

ABSTRAK

PERLINDUNGAN KONSUMEN BEKENAAN DENGAN KETIDAKSESUAIAN HARGA DALAM PROMOSI DISKON SECARA ONLINE

**Oleh:
Kevin Fedrick H. H**

Perubahan perdagangan fisik menjadi *e-commerce* tidak hanya merubah cara transaksinya. Sistem promosi dalam penjualan *e-commerce* juga mengikuti perkembangan. Penggunaan sistem promosi diskon yang memberikan mark-up harga yang tinggi lalu memberikan diskon atas harga tersebut dilakukan demi menarik perhatian konsumen. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana sistem promosi diskon secara *online*, apakah hak-hak konsumen dilanggar dengan adanya promosi diskon secara *online*, dan bagaimana pertanggung jawaban pelaku usaha dengan sistem promosi diskon secara *online*.

Penelitian ini adalah penelitian normatif terapan dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan normatif terapan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan dan dengan pengolahan data melalui pemeriksaan, rekonstruksi dan sistematisasi data. Analisis data dilakukan secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem promosi diskon secara *online* adalah salah satu bentuk promosi dengan memberikan potongan harga terhadap suatu barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui sistem komputer secara *online*. Promosi yang tidak sesuai adalah promosi yang melanggar hal-hal yang diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik seperti hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan kegiatan yang dilarang. Pelanggaran yang dilakukan terhadap hak-hak konsumen menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sehingga pelaku usaha dinilai perlu bertanggung jawab atas promosi yang dilakukannya. Namun belum adanya aturan tentang besar ganti rugi yang harus ditanggung pelaku usaha menjadi permasalahan. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi elektronik tidak menyatakan secara rinci tentang besar ganti rugi yang harus ditanggung pelaku usaha, tetapi dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ayat (2), ganti rugi yang diterima konsumen dapat berupa

pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Promosi Diskon, Ketidaksesuaian Harga, Perlindungan Konsumen, Tanggungjawab.