

Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Mengenai Diskon Palsu Dalam Bertransaksi Elektronik

Kharisma Rafi'ani

Fakultas Hukum, Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

E-mail Koresponden: kharisma.rafiani@ukdc.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi yang berpengaruh pada sektor perdagangan memberikan dampak berupa pelaku usaha yang dapat melakukan transaksi jual beli selama 24 jam tanpa henti dan melakukan promosi hingga ke dunia internasional. Transaksi jual beli ini sering dilakukan melalui *e-commerce*, dalam melakukan transaksi ini juga terdapat beberapa kelemahan yang diantaranya adalah diskon palsu yang dapat merugikan konsumen. Penulisan ini juga didasarkan pada penelitian terdahulu terkait dengan penerapan diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha di hari belanja online nasional yang ditemukan hasil bahwa terciptanya website yang dapat mengetahui riwayat harga produk tersebut agar konsumen merasa tidak ditipu oleh pelaku usaha, serta peneliti lain yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen terhadap diskon palsu adalah kewajiban pelaku usaha dan apabila konsumen merasa dirugikan, ia dapat melakukan pengaduan kepada BPSK. Dengan ini penulis dalam penulisannya ingin mengetahui bagaimana perlindungan hukum yang didapatkan oleh konsumen terhadap diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui transaksi dalam *e-commerce* dan juga untuk mengetahui bagaimana kekuatan hukum perjanjian baku yang ada dalam bertransaksi elektronik melalui *e-commerce* jika terjadi diskon palsu yang dapat merugikan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian yuridis-normatif yang menggunakan artikel-artikel, buku-buku, serta bahan hukum lainnya sebagai sumber pendukung penulisan. Berfokus pada diskon palsu yang diterima oleh konsumen dan dalam transaksi elektronik yang pasti menggunakan perjanjian baku dalam transaksinya maka dapat dikatakan bahwa konsumen berada pada posisi yang lemah. Sehingga, UUPK diharapkan dapat melindungi hak-hak konsumen secara utuh dengan melakukan perubahan kepada UUPK. Hal ini juga dilandaskan karena telah terjadinya perubahan pada bentuk transaksi di era digital.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Diskon Palsu, Perjanjian Baku

Abstract

Technological developments that affect the trade sector have an impact in the form of business actors who can make buying and selling transaction 24 hours without stopping and carry out promotion to the international world. These buying and selling transactions are often carried out through e-commerce, in carrying out these transaction there are also several weaknesses which include fake discounts that can harm consumers. This writing is also based on previous research related to the implementation of fake discounts carried out by business actors on national online shopping days which found the result that website were

created that could find out the price history of these products so that consumers felt they were not being cheated by business actors, as well as other researchers who stated that consumer protection against fake discount is the obligation of business actors and if consumers feel aggrieved, they can make complaints to BPSK. With this, the author in writing wants to know how the legal protection is obtained by consumers against fake discounts carried out by business actors through transactions in e-commerce and also to find out how the legal force of standard agreements exists in electronic transactions through e-commerce if fake discounts occur, which can be detrimental to consumers. This research was conducted using the juridical-normative research method using articles, books, and other legal materials as sources of support for writing. Focusing on fake discounts received by consumers and electronic and in electronic transactions that definitely use standard agreements in their transaction, it can be said that consumers are in a weak position. Thus, UUPK is expected to protect consumers rights as a whole by making changes to UUPK. This is also based on the fact that there have been changes in the form of transaction in the digital era.

Keywords: *Consumer Protection, Fake Discounts, Standard Agreement*

A. PENDAHULUAN

Hukum memiliki sifat yang dinamis, hal ini juga diperkuat oleh konsep antroposentris yang dikemukakan oleh Satjipto bahwa terdapat hubungan antara manusia dan kebenaran. Dalam konsep ini kebenaran menjadi milik manusia yang senantiasa paradoksal, multidimensional, dan juga dinamis.¹ Sehingga, hukum pun menjadi dinamis karena hukum bergerak mengikuti perubahan yang terjadi didalam masyarakat. Artinya, hukum yang dikodifikasikan oleh pemerintah dalam bentuk teks-teks dapat bermakna ketika manusia itu memaknainya. Hal ini merujuk pada teks peraturan perundang-undangan.² Pada era digital saat ini banyak perkembangan yang terjadi di tengah masyarakat baik pada sektor pendidikan, pekerjaan, bahkan sampai ke sektor perdagangan, perkembangan ini *disupport* oleh teknologi informasi atau yang biasa disebut dengan istilah internet.

Sebelum adanya perkembangan internet semua hal dilakukan secara manual. Pada sektor perdagangan, transaksi jual beli dilakukan secara tatap muka langsung antara pelaku usaha dengan konsumen di satu tempat yang sama. Namun pada saat ini, era perkembangan internet dapat dilakukan transaksi jual beli tanpa berada di satu tempat yang sama yaitu dengan melalui *platform* elektronik *commerce* atau yang biasa disebut sebagai *e-commers*.³ Sistem perdagangan yang ada di *e-commerce* adalah bisnis modern yang tidak memakai tanda tangan

¹ Anthon F Suanto, "Filsafat dan Teori Hukum: Dinamika Tafsir Pemikiran Hukum di Indonesia", (Jakarta: Prenamedia Group, 2019), hlm 33.

² *ibid*, hlm 34.

³ Bagas Wigrha Tama, (2018), "Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Iklan Diskon Hari Belanja Online Nasional di Situs Jual Beli Online", *Skripsi*, Universitas Islam Indoensia, hlm 1.

sebagai bentuk terjadinya perjanjian jual beli diantara dua pihak.⁴ Perjanjian diatur dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (yang selanjutnya disebut sebagai KUHPerdata) bahwa “*suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.*” Dengan ini dapat diartikan bahwa perjanjian adalah sebuah mufakat atau persetujuan yang dilakukan antar dua belah pihak untuk melaksanakan sesuatu.

Perjanjian yang dilakukan dalam sektor perdagangan adalah sebuah kegiatan bisnis yang harus dilaksanakan secara sehat yaitu dengan memperhatikan keseimbangan perlindungan hukum diantara pelaku usaha dan juga konsumen.⁵ Keseimbangan yang dimaksudkan adalah tidak adanya ketimpangan kedudukan antara produsen dan konsumen dalam mendapatkan perlindungan hukum. Namun, hal ini tidak berlaku jika perjanjian tersebut mengandung unsur klausula baku. Arti dari klausula baku dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (10) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut sebagai UUPK) bahwa “*klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.*” Dengan demikian dapat diartikan bahwa pelaku usaha memiliki keuntungan dibandingkan dengan konsumen, hal ini didasarkan karena tidak adanya kesepakatan diantara dua belah pihak.

Salah satu bentuk klausula baku dalam sektor perdagangan adalah belanja melalui *e-commers*. Saat ini setiap orang telah dimudahkan dalam berbelanja baik berbelanja barang kebutuhan sehari-hari, paket internet, pembayaran listrik sampai dengan makanan. Shopee adalah salah satu aplikasi *e-commers* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena penggunaannya yang sangat mudah.⁶ Kemudahan pada aplikasi shopee ini membuat peningkatan persaingan usaha ditambah dengan adanya harga diskon yang diberikan oleh shopee, yang mana diskon sangatlah menarik bagi konsumen untuk membeli barang tersebut tanpa memikirkan kendala serta akibatnya.⁷ Namun, hal ini menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat dan merugikan konsumen. Hal ini didasarkan pada munculnya fenomena diskon palsu, yaitu diskon yang diberikan kepada

⁴ *Ibid*, hlm 3

⁵ Nurhafni, (2018), “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perjanjian Baku Elektronik”, *Jurnal Kanun*, Volume 20, No (3), hlm 474.

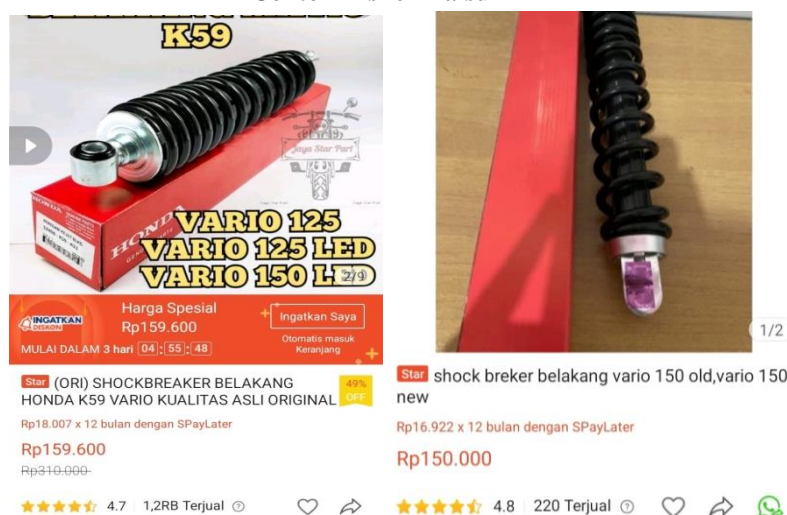
⁶ Siti Rachmatiya Lastmi Dehi, et. al., (2023), “Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembeli di Aplikasi Shopee”, *Journal of Economic and Business Education*, Volume 1, No (1), hlm. 141.

⁷ Siti Rachmatiya Lastmi Dehi, *Loc Cit.*

konsumen dengan menaikkan harga asli barang tersebut terlebih dahulu.⁸ Dengan ini, konsumen merasa dirugikan karena tidak mengingat harga asli atau harga sebelum perubahan, pelaku usaha juga tidak menampilkan riwayat harga produk yang ada.⁹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fandy Fahreza Ramadhana Fauzi dan rekan-rekannya menghasilkan data bahwa diskon palsu yang ada di *e-commers* terjadi pada hari belanja online nasional (yang selanjutnya disebut sebagai *harbolnas*), sehingga dikembangkanlah aplikasi web pelacakan harga situs web *e-commerce* untuk melakukan pelacakan harga dengan memasukkan tautan produk kedalam aplikasi untuk melacak riwayat harga produk tersebut.¹⁰ Hal ini berbeda dengan yang ditemukan oleh penulis, bahwa diskon palsu saat ini dapat ditemukan kapan pun tidak hanya di *harbolnas*, hal ini dapat dilihat dalam gambar 1.1

Gambar 1.1
Contoh Diskon Palsu



Sumber : Aplikasi Shopee

Terlihat dalam gambar bahwa dalam aplikasi *e-commerce* shopee ada pelaku usaha yang tidak melakukan bisnis dengan baik.

Berdasarkan Pasal 9 ayat (1) huruf a UUPK bahwa “*pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.*” Hal ini berarti bahwa

⁸ Muhammad Fandy Fahreza Ramadhana Fauzi, et. al., (2019), “Pengembangan Aplikasi Web Pelacakan Harga Situs Web *E-commerce*”, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Volume 3, No (10), hlm 9435.

⁹ *Ibid*, hlm 9434.

¹⁰ Muhammad Fandy Fahreza Ramadhana Fauzi, et. al., *Op Cit*, hlm 9442.

apabila pelaku usaha menetapkan adanya diskon palsu dalam produknya termasuk kedalam perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sehingga hal ini dapat diajukan laporan kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional sebagai bentuk perlindungan konsumen dari diskon palsu.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Laila Maliana mengenai diskon palsu dan diperoleh hasil bahwa perlindungan konsumen terhadap diskon palsu adalah suatu kewajiban yang harus diberikan oleh pelaku usaha yang didasarkan pada UUPK dan apabila terjadi sengketa maka penyelesaian dapat dilakukan dengan cara berdamai antar belah pihak atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (yang selanjutnya disebut sebagai BPSK).¹¹ Sedangkan penulis akan menghubungkan antara perlindungan konsumen atas diskon palsu dengan kekuatan hukum dari klausula baku yang mana diketahui bahwa *e-commerce* adalah perjanjian jual beli yang perjanjiannya hanya ditetapkan oleh pelaku usaha. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan 2 (dua) permasalahan. Pertama, Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui *e-commerce*? Kedua, bagaimana kekuatan hukum perjanjian baku jika terjadi diskon palsu yang dialami oleh konsumen saat bertansaksi elektronik?

B. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh penulis guna menjawab rumusan masalah diatas dengan menggunakan metode penelitian yuridis-normatif melalui *library research* dengan pendekatan aturan perundang-undangan dan juga bahan hukum lainnya yang berkaitan dengan rumusan masalah.¹² Penelitian hukum normatif juga mencakup dari penelitian terhadap asas-asas hukum, penelitian terhadap sistematika hukum, perbandingan hukum, sejarah hukum, maupun penelitian terhadap taraf sinkronisasi vertikal dan horizontal.¹³ Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mengacu pada penelitian terhadap sistematika hukum dengan mengidentifikasi pengertian hukum dalam sebuah peraturan perundang-undangan. Jenis data yang digunakan oleh penulis yaitu buku-buku, artikel-artikel, dan hasil penelitian sebelumnya yang berkesesuaian dengan topik penulis.

¹¹ Laila Marlina Siregar, (2020), "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pemberian Diskon Palsu yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha", *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara, hlm 1.

¹² Maria Rosalind, et. al., (2021), "Petisi Daring Berbasis Demokrasi Deliberatif dalam Menanggapi Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS)", *Jurnal Sapientia et Virtus*, Volume 6, No (2), hlm 89.

¹³ Jonaedi Efendi & Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (Depok: Prenadamedia Group, 2016) hlm 129.

C. HASIL DAN ANALISIS

1. Perlindungan Konsumen Terhadap Diskon Palsu dalam *E-commerce* Berdasar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Saat ini dunia sedang berada pada era globalisasi yang mana segala hal bergantung pada perangkat atau media telekomunikasi dan teknologi informasi. Adapun pendapat Jack Febrian yang ditulis dalam buku *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia* dan ditulis oleh Abdul Halim Barkatullah menyebutkan bahwa “Evolusi teknologi telekomunikasi dan teknologi informasi dimulai sejak adanya inovasi teknologi sistem informasi yang berbasis pada integrasi antara teknologi komunikasi dengan teknologi komputer, yang disebut dengan *Interconnection Networking* atau disingkat dengan internet, yang dapat diartikan sebagai *global network of computer networks* atau sebuah jaringan komputer dalam skala global dan mendunia.”¹⁴ Perkembangan dan kemajuan teknologi ini menyebabkan banyak perubahan kegiatan manusia, *e-commerce* adalah salah wujud bahwa telah terjadi perubahan teknologi dimasa globalisasi saat ini yang mana transaksi jual beli biasa dilakukan secara langsung, saat ini dapat melalui internet atau tanpa adanya interaksi langsung antara pelaku usaha dan konsumen.

Perlindungan hukum adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk memenuhi hak dan memberikan rasa aman kepada korban dari tindak kejahatan melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, maupun bantuan hukum.¹⁵ Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menjelaskan bahwa terdapat hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen atas kerugian yang didapat dari penggunaan produk dan/atau jasa dari para pelaku usaha yang curang.¹⁶ Mengingat bahwa saat ini telah memasuki era globalisasi yang mana konsumen dapat melakukan aktifitas berbelanja melalui internet, maka perlindungan hukum yang diberikan haruslah diatur lebih rinci seperti hak dan kewajiban konsumen yang dapat dilakukan dalam bertransaksi secara elektronik.

Terdapat hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi elektronik, walau para pihak tidak saling berhadapan secara langsung. Hal ini didasarkan pada Pasal 1474 sampai Pasal 1540 KUHPerduta. Dalam Pasal 1457 KUHPerduta dijelaskan mengenai definisi jual beli yaitu “*jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang*

¹⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia*, (Bandung: Nusa Media, 2018), hlm 1.

¹⁵ Roberto Ranto, (2019), “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik”, *Jurnal Alethea*, Volume 2, No (2), hlm 148.

¹⁶ *Ibid*, hlm 149.

telah diperjanjikan.”¹⁷ Sehingga dapat diartikan bahwa adanya perjanjian yang mengikat diantara para pihak yang diikuti dengan hak dan kewajibannya. Adapun perbedaan antara bertransaksi melalui *e-commerce* dengan transaksi perdagangan biasa yaitu:¹⁸

- a. Penjualan produk: melalui *e-commerce* dapat melakukan penjualan produk berupa barang bergerak maupun tidak bergerak, barang berbentuk maupun tidak berbentuk hingga produk elektronik maupun non elektronik.
- b. Jual beli bersifat anonim: dalam bertransaksi elektronik melalui *e-commerce*, pelaku usaha dan konsumen tidak saling mengenal satu dengan yang lainnya atau tidaknya interaksi secara langsung yang dilakukan oleh kedua belah pihak.
- c. Tanpa batas melakukan transaksi: dengan adanya internet para pelaku usaha dapat melakukan promosi selama 24 jam untuk menjual barang kepada konsumen baik dalam negeri maupun luar negeri melalui *e-commerce*, sehingga konsumen dari seluruh dunia dapat mengakses dan melakukan transaksi selama konsumen menginginkannya.

Pada dasarnya bertransaksi elektronik adalah kegiatan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan barang dan juga memberikan dampak yang baik bagi pemasaran produk pelaku usaha. Namun, hal ini menjadi permasalahan apabila adanya kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang disebabkan oleh konsumen yang tidak memperhatikan keterangan barang, *testimonial*, atau mencari kebenaran mengenai barang tersebut terlebih dahulu karena tidak adanya interaksi secara langsung.

Pada kasus ini didapati adanya diskon palsu yang dapat merugikan konsumen, karena konsumen merasa ditipu oleh pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 4 huruf c UUPK dijelaskan bahwa “*hak konsumen adalah: hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa*” Dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan informasi terkait dengan harga barang sebenarnya.¹⁹ Pada dasarnya konsumen memiliki persepsi harga suatu produk, bahwa harga merupakan nominal uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang tersebut. Sehingga, nominal dari value yang dibebankan kepada konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan

¹⁷ Yustina Dhian Novita & Budi Santoso, (2021), “Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital”, *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Volume 3, No (1), hlm 51–52.

¹⁸ Verren Andreas & Mariske Myeke Tampi, (2020), “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan Akibat Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli Oleh PT Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Ibu Maya di Tahun 2018)”, *Jurnal Hukum Adigama*, Volume 3, No (2), hlm 908.

¹⁹ Melina Gabrila Winata, (2022), “Perlindungan Hukum Bagi Korban Pengguna Produk Kosmetik Ilegal Berbahaya”, *Jurnal Sapientia et Virtus*, Volume 7, No (1), hlm 35–36.

nilai produk tersebut.²⁰ Konsumen sering beranggapan bahwa semakin tinggi harga barang yang dijual maka kondisi atau kualitas barang tersebut bagus atau layak untuk digunakan.

Adapun kewajiban pelaku usaha yang harus dilakukan berdasarkan Pasal 7 huruf b UUPK bahwa “*kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.*” Hal ini menjadi tidak benar jika pelaku usaha tetap menggunakan diskon palsu untuk menarik konsumen agar konsumen membeli produk yang diiklankan tersebut. Dalam Pasal 10 UUPK juga menjelaskan bahwa “*pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, dan mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:*

- a. *Harga atau tarif barang dan/atau jasa;*
- b. *Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;*
- c. *Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;*
- d. *Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;*
- e. *Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa”*

Hal ini memiliki arti bahwa berdasarkan Pasal 10 huruf a dan juga huruf d UUPK telah melarang pelaku usaha untuk membuat diskon palsu. Pelarangan penggunaan diskon palsu dalam perjanjian jual beli juga diatur dalam Pasal 11 huruf f UUPK dengan bunyi “*pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui atau menyesatkan konsumen dengan: menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.*” Perilaku yang dilakukan oleh pelaku usaha ketika memberikan diskon palsu adalah dengan cara menaikkan harga asli barang tersebut terlebih dahulu yang kemudian diberikan diskon, sehingga harga barang dengan adanya diskon masih tetap saja seperti harga asli barang tersebut sebelum di naikkan atau dapat dikatakan bahwa sebenarnya tidak terjadi adanya potongan harga pada produk tersebut.

Diskon palsu yang dapat merugikan konsumen haruslah diatasi dengan pihak *e-commerce* yang harus melakukan *cross cek* dalam sistemnya terhadap penjual yang memberikan diskon besar dan terpasang setiap hari di produknya. Pihak *e-commerce* juga dapat memberikan batasan kepada pelaku usaha dalam menetapkan harga jualnya berdasarkan *range* harga, agar tidak terjadi kerugian yang dialami oleh konsumen atas perbuatan pelaku usaha dalam menetapkan

²⁰ Didit Darmawan & Samsul Arifin, (2021), “Studi Empiris Tentang Perilaku Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan Ditinjau dari Variabel Harga dan Kesadaran Merk”, *Jurnal Ideas*, Volume 7, No (3), hlm 180.

diskon palsu. Adapun bentuk perlindungan hukum yang diatur dalam UUPK apabila konsumen merasa dirugikan dengan adanya diskon palsu, diantaranya adalah:²¹

- a. Hak konsumen untuk mengoptimalkan pelayanan: berdasarkan Pasal 1 ayat (2) UUPK bahwa *“konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”* Dengan ini konsumen juga memiliki hak dan kewajiban. Supaya seseorang dapat bertindak sebagai konsumen yang baik, maka ia harus memahami berbagai hak konsumen, salah satunya adalah hak untuk mengoptimalkan pelayanan. Konsumen berhak memberikan saran atau kritik kepada pelaku usaha agar mendapatkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan sebelumnya.
- b. Hak konsumen untuk mengadukan permasalahan: diatur dalam pasal 4 UUPK mengenai hak-hak konsumen. Apabila ada pengaduan konsumen yang dilanggar maka konsumen dapat melakukan pengajuan bantuan kepada lembaga yang berwenang yaitu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (yang selanjutnya disebut sebagai LPKSM) atau langsung menyelesaikan permasalahannya melalui BPSK.
- c. Hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi: berdasarkan pasal 19 UUPK konsumen dapat melakukan tuntutan ganti rugi kepada pelaku usaha apabila merasa dirugikan dengan ketentuan yang berlaku. Bentuk ganti rugi yang dapat diterima oleh konsumen adalah pengembalian uang terhadap barang dan/atau jasa yang setara; atau kompensasi yang diberikan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Adapun perlindungan hukum lainnya yang diberikan oleh negara melalui UUPK kepada konsumen terhadap diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui *e-commerce* yaitu berdasarkan pasal 45 ayat (1) UUPK yang menjelaskan bahwa *“setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui peradilan yang berada di lingkungan pengadilan umum.”* juncto ayat (2) yang menjelaskan bahwa *“penyelesaian konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.”* Dengan ini penyelesaian sengketa diantara para pihak tidak menutup kemungkinan melalui cara damai atau tanpa melalui pengadilan atau pun BPSK selama upaya damai yang dilakukan tidak bertentangan dengan UUPK.²²

²¹ Verren Andreas & Mariske Myeke Tampi, *Op Cit*, hlm 915–916.

²² Ria Sintha Devi & Feryanti Simarsoit, (2020), “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-commerce* Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Rectum*, Volume 2, No (2), hlm 125.

Apabila tidak ditemukan jalan damai pada dua pihak maka konsumen dapat mengajukan gugatan, yang mana terdapat sanksi sebagai bentuk perlindungan konsumen tersebut yang terdapat di dalam Pasal 62 ayat (1) UUPK bahwa “*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 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah)*” dan ayat (2) menjelaskan bahwa “*pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah)*”. Diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha telah melanggar ketentuan Pasal 9, Pasal 10, dan Pasal 11. Sehingga, konsumen dapat melakukan tuntutan kepada pelaku usaha dengan melakukan pelaporan kepada BPSK.

2. Kekuatan Hukum Perjanjian Baku Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Bertransaksi Elektronik

Transaksi jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dan konsumen. Berdasarkan Pasal 1320 KUHPdata perjanjian harus memenuhi beberapa syarat yaitu “*untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:*

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;*
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;*
- c. Suatu hal tertentu;*
- d. Suatu sebab yang halal.”*

Apabila telah terpenuhi 4 (empat) syarat sah perjanjian maka jual beli dapat dilaksanakan karena sifatnya yang sah dan mengikat bagi para pihak.²³ Namun jika dicermati pada huruf a harus adanya kesepakatan diantara pihak, sedangkan perjanjian baku hanya ditentukan oleh satu pihak saja yaitu pelaku usaha.

Perjanjian baku akan merugikan konsumen jika pelaku usaha melakukan kecurangan seperti melakukan pengadaan diskon palsu terhadap produknya. Berdasarkan pada hak-hak konsumen yang seharusnya mendapatkan informasi dari barang yang akan dibeli, pengadaan diskon palsu membuat konsumen tidak mendapatkan hak tersebut karena pelaku usaha juga tidak menunjukkan riwayat harga asli produk tersebut. Sehingga, pelaksanaan terhadap kewajiban pelaku usaha atas etika berbisnis harus diperhatikan secara ketat guna melindungi hak-hak konsumen.²⁴ Meskipun pada faktanya hak-hak konsumen sering diabaikan

²³ Anggit Rahmat Fauzi & Ansari, (2020), “Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Berdasarkan KUHPdata dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”, *Jurnal Ar- Risalah*, Volume 18, No (1), hlm 116.

²⁴ *Ibid*, hlm 118.

oleh para pelaku usaha guna untuk menarik konsumen agar lebih banyak berbelanja dengan adanya tawaran diskon palsu terhadap suatu produk. Sehingga, konsumen seharusnya mendapatkan penggantian atas kerugian karena merasa ditipu oleh pelaku usaha akibat adanya diskon palsu.

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UUPK yang menjelaskan bahwa *“perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”* Dengan ini dapat diartikan bahwa perlindungan konsumen berdasarkan pada asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dari pelaku usaha dalam penggunaan barang dan/atau jasa. Perlindungan hukum terhadap konsumen timbul karena adanya hak dan kewajiban dari transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen berdasarkan pasal 4 UUPK.²⁵ Namun, perlindungan konsumen tidaklah terwadahi dengan adanya UUPK. Hal ini dilatarbelakangi dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam proses jual beli atau terjadinya perjanjian diantara pelaku usaha dan konsumen yang tidak diikuti dengan adanya kemajuan hukum atau keterbaharuan produk hukum, khususnya UUPK itu sendiri.²⁶

Konsep perlindungan hukum konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* terdiri dari perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Berdasarkan Pasal 29 ayat (1) UUPK yang menyatakan bahwa *“pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.”* Pasal ini termasuk kedalam perlindungan hukum preventif yang mana perlindungan hukum tersebut diberikan dengan tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, sehingga diperlukannya pengawasan dari pemerintah yang juga diatur dalam pasal 30 ayat (1) UUPK bahwa perlindungan konsumen beserta implementasi undang-undangnya dilakukan oleh pemerintah, masyarakat, serta lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Untuk perlindungan represif diatur dalam Pasal 48 UUPK yang berbunyi *“penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.”* Artinya bahwa perlindungan represif lebih tertuju kepada penyelesaian sengketa yang terjadi antara pihak pelaku usaha dengan konsumen.²⁷

Pada dasarnya peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen tidak hanya UUPK saja namun juga KUHPerdara, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016

²⁵ Anggit Rahmat Fauzi & Ansari, *Op Cit*, hlm 140

²⁶ Anggit Rahmat Fauzi & Ansari, *Op Cit*, hlm 123.

²⁷ Roberto Ranto, *Op Cit*, hlm 161.

tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Keputusan Menteri Perdagangan.²⁸ Adapun peraturan perlindungan hukum konsumen melalui Pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi elektronik yang menjelaskan bahwa dalam suatu perjanjian elektronik terdapat kesepakatan diantara para pihak yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan pendundang-undangan. Namun dalam hal ini tidak dicantumkan mengenai itikad baik, yang mana itikad baik adalah landasan agar pelaku usaha tidak menjalankan transaksinya dengan kesewenangannya²⁹

Transaksi elektronik adalah suatu perjanjian yang langsung menerapkan perjanjian baku atau tidak ada bentuk negoisasi diantara para pihak terlebih dahulu. Berdasarkan Pasal 18 huruf b UUPK yang menjelaskan bahwa "*pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen.*" Pada transaksi elektronik banyak pelaku usaha dalam *e-commerce* tidak memperbolehkan adanya *return* barang.³⁰ Dengan demikian, maka perlindungan hukum konsumen apabila merasa dirugikan dengan adanya diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha tidaklah terpenuhi secara utuh.

Perjanjian baku dalam berbelanja online melalui *e-commerce* yang ditandai dengan bahwa konsumen tidak bisa melakukan negoisasi bahkan sampai tidak dapat melakukan *return* apabila konsumen merasa dirugikan oleh pelaku usaha, membuat konsumen berada di titik yang lemah. Hal ini memiliki artian bahwa konsumen hanya dapat memilih untuk mengambil barang tersebut atau tidak. Pada dasarnya klausula baku dapat dipergunakan dalam melangsungkan sebuah transaksi hanya saja jika didasarkan pada Pasal 18 ayat (4) UUPK bahwa "*pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini.*" Artinya bahwa klausula baku dapat dipergunakan selama dan

²⁸ Ika Atikah, (2018), "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (*E-commerce*) di Era Teknologi", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 10, No (2), hlm 1.

²⁹ Wahyu Suwana Putri & yoman Budiana, (2018), "Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Hukum Perikatan". *Jurnal Analisis Hukum*, Volume 1, No (2), hlm 303.

³⁰ *Ibid*, hlm 305.

sepanjang klausula baku itu ditetapkan tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.³¹

Penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen tersebut tetap digunakan karena konsumen yang menyetujui perjanjian tersebut, mengingat bahwa transaksi elektronik melalui *e-commerce* adalah memilih barang tersebut atau meninggalkannya begitu saja. Apabila konsumen melakukan *cek out* barang maka dapat dikatakan bahwa konsumen telah menyetujui barang tersebut baik harga, bentuk, merek, atau pun kualitas dari barang tersebut. Penerapan perjanjian ini terus berlangsung walau dianggap merugikan konsumen karena tidak adanya gugatan dari konsumen apabila konsumen merasa dirugikan dari perjanjian tersebut, khususnya pada diskon palsu yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam produknya. Jika didasarkan pada UUPK perjanjian baku dapat digunakan secara bebas oleh para pelaku usaha sepanjang perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum yang berlaku dan tidak melanggar kesusilaan serta ketertiban umum.³²

Bertransaksi elektronik dalam *e-commerce*, konsumen sudah pasti berada pada posisi lemah karena ditetapkannya suatu perjanjian baku. Sehingga, dapat diartikan bahwa perjanjian baku tersebut dianggap batal demi hukum dan tidak mengikat konsumen meskipun transaksi yang dilakukan sudah termasuk dalam sebuah kesepakatan diantara konsumen dan juga pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan konsumen pun seharusnya mengalami perubahan mengingat permasalahan terkait dengan diskon palsu dalam *e-commerce* ini adalah hal yang baru, walau didalam UUPK telah diatur bahwa diskon palsu tidak boleh digunakan oleh pelaku usaha. Hanya saja peraturan tersebut tidak menjelaskan secara eksplisit bahwa tidak bolehnya dilakukan diskon palsu didalam transaksi elektronik.

D. PENUTUP

Berdasarkan pemaparan diatas penulis dapat menyimpulkan dua simpulan. Pertama, pada era globalisasi yang juga memberikan dampak pada sektor perdagangan juga mempengaruhi perubahan bentuk bertransaksi. Pada saat ini transaksi jual beli dapat dilakukan dengan melalui media internet atau *e-commerce*. Namun, transaksi dalam *e-commerce* ini menimbulkan suatu permasalahan yaitu adanya kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha berupa pengadaan diskon palsu pada produk yang akan dijual. Diskon palsu ini dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara menaikkan harga asli barang tersebut lalu

³¹ Karina Rahma Oktaviani, (2018), "Analisis Yuridis Klausula Baku dalam Perjanjian Baku Antara Konsumen dengan MNC Play Tentang Perubahan Klausula Baku dalam Perjanjian yang Dilakukan Secara Sepihak Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan dengan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Novum*, Volume 5, No (3), hlm 62.

³² Karina Rahma Oktaviani, *Loc Cit.*

diberikan sebuah diskon, sehingga dapat dikatakan bahwa pada sebenarnya produk tersebut tidak dalam keadaan diskon. Hal ini melanggar ketentuan Pasal 9 sampai dengan Pasal 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Apabila konsumen merasa dirugikan maka konsumen dapat melakukan gugatan kepada pelaku usaha melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan konsumen dapat dikenakan Pasal 62 ayat (1) dan ayat (2) UUPK. Namun, diharapkan konsumen dapat menyelesaikan sengketa dengan cara damai terlebih dahulu (*win-win solution*).

Kedua, kegiatan bertransaksi adalah sebuah perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha dan juga konsumen. Hanya saja dalam melakukan transaksi elektronik konsumen berada pada posisi lemah, hal ini ditandai dengan adanya perjanjian baku dalam bertransaksi melalui *e-commerce*. Perjanjian baku tersebut berupa konsumen yang tidak dapat melakukan kesepakatan dengan pelaku usaha sampai dengan konsumen yang tidak bisa melakukan *return* barang apabila konsumen merasa dirugikan oleh pelaku usaha khususnya dalam penerapan diskon palsu yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Perjanjian baku telah diatur dalam 18 UUPK, namun perjanjian ini terus berlangsung dikarenakan transaksi dalam *e-commerce* konsumen hanya mendapatkan 2 (dua) pilihan. Pilihan yang diterima konsumen tersebut adalah tetap membeli produk tersebut tanpa adanya negosiasi atau meninggalkan barang tersebut. Perjanjian baku tidak berkekuatan hukum apabila pelaku usaha telah melakukan kecurangan dalam perjanjian transaksi jual beli tersebut dan konsumen dapat melakukan pengaduan kepada BPSK untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yang diharapkan konsumen dan pelaku usaha menyelesaikan permasalahannya melalui cara damai (*win-win solution*). Serta perjanjian baku dalam UUPK saat ini dirasa kurang melindungi konsumen dari kecurangan pelaku usaha, karena transaksi jual beli yang terjadi saat ini adalah transaksi elektronik atau transaksi melalui *e-commerce*.

Berdasarkan kesimpulan tersebut adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis. Pertama, Pihak *e-commerce* atau Shopee dapat melakukan *screening* kepada toko-toko *online* yang menerapkan diskon setiap harinya tanpa adanya perubahan dalam penetapan diskon tersebut, karena hal ini dapat dikatakan bahwa diskon yang diberikan oleh pelaku usaha adalah indikasi diskon palsu. Pihak *e-commerce* juga dapat melakukan pemberian sistem kepada pelaku usaha yang akan melakukan *upload* produk dalam halaman tokonya dengan memberikan batasan harga produk tersebut agar pelaku usaha tidak dapat memberikan harga di atas harga asli dan memberikan diskon agar harga dapat kembali menjadi seperti harga asli agar pelaku usaha tidak dapat melakukan diskon palsu yang merugikan masyarakat. Kedua, Pemerintah seharusnya melakukan perubahan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, karena undang-undang ini dirasa sudah cukup lama. Perubahan yang diharapkan oleh penulis adalah pengaturan terkait dengan transaksi jual beli elektronik, baik dalam hak

dan kewajiban pelaku usaha dengan konsumen. Penerapan undang-undang pun masih bertumpu pada perlindungan konsumen yang melakukan transaksi jual beli secara konvensional bukan transaksi elektronik. Sedangkan, pada saat ini telah memasuki masa era globalisasi yang mana terdapat perubahan transaksi konvensional menjadi transaksi elektronik. Sehingga hak-hak konsumen terhadap perlindungan konsumen dapat terpenuhi secara utuh.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Anggit Rahmat Fauzi & Ansari, 2020, "Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Berdasarkan KUHPerdara dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Ar-Risalah*, Vol 18 (1), hlm 116.
- Didit Darmawan & Samsul Arifin, 2021, "Studi Empiris Tentang Perilaku Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan Ditinjau dari Variabel Harga dan Kesadaran Merk", *Jurnal Ideas*, Vol 7 (3), hlm 180.
- Ika Atikah, 2018, "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (*E-commerce*) di Era Teknologi", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 10 (2), hlm 1.
- Karina Rahma Oktaviani, 2018, "Analisis Yuridis Klausula Baku dalam Perjanjian Baku Antara Konsumen dengan MNC Play Tentang Perubahan Klausula Baku dalam Perjanjian yang Dilakukan Secara Sepihak Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan dengan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Novum*, Vol 5 (3), hlm 62.
- Melina Gabriela Winata, 2022, "Perlindungan Hukum Bagi Korban Pengguna Produk Kosmetik Ilegal Berbahaya", *Jurnal Sapientia et Virtus*, Vol 7 (1), hlm 35–36.
- Muhammad Fandy Fahreza Ramadhana Fauzi, et. al., 2019, "Pengembangan Aplikasi Web Pelacakan Harga Situs Web *E-commerce*", *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol 3 (10), hlm 9435.
- Nurhafni, 2018, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perjanjian Baku Elektronik", *Jurnal Kanun*, Vol 20 (3), hlm 474.
- Ria Sintha Devi & Feryanti Simarsoit, 2020, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-commerce* Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Rectum*, Vol 2 (2), hlm 125.
- Roberto Ranto, 2019, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik", *Jurnal Alethea*, Vol 2 (2), hlm 148.
- Siti Rachmatiya Lastmi Dehi, et. al., 2023, "Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembeli di Aplikasi Shopee", *Journal of Economic and Business Education*, Vol 1 (1), hlm. 141.
- Verren Andreas & Mariske Myeke Tampi, 2020, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan Akibat Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli

Oleh PT Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Ibu Maya di Tahun 2018)", *Jurnal Hukum Adigama*, Vol 3 (2), hlm 908.

Wahyu Suwana Putri & yoman Budiana, 2018, "Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Hukum Perikatan". *Jurnal Analisis Hukum*, Vol 1 (2), hlm. 303.

Yustina Dhian Novita & Budi Santoso, 2021, "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital", *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Vol 3 (1), hlm 51–52.

Buku

Abdul Halim Barkatullah, (2018), *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia*", Bandung: Nusa Media.

Anthon F Suanto, (2019), "*Filsafat dan Teori Hukum: Dinamika Tafsir Pemikiran Hukum di Indonesia*", Jakarta: Prenamedia Group.

Jonaedi Efendi & Johnny Ibrahim, (2016), *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Depok: Prenadamedia Group.

Skripsi

Bagas Wigrha Tama, 201, "*Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Iklan Diskon Hari Belanja Online Nasional di Situs Jual Beli Online*", Skripsi Fakultas Hukum UII.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.