

# Perlindungan Konsumen dalam Promosi Barang Toko *Online* Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

(Studi Kasus *Flash Sale* “Kemerdekaan” Tokopedia)

Customer Protection in Online Store Promotions in View of Number 8 Law, Year 1999 about Customer Protection

(A Study Case of Tokopedia “Kemerdekaan” Flash Sale)

<sup>1</sup>Amalia Khoiriyah, <sup>2</sup>Tatty Aryani Ramli

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup>kamalianrp@gmail.com

**Abstract.** *Access Failure in having the goods as promoted in Tokopedia’s “Kemerdekaan” flash sale has caused customers loss in several issues, for instance, customer’s comfortability issue, unfulfilled customer’s expectation and even financial loss. With this loss, customers have the right to obtain their comfortability, goods as promoted and compensation from the enterpriser as a part of their responsibility as regulated in the Number 8 Law, year 1999 about Customer Protection. Methodology used in this research is normative juridical approach since it is a legal research for written regulations so that research specifications used is analytical descriptive. Data analysis used are qualitative normative and comprehensive. The result of this conducted research is that access failure in having the goods is considered as a default which is done by miss-performance and the responsibility of the enterpriser by committing press release and dismissal of their several employees involved in this unmaterialized promotions is not adequate enough to fulfill customers rights since it is for their internal issue only. Whereby the correct responsibility that should have been done is providing compensation as regulated in the article number 19 of Number 8 Law, year 1999 about Customer Protection.*

**Keywords:** Customer Protection, Tokopedia’s “Kemerdekaan” Flash Sale, Seller Responsibility

**Abstrak.** Kegagalan akses untuk mendapatkan barang sebagaimana yang dipromosikan dalam program flash sale “Kemerdekaan” Tokopedia menyebabkan konsumen mengalami kerugian berupa kenyamanan konsumen yang terganggu, ekspektasi konsumen yang tidak terpenuhi dan kehilangan secara finansial. Dengan adanya kerugian pada konsumen, maka konsumen berhak menuntut haknya untuk mendapatkan kenyamanan, memperoleh jaminan barang sebagaimana yang dijanjikan serta mendapatkan ganti rugi sebagai bentuk tanggung jawab dari pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Metodologi yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif karena merupakan penelitian hukum yang ditujukan pada peraturan-peraturan tertulis sehingga spesifikasi penelitian yang digunakan yaitu secara deskriptif analitis. Analisis data yang digunakan adalah secara normatif kualitatif, komprehensif dan lengkap. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah kegagalan akses untuk mendapatkan barang dikategorikan sebagai wanprestasi dengan bentuk melakukan prestasi tetapi keliru dan tanggung jawab pelaku usaha toko online dengan melakukan press release dan pemecatan kepada beberapa karyawan Tokopedia atas promosi yang tidak terlaksana tidak cukup memberikan pemenuhan terhadap hak-hak konsumen karena hanya berupa itikad baik untuk memperbaiki keadaan dalam internal perusahaan, tanggung jawab yang seharusnya dilakukan adalah memberikan ganti rugi sesuai dengan Pasal 19 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, *Flash Sale* “Kemerdekaan” Tokopedia, Tanggung Jawab Pelaku Usaha

## A. Pendahuluan

Pada era globalisasi

perkembangan teknologi membawa kemajuan pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia.<sup>1</sup> Salah satu bentuk

<sup>1</sup>Man Suparman Sastrawidjaja, *Perjanjian Baku Dalam Aktivitas Dunia Maya, Cyberlaw: Suatu*

*Pengantar*, Cetakan I, Elips II, Jakarta, 2002, Hlm.14.

dari perkembangan teknologi yang di kenal oleh masyarakat luas adalah internet. Dengan adanya internet memberikan kemudahan komunikasi secara global dan memungkinkan manusia memperoleh serta saling bertukar informasi dengan cepat.<sup>2</sup> Internet yang terbuka bagi masyarakat luas mulai digunakan untuk kepentingan perdagangan.

Transaksi perdagangan yang menggunakan teknologi sebagai mediana disebut transaksi elektronik atau perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)*. Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>3</sup> Transaksi perdagangan (jual beli) secara konvensional atau secara elektronik merupakan suatu perjanjian yang sah dan mengikat atau mempunyai kekuatan hukum setelah tercapainya sepakat antara penjual dan pembeli. Dengan adanya kata sepakat menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi.<sup>4</sup>

Kewajiban atau prestasi para pihak diatur dalam ketentuan Undang - Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penyelenggara layanan *e-commerce* dalam menarik perhatian konsumen membuat suatu strategi dengan menawarkan promosi yang dikenal dengan *flash sale* yaitu teknik menjual produk dengan kuantitas dan waktu tertentu yang dibatasi hanya dalam 1 hingga 2 jam dengan iming-iming harga miring.

Beberapa toko *online* yang sudah menawarkan program *flash sale* yaitu Lazada, Shopee, JD.ID, Bukalapak, Zalora, Blibli dan Tokopedia.

Dalam suatu kegiatan promosi toko *online* dengan model *flash sale* yang diadakan oleh salah satu toko *online*, konsumen gagal mendapatkan akses untuk membeli barang yang ditawarkan. Pada awalnya konsumen menganggap bahwa ada masalah teknologi yang menyebabkan tidak terbukanya akses, tetapi hal tersebut dialami oleh hampir semua calon pembeli.

Setelah adanya komplain dari konsumen, toko *online* tersebut mengadakan *press release* yang menyatakan bahwa ada masalah internal dalam perusahaan ketika program *flash sale* tersebut berlangsung.

Permasalahannya, hal ini telah merugikan banyak konsumen karena kenyamanan konsumen yang terganggu, ekspektasi konsumen yang tidak terpenuhi karena konsumen tidak mendapatkan barang yang ditawarkan, serta kehilangan secara finansial.

Hal ini menjadi penting untuk diteliti karena berkaitan dengan konsumen, maka hukum harus memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.<sup>5</sup>

## B. Landasan Teori

### 1. Perjanjian

Jual beli menurut pasal 1457

<sup>2</sup>Budi Rahardjo, *Peraturan dan Pengaturan Cyberspace di Indonesia*, tersedia di <https://behard.files.wordpress.com/2011/01/draftbuku-cyberlaw.pdf>, diakses pada 19 September 2018

<sup>3</sup>Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang

Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 Ayat (2).

<sup>4</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermedia, Jakarta, 2002, Hlm.79.

<sup>5</sup> Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987, Hlm. 25.

adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.<sup>6</sup>

M. Yahya Harahap mengemukakan bahwa perjanjian mengandung suatu pengertian yang memberikan suatu hak pada suatu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi.

Sesuai dengan ketentuan pasal 1233 KUHPer, perjanjian dilahirkan karena persetujuan dan karena undang-undang.<sup>7</sup> Dalam suatu perjanjian baik perjanjian jual beli secara konvensional maupun secara elektronik harus memenuhi unsur-unsur penting dalam perjanjian. Unsur-unsur dari perjanjian itu sendiri meliputi:<sup>8</sup> unsur essentialia, unsur naturalia dan unsur accidentalia.

Setiap perjanjian agar secara sah mengikat bagi para pihak, maka harus memenuhi syarat sahnya perjanjian. Berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata syarat-syarat sahnya suatu perjanjian adalah:<sup>9</sup> sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, cakap untuk membuat suatu perjanjian, perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal.

Di dalam buku III KUHPerdata dikenal asas-asas penting dalam suatu perjanjian, yaitu:<sup>10</sup> asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas pacta sunt servanda, dan asas itikad

baik.

Perjanjian dapat hapus karena ditentukan dalam perjanjian oleh para pihak, Undang-undang menentukan batas berlakunya perjanjian, para pihak atau Undang-undang dapat menentukan bahwa dengan terjadinya peristiwa tertentu, maka perjanjian akan dihapus misalnya salah satu pihak meninggal dunia, pernyataan menghentikan persetujuan, perjanjian hapus karena putusan hakim, tujuan perjanjian telah selesai, dengan persetujuan para pihak.<sup>11</sup>

Prestasi adalah sesuatu yang dapat dituntut, sesuatu yang wajib dipenuhi oleh debitur dalam suatu perikatan Menurut Pasal 1234 KUHPerdata prestasi terbagi menjadi 3 macam:

2. Prestasi untuk memberikan sesuatu
3. Prestasi untuk melakukan sesuatu atau berbuat sesuatu
4. Prestasi untuk tidak berbuat sesuatu

Jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya dengan baik sesuai dengan perjanjian, pihak tersebut dikatakan telah ingkar janji atau wanprestasi.<sup>12</sup>

Menurut kamus Hukum, wanprestasi berarti kelalaian, kealpaan, cidera janji, tidak menepati kewajibannya dalam perjanjian Menurut R. Subekti wanprestasi dibagi menjadi empat bentuk, yaitu:<sup>13</sup> tidak

<sup>6</sup>Salim H.S, *Hukum Kontrak (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak)*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, Hlm. 48.

<sup>7</sup> R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT Pradnya Paramita, Jakarta, 2004, Hlm. 232

<sup>8</sup> R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Cetakan keenam, Putraabardin, Bandung, 1999, Hlm. 50.

<sup>9</sup> Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*, PT Alumni, Bandung, 1989, Hlm. 213-222

<sup>10</sup> Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, Hlm. 9-13.

<sup>11</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, Hlm.102

<sup>12</sup>Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, Hlm.72.

<sup>13</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1987, Hlm.45

memenuhi prestasi sama sekali, terlambat memenuhi prestasi, debitur keliru memenuhi prestasi, melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

## 2. Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Dalam hal ini hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha dan cara-cara mempertahankan hak dan kewajiban.<sup>14</sup> Terdapat prinsip-prinsip yang berlaku dalam bidang hukum perlindungan konsumen Yang termasuk pada doktrin atau teori tersebut adalah:<sup>15</sup>

- a. Teori Let The Buyer Beware (caveat emptor)
- b. Teori The Due Care Theory
- c. Teori The Privity of Contract

Asas-asas yang dianut dalam hukum perlindungan konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen dan asas kepastian hukum.

Secara umum dikenal empat hak dasar konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*), hak untuk didengar (*the right to be heard*).<sup>16</sup>

Pengertian pelaku usaha

terdapat dalam pasal 1 angka 3 UUPK yakni setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah negara hukum negara Republik Indonesia baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pelaku usaha dibebani dua jenis pertanggungjawaban, yaitu pertanggungjawaban publik dan pertanggungjawaban privat (keperdataan). Pertanggungjawaban privat diatur dalam Pasal 19 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>17</sup>

Tanggung jawab yang diemban pelaku usaha dalam Pasal 19 yaitu jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengkonsumsi produk yang diperdagangkan, produsen sebagai pelaku usaha wajib memberi penggantian kerugian, baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan, maupun dengan pemberian santunan. Penggantian kerugian itu dilakukan dalam waktu paling lama tujuh hari setelah tanggal transaksi.

## 3. E-Commerce

Dalam arti luas *e-commerce* diartikan sama dengan istilah *e-business*, yakni mencakup tidak hanya transaksi *online*, tetapi juga termasuk layanan pelanggan, hubungan dagang dengan mitra bisnis, dan transaksi internet dalam sebuah organisasi.<sup>18</sup>

<sup>14</sup> Janus Sidabalok, *op.cit.*, Hlm.37

<sup>15</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi*, Grasindo, Jakarta, 2006,, Hlm. 61-64.

<sup>16</sup> *Ibid*, Hlm.19.

<sup>17</sup> Janus Sidalabok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, Hlm. 80-82

<sup>18</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Modern di Era Global*, Cetakan

Ruang lingkup *e-commerce* meliputi 3 sisi yaitu:<sup>19</sup>

- a. Bisnis ke bisnis (Business to business)
- b. Bisnis ke konsumen (Business to consumer)
- c. Konsumen ke konsumen (Consumer to consumer)

### C. Hasil Penelitian

Program *flash sale* “Kemerdekaan” Tokopedia menurut KUHPerduta merupakan suatu perjanjian, karena telah memenuhi syarat sah nya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerduta yaitu kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal.

Dalam program *flash sale* prestasi yang dilakukan oleh Tokopedia adalah memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mendapatkan barang dengan harga yang murah sebagaimana yang telah dipromosikan atau diiklankan kemudian menyerahkan barang tersebut kepada konsumen.

Kesempatan tersebut tidak dapat dinikmati oleh konsumen karena terjadi kegagalan akses yang disebabkan oleh kesalahan internal yang dilakukan oleh pegawai Tokopedia. Sehingga semua penawaran yang diberikan tidak dapat diterima oleh konsumen dan konsumen mengalami kerugian berupa kenyamanan yang terganggu, ekspektasi yang tidak terpenuhi dan kerugian secara finansial.

Penggaran transaksi yang dilakukan oleh pegawai Tokopedia bertentangan dengan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 9 ayat (1) huruf e dan Pasal 12 UUPK. Dalam

Pasal 9 ayat (1) UUPK pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut tersedia.

Kemudian dalam Pasal 12 UUPK pelaku usaha dilarang untuk menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Sehingga Tokopedia mengambil tindakan berupa pemutusan hubungan kerja dengan puluhan karyawan yang terlibat dalam kecurangan pada saat program *flash sale* berlangsung. Hal ini dilakukan sebagai upaya memberikan tanggung jawab kepada konsumen.

Menurut penulis, tanggung jawab tersebut hanya berupa itikad baik untuk memperbaiki keadaan dan belum maksimal karena hanya melakukan tanggung jawab di dalam internal perusahaan serta belum memberikan pemenuhan terhadap hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam hal adanya kerugian pada konsumen dalam program *flash sale* “Kemerdekaan” berupa kenyamanan konsumen yang terganggu, ekspektasi konsumen yang tidak terpenuhi serta kehilangan secara finansial, maka berdasarkan Pasal 4 huruf h UUPK, konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

III, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008, Hlm. 407.

<sup>19</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, Hlm.18.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian, maka kesimpulan yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Kegagalan akses pada program *flash sale* “Kemerdekaan” Tokopedia, dimana konsumen tidak dapat membeli barang sesuai dengan penawaran dan syarat yang telah ditentukan adalah wanprestasi. Dalam hal ini bentuk wanprestasi yang dilakukan Tokopedia adalah melakukan prestasi tetapi keliru.
2. *Press Release* dan tindakan pemutusan hubungan kerja dengan puluhan karyawan yang terlibat dalam kasus gagal akses pada program *flash sale* Tokopedia sebagai tanggung jawab kepada konsumen tidak cukup memberikan pemenuhan terhadap hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UUPK. Karena sebagaimana disebutkan dalam Pasal 19 UUPK tanggung jawab yang harus dilakukan adalah memberikan ganti rugi.

#### E. Saran

Dalam kasus gagal akses pada program *flash sale* “Kemerdekaan” Tokopedia, selain regulasi dan audit internal, penegakan integritas para karyawan harus ditunjukkan para pelaku usaha secara lebih baik dengan membudayakan etika yang baik dalam bekerja.

Sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen yang mengalami kerugian maka dapat memberikan ganti rugi dengan mengadakan kembali program *flash sale* dengan pengawasan yang lebih ketat sehingga tidak ada lagi kecurangan yang mengganggu kenyamanan konsumen.

#### Daftar Pustaka

- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014.
- Man Suparman Sastrawidjaja. *Perjanjian Baku Dalam Aktivitas Dunia Maya, Cyberlaw: Suatu Pengantar*. Jakarta: Elips II, 2002.
- Philipus M. Hadjon. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.
- R. Setiawan. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Vol. VI. Bandung: Putraabardin, 1999.
- R. Subekti dan R. Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2004.
- Riduan Syahrani. *Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*. Bandung: PT Alumni, 1989.
- Salim H.S. *Hukum Kontrak (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak)*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi*. Jakarta: Grasindo, 2006.