

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan teknologi di masa *modern* ini telah berdampak terhadap cara masyarakat menjalani kehidupannya. Beroperasinya dunia usaha dan gaya hidup manusia juga dipengaruhi oleh teknologi yang semakin kompleks, khususnya dalam bidang perilaku konsumtif. Saat ini, konsumen lebih banyak memilih untuk memenuhi kebutuhannya melalui sistem *online* yang sangat mudah daripada berbelanja secara langsung (tatap muka). Oleh karena itu, semakin banyak orang yang memilih berbelanja secara *online*. Saat ini banyak strategi yang diterapkan oleh *e-commerce* di Indonesia untuk menjadi pilihan terbaik konsumen dalam berbelanja *online*.¹

Penggunaan *e-commerce* yang sangat mudah dijangkau oleh segala usia dan hanya memerlukan alat komunikasi berupa *gadget* atau *handphone* yang di dalamnya sudah terdapat aplikasi *softwer* dengan banyak kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh berbagai *market place*. Membuat transaksi atau jual beli secara *online* lebih diminati daripada berbelanja secara langsung.² Hal ini tentunya membuat semakin banyak transaksi yang dilakukan itu tidak didasarkan oleh kebutuhan melainkan hanya berdasarkan keinginan atau *impulsif buying*. Kemudahan transaksi atau jual beli yang ditawarkan oleh layanan *e-commerce* membuat banyak perusahaan saling berlomba untuk

¹ Intan Nur Azizah dan Indrawati, 2022, "The Influence Of Flash Sale Promotions On Shopping Enjoyment And Impulse Buying Of Shopee Consumers Indonesia", *Jurnal Ilmiah MEA*, Volume 6, No. 3, hlm 2056

² Maria Frasisca dan Eko Harry Susanto, 2022, "Minat Konsumen Pada Flash Sale Tokopedia", *Jurnal Prologia*, Volume 6, No. 1, hlm 134.

memberikan banyak penawaran seperti promo-promo menarik agar masyarakat mau melakukan transaksi jual beli pada layanan *e-commerce* tersebut, berbagai macam promo menarik yang disediakan yakni dengan memberikan diskon atau potongan harga dalam waktu tertentu atau terbatas atau yang lebih dikenal dengan *Flash Sale*.³

Istilah *flash sale* tentu sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat, trik marketing ini digunakan untuk mempromosikan atau menawarkan produk-produk tertentu dengan harga yang lebih murah tetapi dengan waktu yang singkat atau terbatas.⁴ Bagi penjual trik marketing yang digunakan ini sangat menguntungkan karena dapat meningkatkan portofolio penjualan dan peringkat *best seller* dalam produk yang mampu terjual sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh penjual sedangkan untuk pembeli mendapatkan keuntungan dengan mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah dari harga normal. Biasanya mereka dapatkan tanpa mengikuti program *flash sale* itu sendiri. Program *flash sale* ini mempunyai pengaruh keputusan dalam membeli produk-produk karena waktu yang mendesak (batasan periode waktu) dengan harga yang ditawarkan tentunya lebih murah dan jumlah yang lebih banyak.⁵

Di Indonesia perjanjian jual beli adalah sebagai salah satu bentuk transaksi ekonomi, memiliki dasar hukum yang kuat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. KUHPerdata yang diwariskan dari sistem hukum Eropa Kontinental, menyediakan kerangka hukum yang komprehensif untuk mengatur

³ Fitri dan Sri Jaya Lesmana, 2021, "Indikasi Predatory Pricing Pada Praktek Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha", *Supremasi Hukum*, Volume 17, No 2, hlm 49.

⁴ Intan Renita dan Dudi Astuti, 2022. "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Pembelian Implusif Dan Shopping Enjoyment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta", *Selekta Manajemen*, Volume 01, No 4, hlm. 110

⁵ Tri Widiyanto dan Andri Octaviani, 2020, "Analisa Sikap Belanja Online Dan Harga Terhadap Keputusan Belanja Konsumen Pada Event Flash Sale Shopee", *Jurnal Manajemen, Ekonomi dan Pendidikan*, Volume 7, No 1, Hlm 38.

hubungan perdata, termasuk perjanjian jual beli. Latar belakang hukum ini adalah upaya legislator untuk memberikan kejelasan, kepastian, dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli. Dengan menetapkan hak dan kewajiban yang jelas untuk penjual dan pembeli, KHUPerdata bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang stabil, dimana kepentingan kedua belah pihak diakomodasi secara adil. Hal ini juga dicantumkan dalam Pasal 27 Ayat 1 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia yaitu tiap-tiap warga negara memiliki kedudukan yang sama di bidang hukum dan pemerintahan, dan memiliki kewajiban dalam menaati hukum dan pemerintahan yang berlaku tanpa kecuali. Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KHUPerdata) di Indonesia, jual beli adalah suatu perjanjian dimana pihak penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak pembeli mengikatkan diri untuk membayar harga barang tersebut dengan uang.



Tetapi dalam praktiknya banyak sekali kecurangan dalam pemenuhan hak-hak yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan juga masih tidak ada atau lemah, konsumen yang mengalami kerugian juga tidak dapat berbuat banyak. Maraknya trik marketing *flash sale* ini tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya pelanggaran yang dilakukan. Pertumbuhan *e-commerce* yang pesat ini mengakibatkan banyak kecurangan yang dilakukan oleh para penjual kepada konsumen baik berupa : barang pesanan yang tidak sesuai yang dipesan, keterlambatan pengantaran hingga tidak dikirimkannya barang pesanan oleh penjual, dan juga jumlah barang pesanan yang tidak sesuai dengan yang seharusnya, tentu hal ini sudah tidak dapat dihindarkan lagi mengingat kelemahan dalam berbelanja *online* yaitu tidak melihat barang secara langsung

(fisik) dan tidak bertemu atau bertatap muka dengan penjual. Hal demikian dapat terjadi akibat kelalaian atau ketidaksejajaan oleh penjual atau adapun karena perbuatan yang disengaja agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Program layanan *flash sale* di *e-commerce* selalu menarik perhatian besar masyarakat. Bagaimana tidak, pada momen tersebut banyak produk dijual dengan harga miring. Calon pembeli sudah jauh hari menyiapkan cara agar mendapatkan *flash sale*, entah dengan memasukkan produk terlebih dahulu ke dalam keranjang belanja hingga memasang *notifikasi* pengingat untuk barang tersebut. Namun, tidak semua program layanan *flash sale* ini dijalankan sebagaimana mestinya. Adapun program *flash sale* di jadikan sebagai trik marketing tipuan semata. Artinya, barang yang dibeli dengan harga murah tidak dikirimkan oleh penjual atau transaksi dibatalkan sepihak oleh penjual. Oleh sebab itu judul penelitian ini adalah “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Trik Marketing *Flash Sale* Tipuan Pada *E-Commerce* Shopee.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan untuk diteliti oleh penulis sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap trik marketing *flash sale* tipuan pada *e-commerce* Shopee ?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen Ketika mengalami trik marketing *flash sale* tipuan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis bagaimana perlindungan konsumen terhadap trik marketing *flash sale* tipuan pada *e-commerce* shopee terkait dengan keamanan dan kebenaran informasi dalam transaksi di *market place online*.
2. Menganalisis bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen ketika mengalami trik marketing *flash sale* tipuan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis, demikian manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini, peneliti berharap hasilnya akan mampu memberikan sumbangan bagi perkembangan Ilmu Hukum pada umumnya dan pada khususnya menjelaskan tentang bagaimana mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Trik Marketing *Flash Sale* Tipuan Pada *E-Commerce* Shopee.

2. Manfaat Praktis

Menyumbangkan sumbangasih wacana dan data praktisi mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Trik Marketing *Flash Sale* Tipuan Pada *E-Commerce* Shopee, sehingga diharapkan mampu memberikan sumbangan secara praktis bagi masyarakat khususnya memberi manfaat bagi :

- a. Pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Trik Marketing *Flash Sale* Tipuan Pada *E-Commerce* Shopee.
- b. Masyarakat, agar masyarakat dapat mengetahui bagaimana bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Trik Marketing *Flash Sale* Tipuan Pada *E-Commerce* Shopee sesuai dengan asas dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Trik Marketing *Flash Sale* Tipuan Pada *E-Commerce* Shopee” merupakan hasil karya dari penulis dan bukan merupakan plagiasi dari penelitian lain. Sebagai pembanding maka akan dipaparkan tiga penulisan hukum yang membedakan dengan penelitian hukum ini, yaitu :

1. Ricardo Farera, Nomer Mahasiswa 151010326 dari Fakultas Hukum di Universitas Islam Riau Pekanbaru, tahun 2020, dengan judul ”Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli *Online*) Di Pekanbaru”. Rumusan masalah yang dibuat oleh penulis yaitu : Pertama bagaimana perlindungan hukum atas konsumen Lazada (situs jual beli *online*) di Pekanbaru. Kedua apakah faktor dan hambatan atas konsumen Lazada di Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah : untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum serta faktor dan hambatan atas konsumen Lazada di Pekanbaru yang melakukan jual beli di situs belanja *online*. Hasil dari penelitian ini adalah difokuskan pada hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi *online* ini tidak terjamin akan didapatkan karena tidak saling mengenal antara pelaku usaha dan konsumen selain itu tidak bisa bertatap muka secara langsung, Perbedaan antara penelitian ini adalah terletak pada cara atau media yang digunakan dalam jual beli *online* media yang digunakan internet, namun pada transaksi jual beli *online* lebih di fokuskan pada hak-hak konsumen agar terlindunginya hak-hak konsumen seperti yang tercantum didalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dan apabila dalam melakukan perjanjian jual beli *online* terjadi suatu pelanggaran, maka hak-hak konsumen harus dilindungi dengan cara melakukan

penyelesaian sengketa konsumen yang dilakukan baik melalui jalur pengadilan ataupun di luar pengadilan, ketentuan mengenai tata cara penyelesaian sengketa ini diatur didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.⁶

2. Muhammad Khadafi, Nomor Mahasiswa 1111048000085 dari Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2016, dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* (Studi Kasus *E-Commerce* Melalui Media Sosial Instagram). Rumusan masalah yang dibuat oleh penulis yaitu : Pertama bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media Instagram. Kedua apa saja bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait memenuhi hak konsumen dalam transaksi jual beli pada media instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah : untuk mengetahui dan menganalisa Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 tahun 1999 dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* atau tidak, untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media *internet*, untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* mengetahui penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi jual beli pada media *internet* (Instagram). Hasil dari penelitian ini adalah pengaturan tentang perlindungan konsumen masih perlu dibenahi lagi, karena belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual beli *online* (melalui instagram) / wanprestasi dalam

6 Ricardo Farera, 2025. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) Di Pekanbaru*, Disertasi Universitas Islam Riau Pekanbaru,

transaksi *e-commerce*. Perbedaan antara penelitian di atas dan penelitian ini adalah terletak pada fokus objek penelitian yang diatas perlindungan konsumen melalui media *internet* (Instagram) sedangkan pada penelitian ini adalah perlindungan konsumen terhadap trik marketing tipuan *flash sale* di *e-commerce* Shopee.⁷

3. Randy Dimas Virgiawan, Nomer Mahasiswa 11150480000044 dari Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2020, dengan judul *Flash Sale Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia*. Rumusan masalah yang dibuat oleh penulis adalah : Pertama apa dampak penerapan *flash sale* terhadap konsumen dan pelaku usaha?, Kedua bagaimana penerapan peraturan perundang-undangan terhadap *flash sale* di indonesia?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan para pelaku usaha *E-Commerce* dalam periode *flash sale* serta dampak dari penerapannya terhadap konsumen maupun pelaku usaha dan untuk mengetahui regulasi yang di terapkan dalam pelaksanaan *flash sale* oleh pelaku usaha *E-Commerce* di Indonesia, Hasil dari penelitian ini adalah *flash sale* sebagai bentuk promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha *e-commerce* yang memiliki dampak terhadap konsumen dan pelaku usaha, dampak positif tersebut adalah memperkenalkan secara luas kepada konsumen *model* berbelanja *online* kepada masyarakat dengan harga yang lebih murah, efisiensi waktu dan jangkauan yang sangat luas sedangkan kekurangan *flash sale* untuk konsumen rawan

⁷ Muhammad Khadafi, 2016. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce Melalui Media Sosial Instagram)*. Disertasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

terjadinya manipulasi sistem oleh oknum pelaku usaha atau pihak yang tidak bertanggung jawab terhadap *flash sale* yang dilakukan dan untuk pelaku usaha itu sendiri adalah timbulnya upaya adu kuat modal dari tiap pelaku usaha dalam kegiatan *flash sale*. Perbedaan antara penelitian di atas dan penelitian ini adalah dampak dari penerapan *flash sale* dengan mengacu pada peraturan perundang-undangan di Indonesia sedangkan pada penelitian ini adalah perlindungan hukum pada konsumen dari trik marketing *flash sale* tipuan pada *e-commerce* shopee.⁸

F. Batasan Konsep

1. Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.⁹
2. Konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan atau jasa untuk tujuan tertentu.¹⁰ Subyek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan jasa.
3. Trik Marketing adalah kegiatan pelaku usaha dalam pemasaran yang merupakan suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan

⁸ Randy Dimas Virgiawan, 2020. *Flash Sale Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia*, Disertasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

⁹ C.S.T. Kansil, 1989, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, h.102.

¹⁰ AZ. Nasution, "*Perlindungan hukum konsumen*", Tinjauan Singkat UU No. 8 tahun 1999-LN 1999 No.42, Makalah Disampaikan-Kan Pada Diklat Mahkamah Agung, Batu Malang, 14 Mei 2001, hlm. 5

barang-barang yang dapat memuaskan keinginan, baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.¹¹

4. *Flash Sale* adalah sebuah konsep promosi produk yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membeli produk dengan harga yang lebih murah daripada harga biasanya dalam batas durasi waktu tertentu atau sementara. Terdapat durasi yang singkat dan sebelumnya telah diumumkan terlebih dahulu kepada konsumen.¹²
5. *E-Commerce* atau *Electronic Commerce (E-Commerce)* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas transaksi perdagangan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik yang terhubung dengan *internet*.¹³
6. Shopee merupakan situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group (Sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke beberapa negara asean seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, Filipina.¹⁴

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif menggunakan studi kasus hukum normatif sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-

¹¹ Wiliiam J, 1991 "Prinsip Pemasaran" Jilid Satu, Terjemahan, Erlangga, Jakarta.

¹² Kartika Rose Rachmadi dan Rois Arifin. 2021. "Event Flash Sale Terhadap Keputusan Belanja Online Selama Pandemi Covid-19 Pada Marketplace Serta Implikasi Pada Kepuasan Konsumen Di Kota Malang", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Hal. 21

¹³ Yusuf dan Noor, 2021. *E-Commerce Konsep dan Teknologi*, MNC, Malang. hlm. 1

¹⁴ Reski Amelia, 2021. *Jadi Seller Shopee*, Pustaka Taman Ilmu, Jakarta, hlm. 7

undangan (*law in book*) atau hukum yang dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang menjadi dasar masyarakat dalam berperilaku terhadap apa yang dianggap pantas.¹⁵

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder:

a. Bahan Hukum Primer dan Sekunder

Bahan primer dan sekunder merupakan bahan hukum yang terdiri dari norma atau kaidah dasar, peraturan dasar, kodifikasi hukum yang bersumber dari hukum adat dan yurisprudensi, dan peraturan perundang-undangan. Dalam penelitian ini yang dimaksud dalam bahan hukum primer dan sekunder adalah:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
- 3) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3. Cara Pengumpulan Data

- a. Studi kepustakaan, yaitu dengan mempelajari bahan hukum primer dan sekunder.

4. Analisis Data

Analisis data merupakan aktivitas memberikan intepetasi, penilaian, pendapat terhadap data yang diperoleh dari penelitian dengan mendasarkan pada aturan, pendapat hukum atau teori, dalam rangka menjawab

¹⁵ Jonaedi Effendi dan Johnny Ibrahim, 2018. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Prenadamedia, Jakarta, hlm. 124

permasalahan penelitian. Adapun metode pendekatan yang digunakan sebagai penunjang dalam peneliti untuk menganalisis data yaitu :

a. Metode Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Aproach*), yaitu dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Pendekatan undang-undang akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara :

- 1) Peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi dengan peraturan perundang-undangan yang lebih rendah.
- 2) Peraturan perundang-undangan yang sederajat.

