa manfaat bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

A.Z Nasution,2002,Hukum perlindungan konsumen suatu pengantar,diadit media,Jakarta,hal 10.

Abdulkadir Muhammad,Hukum Dan Penelitian Hukum,Citra Aditya Bakti,Bandung 2004,hal 135.

Agnes M Toar, Tanggung Jawab Produk, Sejarah, dan Perkembangannya di Beberapa Negara Ujung Padang: DKIHI Belanda Indonesia, 1988, hlm 2

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hlm. 1

Barkatullah abdul halim,2009,perlindungan hokum bagi konsumen transaksi E-commerce lintas negara di Indonesia,hal.24

Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2014), hlm 8

Moch Nazir,Metode Penelitian,Ghalia Indonesia,Jakara,2008,hal 24.

Prof.Dr.M.Ali mansyur,Penegakan Hukum tentang tanggung gugat produsen dalam perwujudan perlindungan konsumen, GENTA Press, Yogyakarta, hal 51

Ridwan Khairandy,Perjanjian Jual beli,FH UII Press, Yogyakarta, hal 46

B. Peraturan Perundang – Undangan

Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

KUHPerdata

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999

Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008

C. Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Perlindungan_konsumen

<https://finance.detik.com>

<https://www.portalinvestasi.com>

<https://www.kajianpustaka.com>

<https://finance.detik.com/perencanaan-keuangan/d.../jangan-sampai-terjebak-diskon>

<https://dalamislam.com/hukum-islam/hukum-diskon-dalam-islam>

<https://www.hukumonline.com>

<http://rudibrebes.blogspot.com/2013/08/tanggung-jawab-pelaku-usaha-terhadap.html>, diakses pada tanggal 6 Agustus 2019