

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Jual-beli merupakan aktivitas biasa yang terjadi di kehidupan manusia. Perkembangannya yang sangat pesat dalam bidang teknologi, dan manusia mengikuti perubahan itu dalam pola aktivitas yang terjadi. Tidak hanya dimanfaatkan untuk sarana komunikasi, namun saat ini juga dijadikan untuk bidang perdagangan atau jual beli secara online.<sup>1</sup> Perdagangan dilakukan dengan menggunakan cara bertatap muka secara langsung untuk barter barang yang dijual maupun yang dibeli, dengan adanya media elektronik yang berbasis internet dapat memudahkan pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dan mempermudah para pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dan memberikan kesempatan bagi dunia bisnis yang semakin hari semakin kompetitif. Perkembangan perdagangan pada saat ini berbasis teknologi internet yang dikenal dengan Jual Beli Online yang nantinya diharapkan dengan adanya Jual Beli Online dapat untuk memanfaatkan teknologi tersebut sebagai sarana memasarkan kegiatan Jual Beli Online menembus batas lintas negara dan wilayah.

*E-commerce* sendiri merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan

---

<sup>1</sup> Dewi, Radix Prima. (2019) "*Sosial Media Sebagai Sarana Jual Beli Online.*" Hal. 1.

hak.<sup>2</sup> Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak di dalamnya melakukan hubungan hukum yang di ruangkan secara elektronik. *Electronic Commerce* atau perdagangan elektronik yaitu Transaksi jual beli pada internet yang tidak berbeda dengan perdagangan pada umumnya, yang menjadi pembeda adalah media yang mempertemukan. Persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha di *E-commerce* tak jarang membuat para pelaku usaha melakukan upaya untuk menaikkan kapasitas penjualannya di *E-commerce* yang digunakan. Banyak dari pelaku usaha menggunakan momen-momen yang diberlakukan oleh platform jual beli online untuk menarik perhatian konsumen. Barang yang dijual rata-rata memiliki harga yang sangat miring, bahkan terkadang mendapatkan potongan setengah harga dari harga asli. Hal ini memicu terjadinya kecurangan terhadap oknum pelaku usaha yang tidak jujur dalam menjualkan produk yang dijual dan yang dikirimkan ke konsumen.

Ketidaksesuaian barang yang dikirimkan ini rupanya menjadi hal yang cukup merugikan, khususnya bagi konsumen yang mengharapkan barang yang dibelinya namun ternyata saat tiba, barang tersebut tidak sesuai dengan yang dibeli. Beberapa alasan seperti kesalahan sistem harga dari pihak *E-commerce* menjadi tameng bagi pelaku usaha yang tidak mau bertanggung jawab kepada konsumennya. Banyaknya kasus barang tidak sesuai dengan gambar maupun yang dideskripsikan ini terjadi di *E-commerce* menunjukkan lemahnya

---

• <sup>2</sup> Purbo, Onno W. dan Wahyudi, Aang Arif. (2001). *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, Hal. 34

posisi konsumen dalam jual beli online, meskipun demikian bukan berarti penjual atau pelaku usaha bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi regulasi yang berlaku. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan gambar yang tertera di toko maupun pada saat periode diskon kilat yang mereka ikuti. Pelaku usaha pada pasar online harus mengetahui bagaimana tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *E-commerce* sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Adanya aturan mengenai transaksi elektronik dan aturan mengenai perlindungan konsumen belum terlaksana dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari kasus yang terjadi dalam penelitian ini mengenai transaksi jual beli online ini. Penyelesaian kasus yang tidak maksimal dan juga hak-hak konsumen sering diabaikan. Sebagian besar kasus yang tidak selesai, hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih untuk tidak mempermasalahkannya. Selain itu, tahapan penyelesaian permasalahan terkesan berbelit-belit seperti dalam pengajuan komplain (keluhan) oleh konsumen yang tidak ditanggapi dengan cepat oleh penjual.

Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya sebagai konsumen dan perlindungan konsumen menyebabkan konsumen menjadi pasrah menerima kerugian dari persoalan yang terjadi. Tidak terpenuhinya hak-hak konsumen mengenai kenyamanan memperoleh produk, mendapatkan produk tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, memperoleh atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan

jaminan produk, didengar pendapat dan keluhannya atas produk yang digunakan, diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila produk dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Maka dari itu, dibutuhkan adanya kesadaran hukum dari masyarakat. Kesadaran hukum yang nantinya membentuk budaya hukum yang ideal dan baik di masyarakat, yang nantinya membentuk masyarakat yang cerdas hukum, selanjutnya akan mencapai tertib hukum, patuh hukum namun tidak pasif, dalam hal ini tetap kritis.<sup>3</sup>

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 7 huruf g menyebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha yang merugikan konsumen adalah harus memberikan kompensasi, ganti rugi dan penggantian apabila barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Menurut pasal 8 ayat (1) f, juga menyebutkan bahwa perbuatan yang dilarang pelaku usaha adalah dilarang memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang. Larangan lainnya yang mencangkup tentang ketidaksesuaian barang yang dikirim oleh pelaku usaha yakni terdapat dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang secara tidak benar seolah-olah

---

<sup>3</sup> Anajeng Esri Edhi Mahanani, Zuhda Mila Fitriana, Teddy Prima Anggriawan, Eko Wahyudi (2021). *Kausalitas Kesadaran dan Budaya Hukum dalam Membentuk Kepatuhan Hukum Kebijakan Penanggulangan Covid-19*. *Widya Pranata Hukum*. Jurnal Kajian dan Penelitian Hukum, Vol.3No.(2). Hal. 71.

barang tersebut telah memenuhi atau memiliki potongan harga atau harga khusus.

Pada realita yang terjadi pada masyarakat, tidak seluruh pelaku usaha memperhatikan hak-hak konsumen dalam memproduksi/ atau memperdagangkan suatu produk. Hal ini tampak pada Official Store Zola di aplikasi Shopee yang telah melakukan kesalahan pengiriman barang kepada konsumennya dengan alasan barang yang dijual mendapatkan kesalahan sistem harga flashsale dari Shopee, sehingga mengirimkan barang yang berbeda dari yang dipesan oleh konsumennya. Berdasarkan artikel yang ditulis Riki, selaku konsumen yang merasa dirugikan oleh toko *Official Store Zola* menuliskan kekesalannya di media maya karena barang yang dipesan melalui Aplikasi Shopee berbeda dengan yang dikirimkan.<sup>4</sup> Toko *official store Zola* yang menjual berbagai macam alat elektronik tersebut mengatakan bahwa kesalahan barang yang dikirimkan kepada Riki dikarenakan kesalahan sistem harga dari pihak Shopee, sehingga toko tersebut mengirimkan barang yang seharga dengan nominal yang tertera tanpa memperdulikan tanggung jawabnya kepada konsumen.

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Official Store Zola* telah melanggar pasal 8 ayat (1) f, yang menyebutkan bahwa perbuatan yang dilarang pelaku usaha adalah dilarang memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau

---

<sup>4</sup> “barang yang dikirim berbeda dengan alasan kesalahan sistem harga shopee”  
<https://mediakonsumen.com> diakses pada 24 Maret 2024 pukul 15.48 WIB

promosi penjualan barang. Dalam artikel yang ditulis Riki, *Official Store Zola* telah mengirimkan barang yang berbeda dari etalase yang dipesan oleh Riki. *Official Store Zola* mengirimkan barang lain dengan barang yang seharga dengan harga *flash sale* barang yang dipesan Riki. Selain itu, *Official Store Zola* juga melanggar pasal 9 ayat (1) huruf a, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang secara tidak benar seolah-olah barang tersebut telah memenuhi atau memiliki potongan harga atau harga khusus. Dalam hal ini, *Official Store Zola* membiarkan konsumennya membeli barang yang seharusnya tidak mendapatkan harga khusus atau *flash sale*, sehingga mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen.

Pada latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, maka penulis tertarik untuk meneliti dan membahas kedalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT KETIDAKSESUAIAN PEMBELIAN BARANG DISKON KILAT (*FLASH SALE*) DI *E-COMMERCE*”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat ditarik beberapa pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini, diantaranya;

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Ketidakesesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Di *E-Commerce*?

2. Apa Tanggung Gugat Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Ketidaksesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Di *E-Commerce*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan pembaca mampu memahami bagaimana perlindungan konsumen yang dirugikan akibat barang yang dikirim berbeda dengan alasan kesalahan sistem harga produk. Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Perlindungan Konsumen Yang Dirugikan Akibat Ketidaksesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Di *E-Commerce*
2. Untuk mengetahui Tanggung Gugat Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Ketidaksesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Di *E-Commerce*

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adanya penelitian ini guna mengetahui perlindungan konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat (*flash sale*). Selain itu dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu membawa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis dalam penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dan perkembangan pengetahuan ilmu hukum yaitu Hukum Perlindungan Konsumen.

2. Manfaat Praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap banyak pihak, yaitu:
- a. Menambah pengetahuan bagi peneliti mengenai ilmu bidang hukum khususnya Hukum Perlindungan Konsumen.
  - b. Menambah bahan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan pokok bahasan Hukum Perlindungan Konsumen.

### 1.5 Keaslian Penelitian

No	Identitas Penulis	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Cindy Aulia Khotimah Jeumpa Crisan Chairunnisa	PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI-ONLINE (E-COMMERCE)	Keduanya menggunakan pendekatan hukum untuk menganalisis permasalahan yang diangkat.	Penelitian pertama: membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen akibat pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam melakukan transaksi jual beli di <i>E-Commerce</i> . Penelitian kedua: membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen akibat ketidaksesuaian

				pembelian barang di <i>E-Commerce</i> .
2.	Fathul Karim	PERLINDUNGAN KONSUMEN DENGAN KETIDAKSESUAIAN HARGA DALAM PROMOSI DISKON SECARA ONLINE DENGAN HARGA SESUNGGUHNYA	Kedua penelitian menyoroti konteks perlindungan konsumen dalam jual beli online (E-Commerce)	Penelitian pertama: membahas mengenai ketidaksesuaian harga dalam promosi diskon di E-Commerce yang lebih mahal dari harga sesungguhnya atau promosi diskon yang tidak sesuai. Penelitian kedua: Membahas mengenai ketidaksesuaian barang diskon yang dikirim oleh pelaku usaha di E-Commerce.
3.	Annisa Revonita	PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS KETIDAKSESUAIAN BARANG YANG DIBELI PADA MARKETPLACE SHOPEE	Keduanya membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen akibat ketidaksesuaian pembelian barang di E-Commerce.	Penelitian pertama: membahas mengenai ketidaksesuaian pembelian barang di <i>marketplace</i> Shopee dengan harga yang sebenarnya. Penelitian kedua: membahas

				perlindungan hukum bagi konsumen akibat ketidaksesuaian pembelian barang dengan harga diskon di E-Commerce.
--	--	--	--	---

## 1.6 Tinjauan Pustaka

### 1.6.1 Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

#### 1.6.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Pesatnya perkembangan ekonomi serta adanya kemajuan dari bidang industri dan teknologi berhasil menciptakan berbagai macam jenis barang dan/atau jasa, sehingga konsumen akhirnya dihadapkan oleh berbagai jenis pilihan barang dan/atau jasa. Kondisi yang seperti ini dapat menguntungkan konsumen karena kebutuhan terhadap suatu barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, tetapi disisi lain, hal ini dapat membuat konsumen berada pada posisi yang lemah karena konsumen hanya sebagai objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besar melalui kiat promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. (2003). *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, Hal. 12.

Dalam mengikuti arus jual beli serta kemajuan teknologi dan industry ini, diperlukan sebuah aturan yang menjadi landasan untuk setiap pelaku usaha dan konsumen agar meminimalisir terjadinya kerugian yang dapat terjadi dalam sebuah jual beli. Perlindungan konsumen merupakan hasil dari konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industry. Kemajuan teknologi itu telah memperkuat perbedaan antara pola hidup masyarakat tradisional dan masyarakat modern. Dalam pola hidup masyarakat tradisional, mereka dapat memproduksi barang dan/atau jasa secara sederhana dan hubungan yang terjalin antara konsumen dengan produsen juga masih sederhana, konsumen dan produsen dapat bertatap muka secara langsung.<sup>6</sup> Dalam masyarakat modern, produksi barang dan/atau jasa dilakukan secara massal sehingga menciptakan konsumen secara massal pula (*mass consumer consumption*). Akhirnya, hubungan antara konsumen dengan produsen menjadi rumit, dimana konsumen tidak mengenal dan mengetahui siapa produsennya dan sebaliknya produsen juga dapat berada pada wilayah dan mungkin luar negeri.

Perlindungan konsumen memiliki lingkup yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan

---

<sup>6</sup> Inosentius Samsul. (2004). *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, Hal.2.

perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.<sup>7</sup>

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu<sup>8</sup> :

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Kredit. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan

---

<sup>7</sup> A.Z Nasution. (2003). *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Masyarakat Pemantau Peradilan Indonesia*, Jurnal Teropong, (selanjutnya disingkat A.Z Nasution II), Hal. 6-7.

<sup>8</sup> Adrianus Meliala. (2006). *Praktik Bisnis Curang*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, Hal.152.

bahwa Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.<sup>9</sup> Dalam perlindungan hukum itu sendiri di bedakan menjadi 2 jenis, antara lain : a) Perlindungan hukum preventif

Perlindungan ini adalah suatu upaya dari pemerintah dalam rangka pencegahan terjadinya suatu pelanggaran, Perlindungan ini biasanya dapat dijumpai dalam suatu bentuk peraturan perundangundangan, selain perlindungan berupa hak terdapat juga pedoman untuk melakukan suatu kewajiban dalam bentuk batasan-batasan.

b) Perlindungan hukum represif

Bentuk perlindungan represif ini adalah berupa denda, sanksi, dan penjara, Hal ini merupakan suatu wujud nyata dari adanya suatu aturan dan perundang-undangan an, siapa pun yang telah melanggar akan mendapatkan ganjaran atas perbuatannya.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Happy Susanto. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, Hal.4.

<sup>10</sup> Alvian Dwiangga Wijaya dan Teddy Prima Anggriawan. (2022) "*Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Dalam Penggunaan Aplikasi di Smartphone*". Jurnal:INICIO LEGIS, Hal. 67.

### **1.6.1.2 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, Asas berarti hukum dasar, dasar dan cita-cita. Asas merupakan dasar sesuatu yang dijadikan landasan berpikir, berpendapat dan bertindak. Asas-asas pembentuk peraturan perundang-undangan memiliki arti dasar atau sesuatu yang dijadikan landasan untuk menyusun peraturan perundang-undangan. Jika terjadi perbedaan dalam sistem hukum, maka asas berperan sebagai alat untuk mencari jalan keluar atau solusi untuk mengatasi perbedaan tersebut. Pengertian asas menurut ahli adalah prinsip dasar yang menjadi acuan kredit seseorang dalam mengambil keputusan-keputusan yang di dalam hidupnya. Dalam menyusun peraturan perundang-undangan banyak para ahli yang mengutarakan pendapatnya, meskipun berbeda, pada dasarnya menuju ke arah substansi yang sama. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional. Pada Pasal 2 UUPK yang menyebutkan perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Maksud asas-asas dalam perlindungan konsumen adalah:

- a. Asas Manfaat Asas ini meyakini bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan untuk perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan.

- b. Asas Keadilan Maksud daripada asas ini agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan dengan maksimal dan dapat memberikan kesempatan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan haknya dan melakukan kewajibannya secara adil.
- c. Asas Keseimbangan Asas ini memiliki maksud untuk memberikan perlindungan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah baik materil atau spiritual.
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Maksud asas ini berfungsi untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam pemakaian, penggunaan, dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang nantinya akan digunakan oleh konsumen.
- e. Asas Kepastian Hukum Asas ini dimaksudkan agar konsumen dan pelaku usaha dapat menaati hukum dan mendapatkan keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara yang menjamin kepastian hukum.<sup>11</sup>

Berdasarkan UU RI. Nomor 8 tahun 1999, tentang UUPK, tujuan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 3 UUPK , yaitu:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri

---

<sup>11</sup> Happy Susanto. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Diragukan*, Jakarta: Visimedia, Hal. 17

- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>12</sup>

### **1.6.1.3 Pengertian Konsumen**

Pengertian konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang ada dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>13</sup> Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 UUPK, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang

---

<sup>12</sup> Abdul R. Saliman. (2015). *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan*, Jakarta: Kencana, Hal. 190-192.

<sup>13</sup> Az Nasution. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Daya Widya, Hal 15.

tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb), penerima pesan iklan, dan pemakai jasa (pelanggan dsb). Beberapa pakar juga mencoba mendefinisikan arti dari konsumen, seperti :

1. Menurut Dr. Munir Fuady, “konsumen adalah pengguna akhir (end user) dari suatu produk, yaitu setiap 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”.<sup>14</sup>

2. Menurut Janus Sidabalok, “konsumen adalah semua orang yang membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara atau merawat harta bendanya”.<sup>15</sup>

Hak Konsumen:

- a. Hak atas keamanan, keselamatan, dan kenyamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

---

<sup>14</sup> Munir Fuady. (2008). *Pengantar Hukum Bisnis-Menata Bisnis Modern di Era Global*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 227.

<sup>15</sup> Janus Sidabalok. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Cetakan ke-1*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 17.

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>16</sup>

#### **1.6.1.4 Pengertian Pelaku Usaha**

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Menurut Penjelasan Pasal 1 angka 3

---

<sup>16</sup> Halim Barkatullah A. (2010). *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: PT Nusa Media, Hal. 40.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian tersebut meliputi perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.

1) Badan Usaha yang berbadan hukum 2) Badan Usaha yang tidak berbadan hukum Perbedaan dari keduanya yaitu badan usaha yang bukan merupakan badan hukum tidak akan dipersamakan kedudukannya sebagai orang sehingga tidak memiliki kekayaan para pendirinya. 2 Perbedaan badan hukum dan bukan berbadan hukum terletak pada pemisahan harta kekayaan. Badan usaha yang berbadan hukum,

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha:

a. Hak Pelaku Usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UUPK adalah:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban Pelaku Usaha:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

## 1.6.2 Tinjauan Umum Jual Beli

### 1.6.2.1 Pengertian Jual Beli

Berdasarkan pada rumusan yang diatur Pasal 1457 KUH Perdata, Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diperjanjikan. Berdasarkan pada rumusan yang diatur Pasal 1457 KUH Perdata tersebut dapat dilihat bahwa jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini berbentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual, dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual.<sup>17</sup> Jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini berbentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual, dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual.<sup>18</sup> Perjanjian jual beli melahirkan hak bagi kedua belah pihak atas tagihan berupa penyerahan kebendaan pada satu pihak dan pembayaran harga jual pada pihak lainnya. Sedangkan dari sisi perikatan, jual beli merupakan bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban dalam bentuk penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi. (2003). *Jual Beli*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Hal. 7.

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ibid.

### **1.6.2.2 Pengertian Perjanjian Jual Beli**

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdara sampai dengan Pasal 1540 KUHPerdara. Menurut Pasal 1457 KUHPerdara yang mengatur bahwa perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Ada 2 unsur dalam perjanjian jual beli yaitu adanya harga dan barang. Objek dari perjanjian jual beli yaitu barang. Menurut pasal 1333 KUHPerdara, objek perjanjian harus tertentu, atau setidaknya dapat ditentukan.

### **1.6.2.3 Lahirnya Suatu Perjanjian Jual Beli**

Sesuai dengan asas konsensualisme yang menjwai hukum perjanjian KUHPerdara, perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya kata sepakat mengenai barang dan harga. Begitu kedua pihak sudah setuju tentang barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah.<sup>20</sup> Kesepakatan pada perjanjian jual beli yang umumnya melahirkan atau membentuk perjanjian jual beli tersebut, juga dikecualikan jika barang yang diperjual belikan merupakan barang yang biasanya dicoba dulu pada saat pembelian, karena jika yang menjadi objek perjanjian jual beli tersebut adalah barang yang harus dicoba dahulu untuk mengetahui apakah barang tersebut baik atau sesuai keinginan pembeli, perjanjian tersebut selalu dianggap dibuat dengan

---

<sup>20</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, Hal. 2.

syarat tangguh, artinya perjanjian tersebut hanya mengikat apabila barang yang menjadi objek perjanjian adalah baik.<sup>21</sup>

#### **1.6.2.4 Pengertian Perjanjian Jual Beli Online (E-Commerce)**

Perjanjian jual beli online (*ecommerce*) adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak.<sup>22</sup> Pada transaksi jual beli melalui internet, pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik. Ecommerce adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan dengan sarana media elektronik (*internet*). Ecommerce seringkali dianggap sama dengan marketplace. Padahal, jika kita pahami secara mendalam dari pengertian di atas, marketplace merupakan salah satu contoh dari bisnis atau model ecommerce. Marketplace hanyalah berperan sebagai platform atau perantara yang menghubungkan antara pihak pembeli dengan penjual. Marketplace seperti pasar di dunia maya yang mempertemukan antara penjual dan pembeli.

Dalam Pasal 1 butir 2 UUIITE, menyebutkan bahwa transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan cara menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik

---

<sup>21</sup> Ahmadi Miru dan Sakka Pati, Hukum Perikatan, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2011. Hal. 68

<sup>22</sup> Burhanuddin S., Hukum Kontrak Syariah BPFE, Yogyakarta, 2009, Hal. 214.

lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik adalah salah satu contoh dari ketentuan tersebut. Kontrak elektronik dalam transaksi elektronik, harus mempunyai kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Oleh karena itu, kontrak elektronik harus juga mengikat para pihak sebagaimana Pasal 18 ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa “transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”.<sup>23</sup> Dalam pasal 1 butir 17 UUIE juga mengatur terkait Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.

### **1.6.3 Tinjauan Umum Barang atau Benda**

#### **1.6.3.1 Pengertian Barang atau Benda**

Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen (Pasal 1 angka (4) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 499 barang atau benda adalah segala sesuatu yang dapat diberikan/diletakkan suatu hak di atasnya, utamanya yang berupa hak milik. Menurut Tirtodiningrat

---

<sup>23</sup> Lia Sautunnida, *Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Kajian Menurut Buku III KUH Perdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala, 2008, Hal. 1.

benda merupakan semua barang yang bisa dijadikan alat atau hasil manusia, yang berupa semua barang, hewan dan hak-hak yang dapat dimiliki oleh orang atau badan hukum. Pada hukum perdata, benda lazimnya disebut sebagai obyek hak (*zaak*) berhadapan dengan subyek hak, yaitu badan pribadi (*persoon*). Pengertian benda adalah pertama tama tertuju pada barang yang berwujud yang dapat ditangkap dengan panca indera tetapi barang yang tidak berwujud termasuk benda juga. Pasal 499 KUH Perdata/BW dapat diketahui pengertian benda yaitu segala sesuatu yang dapat dimiliki atau yang dapat menjadi obyek hak milik.

#### **1.6.4 Tinjauan Umum Diskon Kilat (*Flash Sale*)**

##### **1.6.4.1 Pengertian Diskon Kilat (*Flash Sale*)**

Diskon kilat atau yang biasa disebut *flash sale* adalah program promosi yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membeli produk dengan harga yang lebih murah daripada harga biasanya dalam batas durasi waktu tertentu. Durasi waktu *flash sale* umumnya termasuk singkat dan waktu dimulainya telah diumumkan sebelumnya ke konsumen. Konsep *flash sale* pada dasarnya adalah penurunan harga sementara pada produk yang ditawarkan setiap harinya.<sup>24</sup> Sistem penjualan menggunakan *flash sale* merupakan bagian dari

---

<sup>24</sup> 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

sistem penjualan yang memberi pelanggannya suatu penawaran khusus dengan memberikan diskon untuk produk tertentu dengan jangka waktu yang dibatasi.<sup>25</sup> *Flash Sale* adalah bagian dari promosi penjualan atau insentif jangka pendek dengan waktu yang terbatas untuk mendorong pembelian produk.<sup>26</sup> *Flash sale* merupakan komponen dari salah satu alat promosi penjualan yang memberikan pelanggan penawaran spesifik berupa diskon untuk produk tertentu dengan waktu yang terbatas. Pemasaran *flash sale* adalah tipe bisnis *e-commerce* dimana situs merekomendasi pilihan produk individual dengan harga diskon selama rentang waktu yang singkat.

*Flash Sale* atau penjualan kilat dalam industri *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai perantara belanja yang digunakan sebagai sarana promosi untuk mempromosikan pasar dan mendistribusikan barang-barang seperti elektronik, pakaian, dan sebagainya dengan harga diskon besar-besaran. *Flash sale* adalah salah satu program promosi yang sering dilakukan oleh *para e-commerce*. Setiap harinya aplikasi *e-commerce* di Indonesia melakukan program *flash sale* yang diadakan pada jam dan waktu tertentu. Dengan menggunakan program *flash sale* penjual atau pelaku usaha dapat menjualkan produknya dalam program *flash sale* yang akan dilakukan.

---

<sup>25</sup> Amalina Maryam Zakiyah. (2018). "Pengaruh *Flash Sale* terhadap Pembelian Impulsive Online pada Toko Online "PulchraGallery". Manajemen dan Bisnis Indonesia, Hal. 192-195.

<sup>26</sup> ibid

#### 1.6.4.2 Indikator Diskon Kilat (*Flash Sale*)

Terdapat beberapa indikator yang menyebabkan ketertarikan konsumen akan promo diskon kilat/*flash sale* sebagai berikut:

1. Kemenarikan Program Potongan Harga

Suatu pelaku usaha yang memberikan potongan harga terhadap suatu barang yang dijualnya mampu menarik perhatian para konsumen, karena adanya program pemotongan harga terhadap suatu barang.

2. Ketepatan Program Potongan Harga

Ketepatan sasaran program potongan harga kepada para konsumen yang bertujuan agar calon konsumen mampu dipengaruhi sehingga calon konsumen mampu dan tergiur untuk melakukan belanja pada barang yang memiliki harga setengah dari harga biasanya atau di sebut juga dengan harga *discount*.

3. Frekuensi Program Potongan Harga

Kegiatan dalam mengadakan potongan harga pada suatu produk akan dilakukan oleh para pelaku usaha sesuai dengan durasi yang telah

ditentukan sebelumnya apakah kegiatan potongan harga akan dilakukan sesering mungkin atau tidak.<sup>27</sup>

### 1.6.5 Tinjauan Umum *E-Commerce*

#### 1.6.5.1 Pengertian *E-Commerce*

Menurut Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, elektronik commerce atau disingkat dengan *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactur*), services providers dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet adalah salah satu suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersia.<sup>28</sup>

Menurut Kalakota dan Winston dari buku M. Suyanto, menyatakan definisi *E-commerce* dapat ditinjau dari beberapa perspektif, yaitu:

- a. Dari perspektif komunikasi, *E-commerce* adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya.
- b. Dari perspektif proses bisnis, *E-commerce* adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

---

<sup>27</sup> Christina Ribka Thendeano, Joceline Sutanto, Monika Kristanti. (2020). *Analisa Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Menginap Di Hotel Shangri-La Surabaya*. Univesitas Kristen Petra, Hal. 31

<sup>28</sup> Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo. (2005). *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Hal. 10.

- c. Dari perspektif layanan, *E-commerce* merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
- d. Dari perspektif online, *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi melalui internet dan sarana online lainnya.<sup>29</sup>

Berikut adalah asas-asas dalam melakukan kegiatan *E-commerce* yaitu:

- 1) Kepentingan Nasional Yang dimaksud dengan “asas kepentingan nasional” adalah setiap kebijakan perdagangan harus mengutamakan kepentingan bangsa, negara, dan masyarakat di atas kepentingan lainnya.
- 2) Kepastian Hukum Yang dimaksud dengan “asas kepastian hukum” adalah meletakkan hukum dan ketentuan peraturan perundang-undangan sebagai dasar dalam setiap kebijakan dan pengendalian di bidang perdagangan.
- 3) Adil dan sehat yang dimaksud dengan “asas adil dan sehat” adalah adanya kesetaraan kesempatan dan kedudukan dalam kegiatan usaha antara produsen, pedagang, dan pelaku usaha lainnya untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif sehingga

---

<sup>29</sup> M. Suyanto. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi Offset, Hal. 11.

menjamin adanya kepastian dan kesempatan berusaha yang sama.

- 4) Keamanan berusaha yang dimaksud dengan “asas keamanan berusaha” adalah adanya jaminan keamanan bagi seluruh pelaku usaha di setiap tahapan kegiatan perdagangan, mulai dari persiapan melakukan kegiatan perdagangan hingga pelaksanaan kegiatan perdagangan.
- 5) Akuntabel dan transparan yang dimaksud dengan “asas akuntabel dan transparan” adalah pelaksanaan kegiatan perdagangan harus dapat dipertanggung jawabkan dan terbuka kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 6) Kemandirian yang dimaksud dengan “asas kemandirian” adalah setiap kegiatan perdagangan dilakukan tanpa banyak bergantung pada pihak lain.
- 7) Kemitraan yang dimaksud dengan “asas kemitraan” adalah adanya kerja sama dalam keterkaitan usaha di bidang perdagangan, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, memercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah dengan usaha besar dan antara pemerintah dan swasta.

- 8) Kemanfaatan Yang dimaksud dengan “asas kemanfaatan” adalah seluruh pengaturan kebijakan dan pengendalian Perdagangan harus bermanfaat bagi kepentingan nasional, khususnya dalam mewujudkan cita-cita kesejahteraan umum. Kesederhanaan, yang dimaksud dengan “asas kesederhanaan” adalah memberikan kemudahan pelayanan kepada pelaku usaha serta kemudahan dalam memberikan informasi yang benar kepada masyarakat.
- 9) Kebersamaan Yang dimaksud dengan “asas kebersamaan” adalah penyelenggaraan Perdagangan yang dilakukan secara bersama oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Pelaku Usaha, dan masyarakat.
- 10) Berwawasan lingkungan yang dimaksud dengan “asas berwawasan lingkungan” adalah kebijakan perdagangan yang dilakukan dengan memperhatikan kelestarian lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan.

#### **1.6.5.2 Jenis-Jenis *E-Commerce***

*E-Commerce* memiliki berbagai macam jenis, diantaranya adalah *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C), *Consumer to Consumer* (C2C), *Mobile E-Commerce* (*M-Commerce*) dan *Social E-Commerce*. Dari berbagai jenis *E-Commerce*, berikut merupakan jenis *E-Commerce* yang sesuai dengan *marketplace* penyedia jual beli *online*:

##### **1. *Business to Consumer* (B2C)**

Yaitu jenis *E-Commerce* yang paling sering dibahas, di mana bisnis *online* jenis ini menjangkau konsumen individual. B2C mencakup pembelian barang ritel, travel dan konten *online*. Jenis B2C yaitu jenis *E-Commerce* yang paling sering ditemui konsumen.

## 2. *Consumer to Consumer (C2C)*

Yaitu jenis yang menyediakan media sebagai konsumen untuk menjual satu sama lain, dengan bantuan pembuat pasar *online* (juga disebut penyedia platform).

### 1.6.6 Teori Kepatuhan Hukum

Hukum adalah suatu rangkaian peraturan yang menguasai tingkah laku dan perbuatan tertentu dari manusia dalam hidup bermasyarakat. Hukum itu sendiri mempunyai ciri yang tetap yakni hukum merupakan suatu organ peraturan-peraturan abstrak, hukum untuk mengatur kepentingan-kepentingan manusia, siapa saja yang melanggar hukum akan dikenakan sanksi sesuai dengan apa yang telah ditentukan.<sup>30</sup> Kepatuhan hukum adalah kesadaran kemanfaatan hukum yang melahirkan bentuk "kesetiaan" masyarakat terhadap nilai-nilai hukum yang diberlakukan dalam hidup bersama yang diwujudkan

---

<sup>30</sup> Abdul Manan, (2006) "*Aspek-aspek Pengubah Hukum*". Jakarta:Kencana, Hal.2.

dalam bentuk perilaku yang senyatanya patuh terhadap nilai-nilai hukum itu sendiri yang dapat dilihat dan dirasakan oleh sesama anggota masyarakat.<sup>31</sup>

Menurut Soerjono, hakikat kepatuhan hukum memiliki 3 (tiga) faktor yang menyebabkan warga masyarakat mematuhi hukum, antara lain:

a. *Compliance*

Penerimaan yang terang-terangan disebabkan oleh ekspektasi penghargaan dan upaya untuk menghindari kemungkinan hukuman - bukan oleh keyakinan apa pun terhadap keinginan nilai yang dipaksakan. Kekuatan agen yang mempengaruhi didasarkan pada "cara-kontrol" dan sebagai konsekuensinya, orang yang terpengaruh hanya sesuai di bawah pengawasan.

Suatu kepatuhan yang didasarkan pada harapan akan suatu imbalan dan usaha untuk menghindari diri dari hukuman atau sanksi yang mungkin dikenakan apabila seseorang melanggar ketentuan hukum. Kepatuhan ini sama sekali tidak berdasarkan dengan suatu keyakinan pada tujuan kaidah hukum yang bersangkutan, dan lebih berdasarkan oleh pengendalian dari pemegang kekuasaan. Sebagai akibatnya, kepatuhan hukum akan ada jika ada pengawasan yang ketat terhadap pelaksanaan kaidah-kaidah hukum tersebut.

b. *Identification*

---

<sup>31</sup> S. Maronie, "Kesadaran Kepatuhan Hukum", <https://www.zriefmaronie.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 30 Juni 2024.

Penerimaan aturan bukan karena nilai intrinsik dan daya tariknya tetapi karena keinginan seseorang untuk mempertahankan keanggotaan dalam suatu kelompok atau hubungan dengan agen. Sumber kekuatan adalah daya tarik dari hubungan yang orang nikmati dengan kelompok atau agen, dan kesesuaiannya dengan aturan akan tergantung pada arti-penting hubungan ini

Terjadi bila kepatuhan terhadap kaidah hukum ada bukan karena nilai intrinsiknya, akan tetapi agar keanggotaan kelompok tetap terjaga dan juga ada hubungan baik dengan mereka yang memiliki wewenang untuk menerapkan kaidah hukum tersebut. Daya tarik untuk patuh merupakan keuntungan yang didapatkan dari hubungan-hubungan tersebut, dengan demikian kepatuhan tergantung pada baik buruk interaksi.

### *c. Internalization*

Penerimaan oleh individu atas suatu aturan atau perilaku karena dia menemukan kontennya secara intrinsik memberi penghargaan konten tersebut sesuai dengan nilai-nilai seseorang baik karena nilai-nilainya berubah dan disesuaikan dengan yang tak terhindarkan .

Pada tahap ini seseorang mematuhi kaidah hukum karena secara intrinsik kepatuhan tadi mempunyai imbalan. Isi kaidah tersebut adalah sesuai dengan nilai-nilainya dari pribadi yang bersangkutan, atau karena Ia mengubah nilai-nilai semula dianutnya. Hasil dari proses tersebut adalah suatu konformitas yang berdasarkan pada motivasi secara

intrinsik. Titik sentral dari kekuatan proses ini adalah kepercayaan orang tadi terhadap tujuan dari kaidah-kaidah yang bersangkutan, terlepas dari pengaruh atau nilai-nilainya terhadap kelompok atau pemegang kekuasaan maupun pengawasannya. Tahap ini adalah derajat kepatuhan tertinggi, dimana ketaatan itu timbul karena hukum yang berlaku sesuai dengan nilai-nilai yang dianut.<sup>32</sup>

### 1.6.7 Teori perjanjian

Dalam kehidupan bermasyarakat kegiatan perjanjian menjadi salah satu pembicaraan yang tidak akan ada habisnya. Perjanjian adalah kejadian di mana salah satu pihak berjanji kepada pihak lain atau kedua belah pihak melakukan perjanjian untuk melakukan tindakan tertentu. Hubungan antara kedua belah pihak dalam suatu perjanjian mengakibatkan timbulnya ikatan dalam bentuk hak dan kewajiban untuk keberhasilan bagi kedua belah pihak. Van Dunne mendefinisikan perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan suatu perjanjian dengan akibat hukum.<sup>33</sup>

Perjanjian berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdara adalah tindakan yang dilakukan satu individu atau lebih mengikat dirinya sendiri terhadap satu individu lain atau lebih.<sup>34</sup> Menurut Pasal 1320 KUHPerdara, suatu perjanjian

---

<sup>32</sup> Soerjono Soekanto. (1986) *"Pengantar Penelitian Hukum"*. Jakarta: UI Press, Hal.10.

<sup>33</sup> Salim H. Sidik. (2016). *"Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)"*. Jakarta: Sinar Grafika, Hal.161

<sup>34</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja. (2014) *"Perikatan yang Lahir dari Perjanjian"*. Jakarta: Rajawali Pers, Hal.92.

harus memenuhi empat persyaratan keabsahan, yang meliputi kesepakatan, kecakapan, hal tertentu dan klausa yang halal.

#### 1. Kesepakatan

Adanya kata sepakat bagi mereka yang mengikat dirinya dalam perjanjian. Seseorang dinyatakan bahwa ia telah memberikan izin atau persetujuan (*Toestemming*) jika seseorang tersebut benar-benar menginginkan apa yang telah disepakati.

#### 2. Kecakapan

Kecakapan dalam pelaksanaan perjanjian. Menurut Pasal 1330 KUHPerdara, orang-orang yang tidak cakap untuk mengadakan perjanjian, yakni yang pertama adalah orang-orang yang belum cakap umur atau dapat dibidang belum dewasa, kedua adalah mereka yang ditempatkan di bawah pengawasan, dan ketiga adalah wanita yang telah menikah.

#### 3. Hal tertentu

Agar dapat terlaksananya sebuah perjanjian maka dalam suatu perjanjian diperlukan pokok atau objek tertentu yang dapat dikategorikan.

#### 4. Kausa yang halal

Sebab atau kausa yang dimaksud dalam syarat sah perjanjian yang keempat ini bukanlah mengenai alasan atau motif seseorang melakukan perjanjian,

melainkan tujuan dan isi dalam perjanjian itu sendiri.<sup>35</sup>

Hubungan teori perjanjian pada penelitian ini sebagai dasar untuk menjelaskan serta menganalisis bagaimana terlaksananya suatu perbuatan hukum antara para pihak yang berjanji atau menyetujui untuk melakukan suatu perjanjian. Hal ini berkaitan pada penelitian yang dibahas dalam pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat di *E-Commerce* yang mengikat para pihak, yaitu selaku pelaku usaha dan konsumen.

#### **1.6.8 Teori Keadilan**

Keadilan adalah kondisi kebenaran ideal secara moral mengenai sesuatu hal, baik menyangkut benda atau orang. Istilah keadilan (*iustitia*) berasal dari kata “adil” yang berarti tidak berat sebelah, tidak memihak, berpihak kepada yang benar, sepatutnya, tidak sewenang-wenang. Keadilan menurut Suhrawardi K. Lubis dalam bukunya “Etika Profesi Hukum”, mengemukakan bahwa Adil atau Keadilan adalah pengakuan dan perlakuan seimbang antara hak dan kewajiban. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata Adil mempunyai arti tidak berat sebelah, tidak memihak, berpihak kepada yang benar, dan berpegang teguh pada kebenaran. Keadilan yang dimaksud dalam tulisan ini adalah rasa adil bagi konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian pembelian barang melalui *E-Commerce* oleh pelaku usaha yang tidak jujur.

---

<sup>35</sup> Retna Gumanti. (2012) “Syarat Sahnya Perjanjian Ditinjau Dari KUHPerdara”, Jurnal Pelangi Ilmu, Vol.5 No.1 , Hal.4

Teori yang digunakan dalam permasalahan yang dibahas adalah menggunakan teori keadilan Aristoteles. Aristoteles mengungkapkan bahwa hukum harus bertujuan yang suci jadi yaitu memberikan kepada tiap-tiap orang apa ia berhak menerimanya.<sup>36</sup> Aristoteles membedakan keadilan diantaranya, mengenai keadilan distributif dengan keadilan korektif atau remedial yang merupakan dasar bagi semua pembahasan teoritis terhadap berbagai masalah. Keadilan distributif mengacu pada pembagian barang dan jasa kepada semua orang sesuai dengan kedudukannya dalam masyarakat dan perlakuan yang sama atas kesamaan di depan hukum.<sup>37</sup> Keadilan korektif berhubungan dengan membetulkan atau membenarkan sesuatu yang salah, memberikan kompensasi bagi pihak yang dirugikan atau memberikan hukuman yang pantas bagi pelaku kejahatan. Tindakan yang melanggar hukum harus diberi sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>38</sup>

Salah satu sanksi yang dapat diberikan adalah sanksi administratif. Sanksi administratif adalah tindakan hukum yang diberikan oleh pemerintah untuk melanggar undang-undang atau peraturan. Pemerintah dapat memberikan sanksi administratif yang tegas bagi para pelaku yang melanggar undang-undang atau peraturan, sehingga dapat menimbulkan

---

<sup>36</sup> Utrech. (1962). " *Pengantar dalam Hukum Indonesia*". Balai Buku Ikhtiar, Hal. 23.

<sup>37</sup> Inge Dwisvimiar. (2011). " *Keadilan dalam Prespektif Filsafat Ilmu Hukum*". Jurnal Dinamika Hukum 3, Hal. 527.

<sup>38</sup> Wahyu Buana Putra, Teddy Prima Anggriawan dan Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto. (2023). "Akibat Hukum Praktik Jual Rugi Semen Conch Dalam Persaingan Usaha Industri Semen Di Indonesia." Jurnal hukum, Politik dan Ilmu Sosial Vol. 2(3), Hal 80.

efek jera bagi pelaku dan masyarakat sekitar. Namun, sanksi administratif yang diberikan harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum yang berlaku, yaitu prinsip legalitas, keadilan, dan proporsionalitas. Prinsip legalitas berarti bahwa sanksi administratif harus didasarkan pada undang-undang atau peraturan yang berlaku. Prinsip keadilan berarti bahwa sanksi administratif harus adil dan tidak diskriminatif terhadap pelaku yang melanggar undang-undang atau peraturan. Prinsip proporsionalitas berarti bahwa sanksi administratif harus sebanding dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku.<sup>39</sup>

Adapun ukuran keseimbangan menurut Aristoteles adalah kesamaan numerik dan kesamaan proporsional.<sup>40</sup>

1. Kesamaan numerik dimaknai bahwa setiap manusia disamakan dalam satu unit. Misalnya setiap orang sama di hadapan hukum.
2. Kesamaan proporsional adalah memberikan setiap orang apa yang menjadi haknya, sesuai kemampuan dan prestasinya.

Aristoteles menekankan pada dua jenis keadilan tersebut pada dasarnya merupakan sebuah teknis dari prinsip yang mengatur penerapan hukum. Dalam mengatur hubungan-hubungan hukum harus menemukan suatu standar yang umum untuk memperbaiki setiap akibat dari setiap

---

<sup>39</sup> Teguh Soedarto, L. Budi Kagramanto dan Teddy Prima Anggriawan. (2023). "Penguatan Sanksi Administratif Sebagai Perwujudan Perlindungan Lingkungan Guna Sumber Daya Alam Berkelanjutan (Sektor Perkebunan, Pertambangan Dan Kehutanan)". *UNES Law Review*, 5(4), Hal. 3767

<sup>40</sup> Hyronimus Rhiti. (2011). "*Filsafat Hukum*". Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Hal. 241.

tindakan, tanpa melihat status pelakunya, dan tujuan dari perilaku tersebut harus diukur melalui suatu ukuran yang obyektif.<sup>41</sup>

## 1.7 Metode Penelitian

### 1.7.1 Jenis Penelitian dan Tipe Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian yuridis normatif dalam melakukan penelitian ini. Penelitian yuridis normatif merupakan suatu penelitian hukum yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan penjelasan secara sistematis dan komprehensif terkait aturan hukum yang mengatur suatu hal, melakukan analisis hubungan dalam peraturan perundang-undangan, memberi penjelasan terhadap isu hukum yang ada hingga dimungkinkan dapat menyusun perkiraan atau prediksi pembangunan hukum pada masa yang akan datang.<sup>42</sup> Yuridis normatif merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan dengan mendasarkan pada bahan hukum utama dengan menggunakan beberapa konsep, teori dan asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang bersangkutan dengan penelitian ini baik yang bersifat primer maupun sekunder<sup>43</sup>

Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum merupakan suatu tahapan untuk dapat menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, dan juga doktrin hukum guna menyelesaikan isu hukum yang muncul di lingkup

---

<sup>41</sup> Inge Dwisvimiar. (2011). *"Keadilan dalam Prespektif Filsafat Ilmu Hukum"*. Jurnal Dinamika Hukum 3, Hal. 527.

<sup>42</sup> Peter Mahmud Marzuki. (2021). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal. 54.

<sup>43</sup> I Made Pasek Diantha. (2016). *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta : Pranada Media Group. Hal. 4

masyarakat.<sup>44</sup> Sehingga, hukum diperluas dan diimplementasikan untuk menangani setiap permasalahan yang muncul dalam masyarakat kemudian menciptakan kepastian hukum. Menurut Soejono Soekanto, penelitian hukum adalah kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau segala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya.<sup>45</sup>

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif atau metode penelitian hukum kepustakaan adalah metode atau cara yang dipergunakan di dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada.<sup>46</sup> Adapun yang menjadi dasar dalam penelitian yuridis normatif ini ialah bahan hukum primer dan sekunder yang merupakan penelitian yang berpedoman terhadap setiap norma yang ada dalam peraturan perundang-undangan.<sup>47</sup>

### 1.7.2 Pendekatan

Pada pemecahan permasalahan yang timbul dalam topik skripsi ini, penulis menggunakan pendekatan sebagai berikut:

#### 1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*)

---

<sup>44</sup> Peter Mahmud Marzuki. (2007). *Penelitian Hukum*. Jakarta. Kencana Penanda Media Group. Hal. 141.

<sup>45</sup> Soerjono Soekanto. (1981). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press. Hal.43.

<sup>46</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. (2009). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo. Hal.13-14.

<sup>47</sup> Soerjono Soekanto. *op. cit.*, Hal. 20.

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dilakukan dengan mengkaji semua peraturan perundang-undangan serta regulasi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.<sup>48</sup>

Dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Penulis dalam penelitian ini menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, guna memecahkan masalah terkait perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian pembelian barang di *E-Commerce*.

## 2. Pendekatan Konseptual

Yang dimaksud dengan pendekatan konseptual adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum. Dengan mempelajari pandangan-pandangan doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.<sup>49</sup> Pendekatan konseptual dimaksudkan untuk menganalisa bahan hukum sehingga dapat diketahui makna yang terkandung pada istilah-istilah hukum. Hal itu

---

<sup>48</sup> Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. (2015). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal. 157.

<sup>49</sup> Peter Mahmud Marzuki, *op. cit.*, Hal.135.

dilakukan sebagai usaha untuk memperoleh makna baru yang terkandung dalam istilah-istilah yang diteliti, atau menguji istilah hukum tersebut dalam teori dan praktek.<sup>50</sup>

### 1.7.3 Sumber Data / Bahan Hukum

Pengumpulan data merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena dengan adanya proses pengumpulan data, maka akan diperoleh data yang diperlukan untuk selanjutnya dapat dianalisis guna untuk menunjukkan jalan pemecahan permasalahan dalam suatu penelitian. Dalam metode penelitian ini penulis menggunakan mendapatkan bahan penelitian tersebut, maka penelitian ini akan dilakukan dengan studi pustaka yang mengkaji bahan hukum.<sup>51</sup> Adapun sumber data dalam penelitian ini meliputi:

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang bersifat otoritas. Di mana dalam hal ini bahan hukum primer adalah terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi, atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber hukum primer sebagai berikut:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 3) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang;

---

<sup>50</sup> Hajar M. (2015). *Model-Model Pendekatan Dalam Penelitian Hukum dan Fiqh*. Pekanbaru: UIN Suska Riau. Hal. 41.

<sup>51</sup> *Ibid.*, Hal. 186.

- 4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
  - 5) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
2. Bahan hukum sekunder, merupakan bahan-bahan yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu proses penelitian.<sup>52</sup> Pengertian lain dari bahan sekunder adalah buku teks yang berisikan tentang prinsip dasar ilmu hukum serta pandangan para sarjana atau ahli hukum.<sup>53</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber hukum sekunder sebagai berikut:
- 1) Literatur-literatur atau buku-buku ilmiah yang terkait dengan penelitian ini;
  - 2) Karya Tulis Ilmiah yang terdiri dari jurnal hukum, skripsi, tesis, dan disertasi yang relevan dengan lingkup pembahasan dalam penelitian ini;
  - 3) Doktrin atau pendapat dan kesaksian dari para ahli baik tertulis maupun tidak tertulis.
3. Bahan hukum tersier, adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum

---

<sup>52</sup> *Ibid.*, Hal. 318.

<sup>53</sup> I Made Pasek Diantha. (2016). *Metodelogi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Kencana. Hal. 144.

sekunder yang berasal dari ensiklopedia, kamus, jurnal, majalah, dan sebagainya.<sup>54</sup>

#### **1.7.4 Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Adapun tahapan metode penelitian selanjutnya adalah metode pengumpulan data atau cara pengambilan bahan penelitian. Dalam upaya memperkuat hasil penelitian, penulis menerapkan teknik pengumpulan dan pengelolaan data sebagai berikut:

##### **1. Studi Kepustakaan / Dokumen**

Studi Kepustakaan dilaksanakan dengan mengumpulkan data melalui penelusuran sumber-sumber pustaka, dengan mendalami dan mencatat informasi dari literatur-literatur yang relevan dengan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Ketidaksiapan Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

#### **1.7.5 Metode Analisis Data**

Setelah melakukan pengumpulan data, tahap selanjutnya adalah proses analisa data. Tujuan dari metode analisis data adalah untuk memperoleh solusi dari permasalahan yang ada melalui proses pengolahan dan analisis data yang telah dikumpulkan. Proses analisis data dimulai dengan identifikasi bahan hukum yang telah terkumpul, kemudian data tersebut dianalisis secara kualitatif

---

<sup>54</sup> Zainuddin Ali. (2009). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal. 106.

dengan memperhatikan ketentuan hukum yang ada dan asas-asas hukum yang berkaitan dengan kaidah hukum yang berlaku sehingga menghasilkan uraian yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya.

#### **1.7.6 Sistematika Penulisan**

Pada bagian ini, penulis akan membahas lebih lanjut untuk memberikan penjelasan yang lebih terperinci dan terarah mengenai sistematika penulisan dalam penelitian ini, sehingga memudahkan pemahaman terhadap penelitian ini. Berikut sistematika dan alur pembahasan yang terbagi menjadi empat bab, yaitu:

Bab Pertama, memuat pendahuluan yang didalamnya mencakup latar belakang permasalahan secara umum, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Dalam bab ini menjelaskan mengenai pembahasan secara umum pokok permasalahan yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pembaca tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Ketidaksiapan Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Di *E-Commerce*.

Bab Kedua, membahas terkait Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Ketidaksesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Di *E-Commerce*. Sub bab pertama membahas mengenai kriteria kerugian yang dialami oleh konsumen dalam pembelian barang secara diskon kilat/*flash sale* di *E-Commerce*. Sub bab kedua membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat/*flash sale* di *E-Commerce* berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab Ketiga, membahas tentang Tanggung Gugat Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Ketidaksesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*Flash Sale*) Di *E-Commerce*. Dalam bab ketiga ini dibagi menjadi beberapa sub bab. Sub bab pertama membahas tentang pelanggaran hak oleh pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat/*flash sale* di *E-Commerce*. Sub bab kedua membahas tentang tanggung gugat pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat/*flash sale* di *E-Commerce*.

Bab Keempat, bab penutup dalam penulisan skripsi ini memuat kesimpulan/ringkasan dari uraian pembahasan yang telah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya. Bab ini juga berisi tentang saran-saran yang dianggap perlu dari permasalahan tersebut. Bab penutup ini merupakan bagian akhir penulisan skripsi, sekaligus memuat rangkuman jawaban terhadap permasalahan yang dibahas dalam penulisan skripsi i