



## Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Promo *Flash Sale Pada Marketplace Shopee*

Alwinda Oktarie, Firdaus, Rahmad Hendra

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum  
Universitas Riau, Indonesia

Received: 13 Agustus 2023

Revised : 25 Agustus 2023

Accepted: 30 Agustus 2023

### Abstract

*Flashsale is a sales promotion strategy carried out by retailers in the online and offline world, including the Shopee marketplace. The rise of fraud committed by business actors in Shopee flashsale promos using flashsale opportunities has often occurred, this of course makes Shopee consumers feel disadvantaged and disappointed because the long-awaited Flashsale does not match the advertised and promoted goods, impacting Shopee marketplace sellers by reduced consumer interest in participating in the next Flashsale promo. This type of research is sociological juridical. The location of this research is in the jurisdiction of Pekanbaru City. This research was conducted by means of interviews, and literature review. The results of the study are, the actions of business actors regarding the number of products and prices listed in flashsale promos that are not in accordance with what is stipulated in the consumer protection law, can be said to be bad faith from business actors in running a business and not complying with the corridors of obligations of business actors which is regulated in point a of Article 10 of Law Number 8 of 1999. In the absence of system improvements with available item data cases, consumers feel distrusted and lead to losses for the business actors themselves. There is a need for a thorough improvement in the system and education about regulations and the consequences of violations to the community*

**Keywords:** *Responsibilities of Business Actors – Flashsale Promos – Shopee Marketplace*

(\*) Corresponding Author: [oktarialwinda98@gmail.com](mailto:oktarialwinda98@gmail.com)

**How to cite :** Oktarie A, Firdaus, & Hendra R. (2023). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Promo Flash Sale Pada Marketplace Shopee*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8310273>

## PENDAHULUAN

Teknologi web generasi ketiga yang ditandai dengan akses internet *broadband* dan teknologi komputer yang semakin canggih telah menggeser pola belanja konsumen dari konvensional menjadi *online consumer*. Setidaknya sampai akhir 2018 ada 132 juta orang atau lebih dari 50% penduduk Indonesia bisa mengakses internet, dimana perdagangan elektronik (*e-commerce*) atau jual beli di toko online di Indonesia adalah salah satu alasan rentetan dinamika perilaku *online consumer*. Adapun di akhir tahun 2018 jumlah *online shopper* di Indonesia terus meningkat dan diperkirakan mencapai 11,9 persen dari total populasi di Indonesia.<sup>1</sup>

Salah satu *e-commerce* terbaik di Indonesia adalah *marketplace* Shopee. *Marketplace* Shopee Indonesia adalah salah satu pusat perbelanjaan yang dikelola

<sup>1</sup>Andri Donal, "Jumlah Pembeli "Online" Indonesia capai 11,9% dari Populasi", <https://ekonomi.kompas.com>, 2018, diakses, tanggal, 4 Februari 2021, pukul. 20.10 WIB.

oleh Sea Group, dan di Indonesia dikelola oleh PT. Shopee Indonesia.<sup>2</sup> Salah satu strategi *marketplace* Shopee dalam meningkatkan jumlah pengunjung adalah strategi *sales promotion* melalui sosial media dengan memberikan *loyaltygift*, seperti *cashback* dan *giveaway* kepada para konsumen. Tujuannya adalah agar para konsumen merasa puas dan tertarik untuk kembali melakukan pembelian. Salah satu event yang rutin diikuti oleh *marketplace* Shopee adalah *Flash sale*. *Flash sale* adalah salah satu strategi *sales promotion* yang jamak dilakukan oleh peritel di dunia online maupun offline. *Flash sale* mengundang tingginya partisipasi publik dari beberapa pelaku *e-commerce* di Indonesia. Karena sistem penjualan seperti itu tidak selamanya digunakan, namun hanya di moment-moment tertentu saja. Alasannya jelas untuk memberikan keuntungan yang tidak hanya didapatkan dari produsen, tetapi juga peritel dan juga konsumen.<sup>3</sup>

Salah satu contoh promosi *Marketplace* Shopee yang cukup viral yaitu *flash sale* bulanan yang digelar di tanggal kembar. Program-program selain *flash sale* dari aplikasi shopee yaitu: Gratis Ongkir, Gratis Ongkir XTRA, Cashback Xtra, Star & Star+, Flash Voucher, Program Ekspor Shopee, Voucher Toko Saya, Promo Toko, Koin Penjual, Shopee Live, Shopee Video, *Affiliate Marketing Solution*, Hadiah Penilaian, dan Iklan Shopee. Tidak heran hal ini menjadi suatu hal yang terus ditunggu-tunggu oleh para konsumen pengguna Shopee mania. Namun tidak jarang konsumen merasakan kekecewaan atas barang yang telah ia beli dengan harga dan waktu yang terbatas tersebut. Dengan keterbatasan transaksi yang begitu cepat menyebabkan konsumen tidak memperdulikan deskripsi dari barang yang akan dibeli.

Kejadian yang dialami oleh salah satu remaja di Pekanbaru, AH (inisial) yang beberapa kali berhasil memenangkan promo *flashsale*. Dalam beberapakali kesempatan ia berhasil mendapatkan item-item favorit dalam hitungan waktu yang relatif kurang dari 50 detik. *Flash sale* sering diikuti oleh AH (inisial) karena item yang ia dapatkan akan diperjualkannya kembali dengan harga yang lebih tinggi daripada yang ia dapatkan dari promo *flashsale* tersebut.<sup>4</sup> Kemudian dari item yang telah ia transaksikan terdapat barang yang ternyata telat *out of stock*, bahkan tidak jarang barang yang ia dapatkan cacat atau tidak sesuai dengan yang dipesan. Hal ini tentu membuat AH (inisial) merasa dirugikan.

Peristiwa tersebut sangatlah merugikan bagi konsumen, terlebih lagi kasus barang tidak sesuai gambar masih marak terjadi di *marketplace*. Transaksi di *marketplace* harus memperhatikan ketentuan yang berlaku baik ketentuan yang ada di *marketplace* tersebut maupun ketentuan umum yang terkait. Apabila terdapat pihak yang dirugikan dalam melakukan sesuatu, maka akan ada suatu peraturan yang tepat dalam penyelesaian masalah tersebut.<sup>5</sup> Ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai.

<sup>2</sup>Tim Wikipedia, "Shopee Indonesia" dikutip dari id.wikipedia.com, diakses, tanggal, 4 Februari 2021, pukul. 15.03 WIB.

<sup>3</sup>Nur Fadila, Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Flash sale* Di Tokopedia, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Syariah Dan Hukum, Jurusan Hukum Perdata Islam, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Surabaya, 2019, hlm. 3.

<sup>4</sup> Wawancara bersama AH (inisial) sebagai konsumen pengguna *Flashsale*, Hari Jum'at, 2 Juni 2023, Pukul. 14.02 WIB.

<sup>5</sup> R. Abdoel Djamal, *Pengantar Hukum Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016) hlm.6.

Berdasarkan pertimbangan tersebut diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Untuk itu perlu dibentuk Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen.<sup>6</sup>

Kendati UUPK menjamin kepastian hukum atas perlindungan konsumen, salah satu faktor utama yang menjadi kelemahan atau hambatan konsumen dalam memperjuangkan hak yaitu, dikarenakan masih rendahnya taraf kesadaran akan hak yang dimiliki. Pengetahuan hukum konsumen di Indonesia masih sedikit sebelum UUPK itu sendiri berlaku. Padahal berdasarkan syarat dan ketentuan yang dibuat oleh *marketplace* Shopee, *marketplace* sendiri memiliki peraturan baku yang telah mereka tetapkan dan berlaku untuk para pihak yang terlibat didalamnya.<sup>7</sup>

Pada Pasal 4 sampai 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur secara jelas mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha di Indonesia. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan konsumen di Indonesia dapat lebih aktif dalam membela hak-hak mereka yang telah dilanggar. Kemudian payung hukum yang mengatur mengenai *marketplace* yakni Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum serta kepastian hukum terkait penyelenggaraan sistem dan transaksi secara elektronik.

Konsumen berhak untuk memperoleh informasi gambar yang jelas terkait barang yang akan dibeli.<sup>8</sup> Pedagang pada *marketplace* harus mengetahui bagaimana tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *marketplace* sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Setiap konsumen yang melakukan transaksi dalam *flash sale* di Shopee memiliki pengalaman yang dianggap menjadi bagian dari penipuan atau *fraud* sehingga butuh perhatian khusus, bahkan penanganan cepat dari pihak Shopee.

Dari beberapa kasus, para konsumen merasa dirugikan akibat barang yang didapat seringkali tidak sesuai dari hasil transaksi *flash sale* di *marketplace* Shopee. Konsumen beranggapan bahwa *marketplace* shopee menggelar *flashsale* demi keuntungan sepihak, dimana dengan begitu akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mengunjungi *marketplace* tersebut. Sehingga menimbulkan pertentangan kenyataan dengan hak-hak masyarakat dan penjual yang seharusnya dilindungi, kemudian menimbulkan kerugian bagi pihak-pihak terkait.

Hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen di Indonesia. Dalam hal ini, perlindungan hukum terhadap konsumen *marketplace* Shopee yang merasa dirugikan seharusnya didapatkan. Konsumen mendapat hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, serta tidak diskriminatif, serta untuk memperkuat konsolidasi perlu adanya perbaikan sistem keamanan *marketplace* Shopee maupun *marketplace* lainnya

---

<sup>6</sup><https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/409>, diakses, tanggal, 15 Januari 2023.

<sup>7</sup> Nurhafni dan Sanusi Bintang, Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Baku Elektronik, *Kanun Jurnal Hukum*, Vol. 20, No. 3, 2018.

<sup>8</sup> Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional", *Ecodemica* Vol III, No. 2 (2015), hlm. 486.

untuk mencegah kejadian serupa pada promo *Flash sale* lainnya, agar tercapai pula hak memperoleh kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa dalam *marketplace* itu sendiri.

Shopee diharapkan lebih ketat dalam menyeleksi program *Flash sale* karena terjadi banyak kerugian yang beredar di sosial media mengenai *Flash sale* yang dilakukan oleh pelaku usaha. Hal ini membuat konsumen menjadi tidak percaya dengan program *Flash sale* Shopee sehingga minat konsumen dalam melakukan transaksi pada *Flash sale* Shopee menurun. Penelitian ini akan terfokus pada perlindungan hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan oleh event bulanan *Flash sale marketplace* Shopee.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengkaji tentang praktek kecurangan promo *Flash sale* di *marketplace* shopee ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Maka dari itu penulis akan mencoba menyusunnya dalam bentuk skripsi dengan judul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen dalam Promo *Flash sale* pada Marketplace Shopee”

## **METODE**

Penelitian hukum merupakan kegiatan ilmiah berdasarkan metode, sistematika, dan suatu gagasan tertentu dalam mempelajari fenomena hukum tertentu.<sup>9</sup> Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian empiris, melalui pendekatan sosiologis, penelitian hukum sosiologis adalah penelitian yang menggunakan fakta-fakta empiris yang diambil dari perilaku manusia, baik perilaku verbal yang didapat melalui wawancara, kuesioner, maupun perilaku nyata yang dilakukan melalui pengamatan langsung. Penelitian ini dianalisis secara kualitatif, yaitu dengan menguraikan secara deskriptif dari data yang diperoleh melalui hasil wawancara dan kuesioner. Metode berfikir yang digunakan untuk menarik kesimpulan pada penelitian ini, yaitu metode berfikir deduktif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Cara Konsumen Untuk Dapat Menuntut Kerugian Atas Perbuatan Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen**

#### **1. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen**

##### **a. Jual beli**

Pada era internet saat ini, transaksi-transaksi bisnis semakin terintegrasi dan terlaksana melalui cara elektronik.<sup>10</sup> Istilah tersebut secara umum dikaitkan dengan kegiatan berbelanja maupun bertransaksi secara *online*. Dengan populernya kegiatan berbelanja *online*, banyak pula pelaku usaha yang mencoba membuka situs web untuk portal jual beli. Dari tiap pelaku usaha *E-Commerce* akan menjamin data pribadi konsumen tersebut dengan mencantumkan klausula baku yang dibaca oleh konsumen dan disetujui. Lalu konsumen dapat berbelanja sesuai apa yang ingin dicari dan dengan harga yang diinginkan.

<sup>9</sup> Zainuddin. (2018). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Sinar Grafika, hlm. 18.

<sup>10</sup> Dian Mega Erianti Renouw, *Perlindungan Hukum E-Commerce*, Pramuka Grafika, Jakarta, 2016, hlm. 32.

Masyarakat mengenal istilah *flash sale* yang dapat diartikan sebagai kegiatan menjual barang dengan jumlah, harga dan waktu yang telah ditentukan. Dalam kegiatan ini yang menjadi menarik bagi konsumen adalah harga yang ditawarkan akan lebih murah dari pada harga setelah periode ini berakhir.<sup>11</sup> Kegiatan ini umum dilakukan oleh pelaku usaha jual beli online yang biasanya menjual produk yang variatif juga dengan harga yang tentunya lebih rendah dari biasanya.

Sejatinya harga jual suatu barang akan berada diatas harga produksi. Namun dalam periode *flash sale* tersebut, barang yang diperdagangkan bernilai sangat rendah dari pada biaya produksinya. Strategi ini umumnya dilakukan oleh pelaku usaha yang baru memulai usaha atau untuk menarik konsumen baru. Pada kenyataannya, strategi ini diterapkan terus menerus kendati usaha telah berjalan sangat lama. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti bersama AB (inisial) salah satu pelaku usaha *marketplace* Shopee yang berada di Pekanbaru,<sup>12</sup> beranggapan bahwa kegiatan *flash sale* yang dilakukan ia maupun pelaku usaha sudah dianggap hal yang wajar. Tentunya bagi konsumen, adanya upaya ini cenderung menjadi keuntungan. Namun perlu diperhatikan bahwa kegiatan *flash sale* ini sejatinya hanya untuk alasan promosi.

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara bersama WM (inisial) yaitu Pengguna *Marketplace* Shopee yang aktif mengikuti event *Flash sale*.<sup>13</sup> Selama mengikuti event tersebut, ia sering kali memenangkan *flashsale*, item yang sering ia menangkan adalah item-item dengan harga yang cukup standar. Ia melakukan dengan cara memantau barang yang ia inginkan, dengan menyediakan dana berupa *shopeepay* dan jaringan yang kencang. Namun tak jarang barang yang didapatkannya pula tidak sesuai apa yang dipesan, pelaku usaha mengirim barang secara random, padahal pelaku usaha dalam deskripsi tidak menerangkan bahwasanya barang yang di kirim secara random. hal ini WM (inisial) merasa sangat dirugikan atas kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha, dimana tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu kepada konsumen.

Berbeda halnya dengan DR (inisial) yang juga merupakan Pengguna *Marketplace* Shopee yang aktif.<sup>14</sup> Dimana DR (inisial) juga merupakan pelaku usaha yang menerima jasa titip.

“Saya sering melakukan transaksi di Shopee, karena bila dibandingkan dengan marketplace lainnya, di Shopee ini harganya cukup terjangkau, sehingga jika saya jual kembali kepada orang lain saya mendapatkan keuntungan dari setiap item yang saya jual. Dalam hal ini saya memiliki jasa titip batik, yang mana saya

---

<sup>11</sup> Randy Dimas Virgiawan , *Flash sale* Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta , 2020, hlm. 3

<sup>12</sup> Hasil Wawancara dengan AB (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Kamis, Tanggal 1 Juni 2023, Bertempat di Jl. Sisingamangaraja, Pekanbaru.

<sup>13</sup> Hasil Wawancara dengan WM (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Kamis, Tanggal 1 Juni 2023, Bertempat di Perum. Permata Air Dingin, Pekanbaru.

<sup>14</sup> Hasil Wawancara dengan DR (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Sabtu, Tanggal 3 Juni 2023, Bertempat di Perum. Damailanggang, Pekanbaru.

memesan barang ketika orang-orang melihat produk yang tersedia di shopee, namun berkali-kali mitra ini terus menginput data yang sebenarnya sudah tidak tersedia, jadi pelanggan saya juga tidak percaya kepada jasa titip saya.” (Wawancara bersama DR (inisial) sebagai konsumen dan pelaku usaha di marketplace Shopee).

Dari hasil wawancara bersama DR(inisial) dapat ditarik kesimpulan bahwasanya, pelaku usaha masih lalai dalam menginput data yang disediakan. Seharusnya pelaku usaha mengecek secara berkala terkait ketersediaan barang yang mereka produksi. Dalam kasus ini produk yang dijual pada prakteknya tidak dapat diproses barang tersebut dikarenakan barang telah habis (*out of stock*). Kondisi tersebut membuat konsumen merasa dirugikan. Karena konsumen menggunakan kesempatan dan waktunya untuk menanti event *flash sale* tersebut, ketika berhasil memenangkan barang *flash sale*, barang tersebut tidak diserahkan sesuai ketentuannya. Ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai. Berdasarkan pertimbangan diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen.<sup>15</sup>

Kendati UUPK menjamin kepastian hukum atas perlindungan konsumen, salah satu faktor utama yang menjadi kelemahan atau hambatan konsumen dalam memperjuangkan hak yaitu, dikarenakan masih rendahnya taraf kesadaran akan hak yang dimiliki. Pengetahuan hukum konsumen di Indonesia masih sedikit sebelum UUPK itu sendiri berlaku. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha dalam Promo *flash sale* di *Marketplace* Shopee ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dapat bermula dari kekecewaan dan kerugian konsumen yang menyinggung bunyi pada UUPK, “yang mana asas dan tujuan perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.<sup>16</sup> Maka ketika ada suatu transaksi yang menimbulkan kerugian bagi konsumen seperti contoh penjelasan di atas, dimanakah letak asas kemanfaatan bagi konsumen ketika dalam transaksi tersebut timbul kerugian pada satu pihak.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti bersama DA (inisial) salah satu pelaku usaha *marketplace* Shopee yang berada di Pekanbaru,<sup>17</sup> ia beranggapan bahwa Shopee sebagai pelaku usaha menanggapi hal tersebut karena kesalahan dari pelaku usahanya sendiri. Permasalahan yang diangkat antara lain transparansi jumlah barang dan waktu pelaksanaan periode *flash sale* tersebut, dan sistem pengawasan internal terhadap kinerja kegiatan usahanya. Pengawasan tersebut terdiri atas kinerja platform yang digunakan untuk lalu lintas kegiatan yang sangat tinggi saat *flash sale*, dan pengawasan kegiatan karyawan (monitoring) secara otomatis maupun manual. Pada dasarnya hak konsumen

<sup>15</sup><https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/409>, diakses, tanggal, 15 Januari 2023.

<sup>16</sup>Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>17</sup> Hasil Wawancara dengan DA (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Kamis, Tanggal 1 Juni 2023, Bertempat di Perum. Permata Air Dingin, Pekanbaru.

untuk mendapatkan perlindungan hukum sangatlah penting, mengingat begitu lemahnya kedudukan konsumen jika dibandingkan dengan pelaku usaha yang relative lebih kuat dalam banyak hal.<sup>18</sup>

Ada kecenderungan bahwa kegiatan *flash sale* hanya bentuk kegiatan untuk menarik konsumen. Di satu sisi, kegiatan tersebut masih cenderung tertutup secara informasi. Konsumen juga seakan-akan tidak mendapat kejelasan secara riil terkait jumlah barang yang tersisa. Sedangkan menurut pandangan pelaku usaha, kegiatan ini terkesan hanya unjuk gigi pemodal yang secara finansial itu lebih kuat, dan yang lebih lemah akan tersingkirkan dan mungkin cakupan pasarnya akan mengecil.<sup>19</sup>

#### **b. Hak dan Kewajiban**

Kewajiban Pelaku usaha merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang ditargetkan untuk menciptakan budaya tanggung jawab pada diri para pelaku usaha.<sup>20</sup> Pelaksanaan *flash sale* ini dapat dikatakan sebagai langkah efektif untuk menarik konsumen. Namun beberapa konsumen tidak serta merta menikmati bentuk promosi tersebut. faktanya, banyak konsumen merasa informasi yang diberikan tidak selamanya tepat. Beberapa kasus mendapati bahwa adanya konsumen yang dirugikan dengan pelaksanaan *flash sale* tersebut.

Kewajiban adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh mereka yang mengembannya, dalam hal ini Kewajiban Pelaku Usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perikatan. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 1338 ayat 3 BW. Untuk itu, dalam menjamin terciptanya upaya perlindungan konsumen yang efektif maka, Undang-undang Perlindungan Konsumen secara ekplisit menentukan dalam Bab III Pasal 7 terkait kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan oleh Pelaku Usaha.

Setiap produk atau barang yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar dan jelas. Informasi yang diperlukan agar konsumen mengerti terkait produk atau barang yang digunakan. Contohnya, iklan yang baik diartikan sebagai sarana pemberi informasi terhadap konsumen, seharusnya tidak ada manipulasi data. Tidak terkecuali dalam *flash sale* ini yang merupakan periklanan mengenai promosi pemasaran sebaiknya konsumen diberikan informasi yang benar dan jelas terkait promosi yang sedang dilangsungkan.<sup>21</sup>

Dari beberapa kriteria gelaran promosi *flash sale* di atas, pada gelaran promo *flash sale* tersebut masih terdapat kekurangan yaitu berkaitan dengan hak-hak konsumen yang belum terpenuhi, diantaranya adalah hak untuk mendapatkan informasi yang benar. Hal tersebut tercantum pada Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Hak atas

<sup>18</sup>Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 9.

<sup>19</sup><https://www.viva.co.id/digital/digilife/1092575-supaya-flash-sale-adil-jangan-adukuat-uang>, diakses, Tanggal 20 Januari 2023, Pukul 10:34 WIB.

<sup>20</sup>Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm. 34.

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm. 52.

informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.”<sup>22</sup>

Perlunya penjelasan yang benar dan jelas mengenai produk, karena merupakan salah satu penyebab terjadinya kerugian konsumen adalah terjadinya ketidakjelasan terhadap produk atau barang yang dipromosikan. Ketidakjelasan banyak disebabkan karena konsumen sudah tergiur akan iklan-iklan produk tertentu yang pada umumnya hanya melihat kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk ditutup-tutupi. Dengan tersebut, hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar serta jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa tidak bisa terpenuhi.<sup>23</sup>

### c. Kecurangan Pelaku Usaha

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan. Untuk itu seharusnya pihak marketplace ketika melakukan suatu promosi *flash sale* harus mencantumkan dengan jelas detail produk serta rincian harga yang pasti dalam iklan yang ditawarkan bukan hanya sekedar presentase potongan harga yang belum pasti yang membuat konsumen berspekulasi tentang harga yang diberikan.

Jika ada pihak *marketplace* yang mengadakan promosi *flash sale* tidak mencantumkan berapa detail jumlah produk yang ditawarkan ketika promosi sedang berlangsung, bisa saja dikatakan pihak *marketplace* telah melanggar Pasal 11 poin “b”. Akibatnya dari adanya praktik seperti ini, konsumen yang ingin mencari dan membeli produk yang diinginkan melalui program *flash sale* menjadi ragu-ragu apakah konsumen tersebut akan mendapatkan barang atau produk yang diinginkan atau tidak. Keterangan mengenai berapa jumlah produk baru akan muncul ketika promo *flash sale* ini mulai.

Menarik kasus yang melibatkan *E-Commerce* Shopee, dalam promo *flashsale* menjadi kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengobrol item-item yang kurang menjadi daya tarik konsumen. Tentunya pelaku usaha secara curang melakukan *fraud* dalam promo *flash sale* Shopee. Dengan hal ini membuat konsumen lain merasa dirugikan akibat pelaku usaha yang tidak jujur dalam memberikan deskripsi dan spesifikasi terkait item yang dijual selama promo itu berlangsung.

Karena masih banyak konsumen yang dirugikan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab tersebut, konsumen merasa hal tersebut tidak adil karena pihak pelaku usaha tidak bertanggung jawab dalam mengadakan promosi berupa *flash sale* tersebut. Berdasarkan hasil wawancara oleh E (inisial) mantan pelaku usaha *marketplace* shopee,<sup>24</sup> selama menggunakan shopee dalam event *flashsale*, ia mendapatkan keuntungan yang cukup besar. Sebab pengguna shopee sangat mudah tertarik dengan harga-harga yang 30% lebih murah dari harga normal. Jika kedapatan kecurangan yang dilakukan pelaku usaha, serta banyaknya komplain dari konsumen berupa pengaduan terhadap marketplace, maka pihak *marketplace*

<sup>22</sup>Pasal 4 huruf c Undang-undang No.8 Tahun 1999

<sup>23</sup>Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Bagi Konsumen di Indonesia*, PT Raja Grafindo Persada, Depok, 2017, hlm. 113.

<sup>24</sup> Hasil Wawancara bersama AH (inisial) sebagai konsumen pengguna Flashsale, Hari Jum'at, 2 Juni 2023, Pukul. 14.02 WIB.

akan membekukan akun pelaku usaha tersebut bahkan melakukan banned. Hal ini sejalan dengan pengalaman yang dialami oleh E (inisial).

## **2. Upaya Hukum Konsumen Atas Kerugian Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha**

### **a. Gugatan**

Bukti informasi yang diperoleh konsumen melalui iklan promosi tersebut bisa dijadikan alat bukti yang dipertimbangkan oleh hakim ketika konsumen melakukan gugatan terhadap produsen. Bisa saja tindakan produsen yang berupa penyampaian informasi melalui iklan yang kurang jelas dan tidak benar dapat merugikan konsumen, hal tersebut bisa dikategorikan sebagai wanprestasi, karena iklan bisa dianggap sebagai penawaran dan janji-janji yang bersifat mengikat, sehingga isi iklan tersebut dianggap diperjanjikan dalam ikatan jual beli, meskipun tidak bisa dinyatakan secara tegas.<sup>25</sup>

Dalam ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dinyatakan bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian. Disamping itu perseorangan, masyarakat juga dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang merugikan.<sup>26</sup>

### **b. BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen)**

Dalam upaya melindungi hak-hak konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Perundang-undangan lainnya menerapkan sanksi Administratif maupun sanksi Pidana kepada pelaku usaha jika dalam menjalankan atau menawarkan produknya, pelaku usaha terbukti melanggar ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan.

### **c. YLKI**

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merespons keluhan para konsumen yang berebut *Flash sale* di *marketplace* Shopee. Kelalain pelaku usaha dalam penggunaan sistem program *flashsale* membuktikan lemahnya sistem keamanan dalam data *marketplace* itu sendiri. Sehingga menimbulkan pertentangan kenyataan dengan hak-hak masyarakat yang seharusnya dilindungi, kemudian menimbulkan kerugian bagi pihak-pihak terkait.

## **B. Upaya Agar Pelaku Usaha Bertanggung Jawab Dalam Promo *Flash sale* Di *Marketplace* Shopee Tidak Merugikan Konsumen**

Ganti rugi akibat perbuatan melawan hukum ialah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada pihak yang melakukan kesalahan kepada pihak yang dirugikan dan timbul bukan karena adanya perjanjian.<sup>27</sup> Upaya konsumen untuk mendapatkan haknya akibat kerugian yang dialami dalam transaksi di *marketplace* mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausula yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Setiap tuntutan pertanggung jawaban harus mempunyai dasar yaitu hal yang

---

<sup>25</sup>*Ibid.*

<sup>26</sup>Pasal 38 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

<sup>27</sup>Suharnoko, *Hukum Perjanjian*, Pranada Media, Jakarta, 2004, hlm. 14.

menyebabkan seseorang harus (wajib) bertanggung jawab. Dasar pertanggung jawaban itu menurut hukum perdata yaitu kesalahan dan risiko.

Upaya agar pelaku usaha bertanggung jawab dalam promo *Flash sale* di *Marketplace* Shopee tidak merugikan konsumen adalah dengan:

### **1. Memperkuat Kesadaran Konsumen**

- a. Konsumen perlu meningkatkan kesadaran dalam membaca deskripsi untuk mengikuti event bulanan *Flash sale* yang dilakukan oleh pelaku usaha.
- b. Konsumen perlu menjunjung tinggi sportivitas dalam mengikuti event, karena sejatinya event di adakan untuk menaikkan penjualan dari seller-seller shopee itu sendiri
- c. Konsumen perlu memeriksa ketersediaan barang terdahulu dengan menanyakan kepada pelaku usaha agar tidak ada pihak yang dirugikan.

### **2. Meningkatkan Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

Pelaku usaha dalam melakukan usahanya diwajibkan untuk mematuhi aturan yang terdapat pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang salah satu poinnya adalah beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.<sup>28</sup> Pada prakteknya itikad baik sering kali tumpang tindih dengan kewajaran dan kepatutan. Dalam itikad baik ada makna kepatutan, demikian pula pengertian kepatutan terkandung itikad baik. Oleh sebab itu, dalam praktik pengadilan, itikad baik dan kepatutan dipahami sebagai asas satu prinsip yang saling melengkapi.<sup>29</sup>

Beralih dari pemahaman mengenai itikad baik, karena dalam praktik aktifitasnya pelaku usaha tidak boleh merugikan pihak lain, dan tidak memanfaatkan kelalaian pihak untuk menguntungkan diri sendiri. Oleh sebab itu, kontrak tidak hanya ditetapkan oleh kata-kata yang dirumuskan oleh para pihak, tetapi juga oleh keadilan dan itikad baik dalam dunia bisnis, itikad baik yang berkorelasi dengan keadilan akan menjadi keniscayaan apabila tidak diterapkan secara proposional.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dinyatakan mengenai kewajiban pelaku usaha bahwa para pihak dalam PMSE harus memiliki, mencantumkan, atau menyampaikan identitas subyek hukum yang jelas, mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk Sistem Elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut.<sup>30</sup>

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kasus yang terjadi, ketika konsumen telah masuk dalam aplikasi dan memilih produk yang diinginkan lalu diarahkan ke laman deskripsi produk, ternyata

---

<sup>28</sup>Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>29</sup>Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 142.

<sup>30</sup> Unises Marvita Totimage, Hasnah Aziz, Ruhiyat Taufik, Pertanggungjawaban Penyedia Marketplace Dalam Terjadinya Ketidaksesuaian Objek Jual Beli Transaksi Elektronik, *Jurnal Pemandhu*, Vol. 3, No. 2, 2022, hlm. 77

produk yang tertera adalah produk yang telah habis atau *out of stock*. Padahal sebelumnya saat konsumen memilih produk tersebut pada laman *flash sale* tidak ada keterangan seperti tersebut. Hal ini bisa terjadi karena pada saat awal *flash sale* belum dimulai tidak ada keterangan mengenai berapa jumlah produk yang akan dijual selama promo *flash sale* akan berlangsung. Problematik akibat ketidaktersediaan barang yang dilakukan pelaku usaha dalam program *flashsale* tersebut tentunya menjadi kerugian bagi konsumen. Tidak adanya perbaikan yang berarti dalam hal ini menunjukkan bahwa tindakan pelaku usaha itu bisa dikatakan tidak memenuhi kewajibannya sebagai pelaku usaha karena mengakibatkan hanya memikirkan keuntungan serta menghilangkan rasa kepercayaan dari konsumen kepada pelaku usaha yang cenderung akan menimbulkan kerugian.

- b. Tindakan pelaku usaha mengenai jumlah produk dan harga yang tercantum dalam promo *flash sale* yang tidak sesuai dengan sebagaimana diatur dalam Pasal 10 poin a, penawaran yang menyesatkan mengenai suatu harga pada saat promosi dan penjualan yang dilaksanakan melalui cara obral, Pasal 11 poin d mengenai ketersediaan barang yang cukup serta poin f mengenai kenaikan harga barang sebelum melaksanakan obral. Tindakan tersebut bisa dikatakan sebagai itikad tidak baik dari pelaku usaha dalam menjalankan suatu usahanya dan tidak mematuhi koridor kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam poin a Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Terlebih tiadanya perbaikan sistem dengan kasus item yang tidak ada perubahan membuat konsumen merasa tidak percaya dan berujung pada kerugian untuk pelaku usaha sendiri. Perlu adanya perbaikan menyeluruh dalam sistem dan edukasi akan peraturan dan konsekuensi pelanggaran kepada masyarakat.

## REFERENSI

- Acep Rohendi. 2015. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional", *Ecodemica*. Vol III, No. 2.
- Andri Donal, "Jumlah Pembeli "Online" Indonesia capai 11,9% dari Populasi", <https://ekonomi.kompas.com>, diakses, tanggal, 4 Februari 2021.
- Barkatullah, Abdul Halim. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media.
- Djamal, R. Abdoel. 2016. *Pengantar Hukum Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hernoko, Agus Yudha. 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana.
- <https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/409>, diakses, tanggal, 15 Januari 2023.
- <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1092575-supaya-flash-sale-adil-jangan-adukuat-uang>, diakses, Tanggal 20 Januari 2023.
- Miru, Ahmad. 2017. *Prinsip-Prinsip Bagi Konsumen di Indonesia*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Nur Fadila. 2019. Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Flash sale* Di Tokopedia, *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Fakultas Syariah Dan Hukum, Jurusan Hukum Perdata Islam, Prodi Hukum Ekonomi Syariah. Surabaya.

- Nurhafni dan Sanusi Bintang, 2018. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Baku Elektronik. *Kanun Jurnal Hukum*, Vol. 20, No. 3.
- Randy Dimas Virgiawan. 2020. *Flash sale* Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Renouw, Dian Mega Erianti. 2016. *Perlindungan Hukum E-Commerce*. Jakarta: Pramuka Grafika.
- Suharnoko. 2004. *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Pranada Media.
- Tim Wikipedia, "Shopee Indonesia" dikutip dari id.wikipedia.com, diakses, tanggal, 4 Februari 2021.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Unises Marvita Totimage, Hasnah Aziz, Ruhiyat Taufik. 2022. Pertanggungjawaban Penyedia Marketplace Dalam Terjadinya Ketidaksesuaian Objek Jual Beli Transaksi Elektronik, *Jurnal Pemandhu*, Vol. 3, No. 2.
- Wawancara dengan AB (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Kamis, Tanggal 1 Juni 2023, Bertempat di Jl. Sisingamangaraja, Pekanbaru.
- Wawancara bersama AH (inisial) sebagai konsumen pengguna Flashsale, Hari Jum'at, 2 Juni 2023, Bertempat di Perum. Villa Indah Paus.
- Wawancara dengan WM (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Kamis, Tanggal 1 Juni 2023, Bertempat di Perum. Permata Air Dingin, Pekanbaru.
- Wawancara dengan DR (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Sabtu, Tanggal 3 Juni 2023, Bertempat di Perum. Damailanggeng, Pekanbaru.
- Wawancara dengan DA (inisial) salah satu pelaku usaha marketplace Shopee yang berada di Pekanbaru, Hari Kamis, Tanggal 1 Juni 2023, Bertempat di Perum. Permata Air Dingin, Pekanbaru.
- Widjaja, Gunawan, & Ahmad Yani. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zainuddin. 2018. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Sinar Grafika.