

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN DALAM PROMO *FLASH SALE* PADA APLIKASI ONLINE

Wawan Nudirwan¹, Indra Afrita², Yeni Triana³

^{1,2,3} Magister Ilmu Hukum Universitas Lancang Kuning; wawannudirwann20698@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Flash Sale;
Legal Protection;
Consumer Rights;
E-commerce

Kata Kunci:

Flash Sale;
Perlindungan Hukum;
Hak Konsumen;
Transaksi Digital

Article history:

Received : 2025-02-11

Revised : 2025-07-01

Accepted : 2025-07-04

ABSTRACT

The flash sale phenomenon on the Shopee marketplace attracts many consumers with its limited-time low price offers. However, allowing transparency in stock quantities and product information discrepancies often result in losses for consumers, who are at risk of receiving defective goods, out of stock, or experiencing manipulated prices before discounts. Legal protection for consumers in Indonesia still faces obstacles, both in terms of regulatory implementation and consumer awareness of their rights. This study uses an empirical method with a sociological approach to examine the relationship between consumer law and business actors, as well as the effectiveness of legal protection in flash sale practices. The results of the study show that flash sale practices on Shopee still often violate the provisions of the Consumer Protection Law, especially regarding price information, stock, and transparency in product offerings. From a contract law perspective, business actors are required to act in good faith in transactions, but in reality there are still many violations that occur. For this reason, regulatory system reform, increased education for consumers, and strict supervision of e-commerce practices are needed so that a fairer trade ecosystem can be realized. The resolution of consumer welfare also needs to be strengthened through more effective mechanisms, such as reporting to BPSK and strengthening the role of consumer protection institutions.

ABSTRAK

Fenomena flash sale di marketplace Shopee menarik banyak konsumen dengan penawaran harga murah dalam waktu terbatas. Namun, kurangnya transparansi dalam jumlah stok dan ketidaksesuaian informasi produk sering kali menimbulkan kerugian bagi konsumen, yang berisiko menerima barang cacat, stok kosong, atau mengalami harga yang dimanipulasi sebelum diskon. Perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia masih menghadapi kendala, baik dari segi implementasi regulasi maupun kesadaran konsumen terhadap hak-haknya. Penelitian ini menggunakan metode empiris dengan pendekatan sosiologis untuk mengkaji hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha, serta

efektivitas perlindungan hukum dalam praktik flash sale. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik flash sale di Shopee masih sering melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait informasi harga, stok, dan transparansi dalam penawaran produk. Dalam perspektif hukum perikatan, pelaku usaha wajib beritikad baik dalam bertransaksi, tetapi pada kenyataannya masih banyak pelanggaran yang terjadi. Untuk itu, diperlukan reformasi sistem regulasi, peningkatan edukasi bagi konsumen, serta pengawasan ketat terhadap praktik e-commerce agar ekosistem perdagangan yang lebih adil dapat terwujud. Penyelesaian sengketa konsumen juga perlu diperkuat melalui mekanisme yang lebih efektif, seperti pelaporan ke BPSK dan penguatan peran lembaga perlindungan konsumen.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.



Corresponding Author:

Wawan Nudirwan

Magister Ilmu Hukum, Universitas Lancang Kuning; wawannudirwannn20698@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Shopee Indonesia, bagian dari Sea Group, mengandalkan strategi promosi penjualan melalui media sosial, seperti cashback dan giveaway, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Salah satu taktik andalannya adalah flash sale, di mana produk dijual dengan harga sangat murah dalam waktu terbatas, menarik minat konsumen dan meningkatkan transaksi. Strategi ini tidak hanya menguntungkan konsumen, tetapi juga produsen dan peritel, serta menciptakan persaingan sengit di industri e-commerce Indonesia¹.

Shopee rutin menggelar flash sale tanggal kembar dan berbagai promo seperti Gratis Ongkir, Cashback Xtra, serta Shopee Live, yang selalu dinantikan konsumen. Namun, transaksi cepat sering membuat pembeli kurang teliti, berisiko mendapat barang cacat atau tidak sesuai. Seperti yang dialami AH, remaja Pekanbaru yang kerap memenangkan flash sale dan menjual kembali barangnya untuk keuntungan lebih. Sayangnya, ia pernah mengalami stok kosong hingga menerima produk cacat, yang membuatnya merasa dirugikan.

Kejadian seperti ini jelas memberikan dampak yang sangat merugikan bagi konsumen, terutama ketika mereka telah dengan sabar menunggu kesempatan untuk mendapatkan barang yang ditawarkan dalam skema flash sale, hanya untuk mendapati bahwa produk yang diincar ternyata tidak sesuai dengan deskripsi atau bahkan stoknya telah habis dalam waktu yang tidak masuk akal tanpa ada transparansi yang memadai dari pihak marketplace. Situasi semacam ini semakin memperparah ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi daring, di mana harapan mereka untuk mendapatkan barang dengan harga promosi sering kali berujung pada kekecewaan akibat praktik bisnis

¹ Fadila, Nur. *Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Flash Sale di Tokopedia*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Surabaya, 2019.

yang kurang jujur. Lebih dari itu, lemahnya perlindungan hukum di Indonesia dalam menangani kasus-kasus semacam ini semakin memperburuk kondisi yang ada, karena belum ada mekanisme yang cukup kuat dan tegas untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen benar-benar dihormati dan dijamin oleh pelaku usaha. Dalam banyak kasus, konsumen yang merasa dirugikan sering kali menghadapi kesulitan dalam mendapatkan keadilan, baik karena prosedur hukum yang rumit, kurangnya regulasi yang mengatur secara spesifik mengenai praktik-praktik manipulatif dalam flash sale, maupun keterbatasan akses terhadap lembaga perlindungan konsumen yang efektif. Maka, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan terkait untuk segera merancang dan menerapkan regulasi yang lebih ketat, yang tidak hanya mengatur kewajiban transparansi marketplace dalam menyediakan informasi terkait stok dan kualitas barang, tetapi juga memberikan sanksi jelas yang terbukti mengupayakan praktik manipulatif yang merugikan konsumen. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta ekosistem perdagangan yang lebih adil dan berimbang, di mana hak-hak konsumen tidak hanya menjadi wacana, tetapi benar-benar dilindungi melalui kebijakan yang kuat dan dapat ditegakkan secara efektif.

Meskipun UUPK menjamin perlindungan konsumen, rendahnya kesadaran hukum menjadi kendala utama dalam memperjuangkan hak, terutama sebelum regulasi tersebut diberlakukan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki karakter empiris dengan menggunakan pendekatan sosiologis, yang berarti bahwa analisis yang dilakukan tidak hanya berfokus pada norma hukum tertulis semata, tetapi juga menyoroti bagaimana hukum itu sendiri berinteraksi dan beroperasi dalam realitas sosial masyarakat. Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan agar mengali lebih dalam berkenaan hubungan timbal balik antara hukum dan masyarakat melalui observasi langsung di lapangan, sehingga memungkinkan peneliti untuk menilai sejauh mana efektivitas norma hukum yang berlaku dalam praktiknya serta mengidentifikasi berbagai bentuk aturan tak tertulis. Hukum dipahami tak cuma sekumpulan peraturan yang tertulis dalam undang-undang, tapi juga sebagai fenomena sosial yang secara dinamis dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya, ekonomi, dan kebiasaan lokal yang telah lama mengakar. Dengan melakukan kajian langsung terhadap praktik hukum yang berlangsung di masyarakat, penelitian ini dapat mengungkap sejauh mana norma hukum yang ada benar-benar dipatuhi, apakah terdapat kesenjangan antara regulasi formal dan implementasi di lapangan, serta bagaimana masyarakat secara mandiri menciptakan dan mempertahankan aturan tidak tertulis yang sering kali memiliki pengaruh lebih kuat dibandingkan ketentuan hukum resmi. Oleh karena itu, pendekatan ini tidak hanya memberikan gambaran deskriptif mengenai bagaimana hukum bekerja dalam realitas sosial, tetapi juga menawarkan perspektif kritis terhadap efektivitas kebijakan yang ada serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai interaksi antara hukum dengan struktur sosial yang membentuknya².

² Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara Konsumen Untuk Dapat Menuntut Kerugian Atas Perbuatan Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen

1. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

a. Jual beli

Flash sale adalah promo dengan harga miring dalam waktu terbatas, namun sering kali kurang transparan, tanpa informasi jelas tentang stok. Konsumen tidak mengetahui jumlah barang tersisa, sementara bagi pelaku usaha kecil, ini justru memperkuat dominasi pemodal besar dan mempersempit peluang pasar mereka.

b. Hak dan Kewajiban

Tanggung jawab yang melekat pada pelaku usaha dalam setiap transaksi yang mereka lakukan sebenarnya merupakan cerminan langsung dari hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, karena dalam suatu ekosistem bisnis yang sehat, hubungan antara keduanya harus berlangsung secara seimbang dan saling menguntungkan. Kewajiban pelaku usaha tidak hanya sekadar memastikan bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan, tetapi juga mencakup transparansi dalam penyampaian informasi, kejujuran dalam praktik pemasaran, serta kesiapan untuk memberikan perlindungan dan penyelesaian apabila terjadi keluhan atau permasalahan dari pihak konsumen. Dengan menjalankan kewajiban ini, pelaku usaha tidak hanya memenuhi aspek hukum dan etika bisnis, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan publik yang sangat penting bagi keberlanjutan usaha mereka. Di sisi lain, hak yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam setiap transaksi juga harus dihormati, salah satunya adalah hak agar diterimanya pembayaran yang sesuai barang diberikan kepada konsumen. Hak ini mencerminkan prinsip keseimbangan dalam dunia perdagangan, di mana pelaku usaha yang telah memenuhi kewajibannya berhak mendapatkan kompensasi yang adil atas produk atau layanan yang mereka sediakan. Dengan adanya kesadaran akan keseimbangan antara hak dan kewajiban ini, diharapkan ekosistem bisnis dapat berkembang dengan lebih sehat, di mana tidak ada pihak yang merasa dirugikan, baik dari sisi pelaku usaha yang menginginkan keberlanjutan bisnisnya, maupun dari sisi konsumen yang berhak mendapatkan perlakuan yang adil serta sesuai dengan harapan mereka dalam setiap transaksi yang dilakukan³. Hak di UUPK yakni:⁴

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Flash sale efektif menarik konsumen, tetapi sering kali informasi yang diberikan kurang jelas, menyebabkan sebagian pembeli dirugikan. Dalam hukum perikatan, pelaku usaha wajib beritikad baik, sesuai Pasal 1338 ayat 3 BW. Untuk memastikan perlindungan

³ Gunawan Widjaja, dan Ahmad Yani. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.

⁴ "Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen."

konsumen, UUPK menetapkan kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 agar hak konsumen tetap terjaga dan penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui pihak berwenang.

c. Kecurangan Pelaku Usaha

Setiap pelaku usaha mempunyai kewajiban agar menyampaikan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan dalam berbagai bentuk komunikasi pemasaran, baik itu promosi, iklan, maupun pernyataan publik terkait produk atau layanan yang mereka tawarkan. Larangan ini mencakup berbagai aspek penting, mulai dari transparansi dalam penyampaian harga atau tarif agar konsumen tidak salah paham terhadap biaya yang harus dikeluarkan, kejujuran mengenai manfaat dan kegunaan produk agar tidak memberikan ekspektasi yang berlebihan, hingga kejelasan dalam menyampaikan kondisi, jaminan, serta hak konsumen terhadap tanggung jawab atau ganti rugi yang berlaku. Lain dari itu, pelaku usaha pun dilarang memberikan klaim yang tidak benar mengenai penawaran diskon atau hadiah, yang dapat menimbulkan persepsi keliru di benak konsumen. Tak kalah penting, segala informasi mengenai risiko atau bahaya dari penggunaan suatu produk atau layanan harus disampaikan dengan jelas dan akurat, sehingga tidak membahayakan keselamatan pengguna. Dengan demikian, aturan ini bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih transparan serta bertanggung jawab⁵.

Pasal 10 melarang pelaku usaha memberikan informasi harga yang menyesatkan. Oleh karena itu, marketplace harus mencantumkan detail produk dan harga pasti dalam flash sale, bukan sekadar persentase diskon yang membingungkan konsumen.

Dalam kegiatan penjualan, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk bersikap jujur dan tidak boleh melakukan praktik yang menyesatkan konsumen, seperti memberikan klaim palsu terkait standar mutu produk, menyembunyikan kecacatan barang agar terlihat sempurna, menawarkan produk atau jasa dengan maksud semata-mata untuk menarik perhatian tanpa ada niat nyata untuk menjual, serta sengaja membatasi jumlah stok dengan tujuan mengalihkan minat konsumen ke produk lain yang lebih menguntungkan bagi pelaku usaha. Selain itu, tindakan menaikkan harga terlebih dahulu sebelum menerapkan potongan harga juga dianggap sebagai bentuk manipulasi yang dapat menyesatkan pembeli. Ketentuan dalam Pasal 11 secara tegas melarang strategi pemasaran yang bersifat menipu dalam konteks obral dan lelang, yang relevan dengan praktik flash sale, di mana diskon besar diberikan dalam waktu singkat dengan ketersediaan produk yang terbatas. Oleh sebab itu, setiap platform marketplace diwajibkan untuk bersikap transparan dalam mencantumkan jumlah stok barang yang sebenarnya tersedia, sehingga konsumen tidak terjebak dalam ilusi kelangkaan yang sengaja diciptakan. Apabila kewajiban ini tidak dipenuhi, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hukum yang berpotensi merugikan konsumen dan mencederai prinsip perdagangan yang adil serta transparan⁶.

Kurangnya transparansi dalam mekanisme *flash sale* sering kali menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen yang berharap bisa memperoleh produk dengan harga promosi, namun justru dihadapkan pada situasi yang membingungkan dan mengecewakan. Salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah ketidaktahuan konsumen mengenai jumlah stok yang tersedia, di mana informasi mengenai ketersediaan barang baru

⁵ "Pasal 10 dan 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen."

⁶ Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1997.

diungkapkan ketika promo sudah dimulai, bukan sejak awal diumumkan. Akibatnya, banyak konsumen yang telah memilih produk incaran mereka harus menghadapi kenyataan bahwa barang tersebut telah habis lebih cepat dari perkiraan, tanpa ada pemberitahuan yang jelas sebelumnya. Lebih jauh lagi, banyak platform marketplace tidak mencantumkan angka pasti mengenai jumlah produk yang dijual, melainkan hanya menampilkan indikator persentase stok yang tersisa. Hal ini justru mendorong persaingan yang semakin ketat di antara para pembeli yang berlomba-lomba untuk mendapatkan produk dengan harga lebih murah dalam jangka waktu yang sangat terbatas. Dengan strategi pemasaran semacam ini, konsumen tidak hanya dipaksa untuk bertindak impulsif dalam mengambil keputusan pembelian, tetapi juga dirugikan oleh sistem yang tidak sepenuhnya terbuka dalam menampilkan informasi yang seharusnya jelas dan dapat diakses sejak awal.

Upaya Agar Pelaku Usaha Bertanggung Jawab Dalam Promo *Flash Sale* Di *Marketplace Shopee* Tidak Merugikan Konsumen

Menurut Niewenhui, kerugian terjadi ketika harta seseorang berkurang akibat pelanggaran norma oleh pihak lain⁷. Salim HS membedakan ganti rugi akibat wanprestasi, yang muncul dari pelanggaran perjanjian oleh debitur, dan ganti rugi akibat perbuatan melawan hukum, yang timbul dari kesalahan tanpa adanya perjanjian⁸. Menurut Pasal 1239 jo. Pasal 1243 KUH Perdata, ganti rugi mencakup biaya, rugi, dan bunga. Agus Yudha menguraikan bahwa dalam menentukan besarnya kerugian, perbandingan harus dilakukan antara keadaan aktual yang terjadi sebagai dampak dari suatu pelanggaran dengan kondisi ideal yang seharusnya ada apabila pelanggaran tersebut tidak terjadi. Dari perhitungan ini, kerugian diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama. Pertama, terdapat kerugian nyata atau *damnum emergens*, yang mencerminkan beban finansial yang benar-benar dialami oleh pihak yang dirugikan, baik dalam bentuk biaya yang telah dikeluarkan maupun kerugian langsung yang diderita akibat pelanggaran tersebut. Kedua, ada aspek keuntungan yang tidak dapat diperoleh atau yang biasa disebut sebagai *lucrum cessans*, di mana pihak yang dirugikan kehilangan kesempatan untuk memperoleh manfaat ekonomi di masa mendatang, termasuk potensi keuntungan yang seharusnya bisa didapatkan, seperti bunga atau pendapatan yang tertunda. Dengan demikian, pendekatan ini memberikan cara yang lebih sistematis dalam menghitung besarnya kerugian yang timbul, sehingga memastikan adanya keadilan dalam kompensasi bagi pihak yang mengalami kerugian akibat pelanggaran yang terjadi.⁹

Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai *lex specialis* dari KUH Perdata menjamin hak konsumen atas ganti rugi. Dalam konteks jual beli, transaksi harus berlandaskan kejujuran dan keadilan, tanpa kecurangan atau penipuan. Hal ini relevan dengan flash sale, di mana ketidaktransparanan dapat merusak kepercayaan konsumen, menurunkan minat belanja, dan menghambat pemenuhan hak-hak konsumen.

Keadilan dalam jual beli penting karena konsumen bergantung pada informasi dari pelaku usaha, yang sering berada di posisi lebih kuat. Oleh karena itu, regulasi tegas diperlukan untuk mencegah praktik yang merugikan konsumen. Diperlukan perbaikan

⁷ Hernoko, Agus Yudha. *Hukum Perjanjian: Asas Proporsionalitas dalam Perjanjian*. Jakarta: Prenada Media, 2019.

⁸ Suharnoko. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Prenada Media, 2004.

⁹ Hernoko, Agus Yudha. *Hukum Perjanjian: Asas Proporsionalitas dalam Perjanjian*. Jakarta: Prenada Media, 2019.

sistem dan edukasi agar masyarakat memahami hak serta konsekuensi pelanggaran dalam transaksi. Berikut beberapa cara dan alur pelaporan ke BPSK hingga akhirnya kasus selesai:

1. Membuat laporan ke BPSK dengan membawa bukti

Konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dibentuk apa pun bisa melakukan laporan ke BPSK di wilayah tingkat II atau Kabupaten/Kota tempat mereka dirugikan. Saat membuat laporan mereka juga harus membawa bukti yang ada dan menuliskan semuanya dengan jelas permasalahan atau sengketa agar bisa segera ditangani.

2. Pelapor boleh individu, kelompok, atau lembaga

Dalam ketentuan yang tertuang dalam Pasal 47 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terdapat beberapa pihak yang berhak mengajukan gugatan ketika mengalami kerugian akibat praktik bisnis yang tidak adil atau melanggar hak-hak konsumen. Gugatan dapat diajukan secara langsung oleh konsumen yang merasa dirugikan, maupun oleh ahli waris jika konsumen yang mengalami kerugian sudah tidak dapat melakukan gugatan sendiri. Selain itu, sekelompok konsumen yang memiliki kepentingan serupa dalam suatu kasus juga dapat mengajukan tuntutan secara kolektif melalui mekanisme *class action*, yang memungkinkan kelompok konsumen yang terdampak oleh perbuatan pelaku usaha yang sama untuk menuntut ganti rugi bersama. Tidak hanya itu, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memiliki peran dalam membela hak-hak konsumen juga memiliki kewenangan untuk membawa kasus ini ke ranah hukum guna memastikan keadilan bagi masyarakat luas. Pemerintah atau instansi tertentu yang memiliki kewenangan dalam perlindungan konsumen pun dapat bertindak atas nama kepentingan publik jika ditemukan adanya pelanggaran yang bersifat sistemik dan berpotensi merugikan konsumen dalam skala yang lebih luas.

Dalam proses penyelesaian sengketa konsumen, laporan harus disampaikan secara langsung ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), kecuali dalam kasus *class action* atau jika terdapat banyak konsumen yang ingin menuntut pelaku usaha yang sama dengan kasus yang serupa, sehingga dapat diwakilkan guna memudahkan proses hukum. Konsumen yang mengajukan laporan diwajibkan untuk membuat dokumen pengaduan yang menjelaskan secara rinci tentang sengketa yang terjadi, mulai dari kronologi kejadian, bentuk kerugian yang dialami, hingga bukti pendukung yang memperkuat klaim mereka. Setelah laporan diterima oleh BPSK, pihak pengadu harus menunggu hingga kasus mereka diproses untuk masuk ke tahap persidangan, di mana sengketa akan diperiksa lebih lanjut untuk menentukan apakah tuntutan yang diajukan dapat dibenarkan menurut hukum yang berlaku. Dalam persidangan ini, baik konsumen maupun pelaku usaha akan diberikan kesempatan untuk menyampaikan argumen mereka sebelum BPSK memutuskan penyelesaian yang dianggap paling adil bagi kedua belah pihak. Dengan demikian, mekanisme ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen serta memastikan bahwa hak-hak mereka tidak diabaikan dalam dinamika transaksi ekonomi yang semakin kompleks.

3. Persidangan yang dilakukan BPSK

Persidangan akan dilakukan oleh BPSK dengan membuat majelis yang terdiri dari minimal 3 orang. Pertama berasal dari golongan orang pemerintahan, lalu konsumen, dan pelaku usaha. Tiga orang atau lebih ini akan menjadi ahli dalam memutuskan bagaimana kasus yang sedang berjalan ini bisa selesai dengan baik berprinsip *win win solution*. Biasanya BPSK akan memanggil pelaku usaha untuk hadir dan melakukan pembelaannya

dengan baik. Kalau mereka tidak datang, sidang akan tetap dilakukan hingga dua kali. Kalau pelaku usaha tetap tidak mau hadir, tuntutan dari konsumen akan dikabulkan.

4. Hasil putusan dari BPSK yang harus dipatuhi

Penyelesaian sengketa di BPSK memang selalu dianjurkan melakukan tiga cara yaitu konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Kalau dua kubu sepakat, penyelesaian secara kekeluargaan bisa terjadi. Setelah sepakat, BPSK akan mengeluarkan putusan yang akan dijalankan oleh kedua belah pihak.

Kalau pelaku usaha tidak menyetujui putusan itu, dalam jangka 14 hari mereka harus mengajukan banding. Biasanya berkas akan dilimpahkan ke Pengadilan Negeri hingga akhirnya berjalan hingga ke Mahkamah Agung apakah dilanjut atau dibatalkan.

5. Penanganan oleh PN dan MA

Kalau pihak pelaku usaha tidak menjalankan putusan dari BPSK dan juga tidak mengajukan banding, BPSK akan menyerahkan berkas ke pengadilan atau pihak kepolisian agar ditangani sesuai dengan UU yang berlaku dan dianggap sebagai penyidikan kasus kriminal dengan peluang hukuman denda atau penjara.

Di sisi lain, konsumen yang merasa dirugikan dalam transaksi dengan pelaku usaha juga memiliki opsi untuk menyampaikan pengaduan mereka ke Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sebagai salah satu lembaga perlindungan konsumen yang berperan dalam menangani berbagai keluhan terkait hak-hak konsumen. Berdasarkan informasi resmi yang tercantum di situs web YLKI, saat ini lembaga tersebut tidak lagi merekomendasikan mekanisme pengaduan secara langsung dengan datang ke kantor mereka, seiring dengan peralihan sistem pelayanan yang kini difokuskan melalui jalur digital. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam menangani pengaduan konsumen dengan memungkinkan mereka mengakses layanan pengaduan secara lebih praktis tanpa harus menghadapi kendala geografis maupun keterbatasan waktu. Dengan demikian, bagi konsumen yang ingin mengajukan keluhan, meminta konsultasi terkait permasalahan yang mereka hadapi, atau bahkan berdiskusi mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen, YLKI menyediakan sistem berbasis online yang dapat diakses melalui laman resmi mereka di <http://pelayanan.ylki.or.id>. Namun, sebelum melakukan pengaduan atau konsultasi, konsumen diharuskan untuk membuat *appointment* terlebih dahulu guna memastikan bahwa laporan mereka dapat diproses secara sistematis sesuai dengan prosedur yang berlaku. Dengan adanya mekanisme ini, YLKI berupaya untuk memberikan layanan yang lebih responsif, transparan, dan terorganisir bagi konsumen yang memerlukan advokasi atau solusi terhadap permasalahan yang mereka hadapi dalam transaksi dengan pelaku usaha.

Namun, dalam konteks penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, pendekatan yang ideal bukanlah sekadar mencari pihak yang menang dan pihak yang kalah, melainkan lebih diarahkan pada pencapaian kesepakatan yang dapat mengakomodasi kepentingan kedua belah pihak secara adil dan proporsional. Dalam banyak kasus, jalur hukum sering kali dianggap sebagai langkah terakhir yang ditempuh apabila tidak ada titik temu antara konsumen dan pelaku usaha, mengingat proses litigasi cenderung memakan waktu lama, biaya yang tidak sedikit, serta dapat berujung pada hubungan yang semakin meruncing antara kedua belah pihak. Oleh karena itu, pendekatan yang lebih bijak adalah dengan mengupayakan solusi berbasis musyawarah dan mufakat, di mana kedua belah pihak dapat duduk bersama dalam forum mediasi untuk mencari jalan tengah yang tidak hanya menguntungkan satu pihak saja, tetapi juga memberikan kepuasan yang setara bagi semua pihak yang terlibat. Pendekatan ini dikenal sebagai konsep *win-win solution*, di mana baik konsumen maupun pelaku usaha dapat mencapai kesepakatan yang tidak hanya menyelesaikan permasalahan yang ada, tetapi juga menjaga hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan ke depannya. Dengan adanya mekanisme

ini, proses penyelesaian sengketa tidak hanya menjadi lebih fleksibel dan efisien, tetapi juga lebih berorientasi pada prinsip keadilan restoratif, di mana penyelesaian dilakukan dengan semangat kolaboratif dan tanpa perlu menempuh jalur hukum yang sering kali berakhir dengan keputusan yang mungkin tidak sepenuhnya mengakomodasi kepentingan kedua belah pihak¹⁰.

4. KESIMPULAN

Ketidaktertampilan stok sejak awal flash sale membuat konsumen sering kali menemui produk yang sudah habis tanpa adanya pemberitahuan yang jelas sebelumnya, sehingga menimbulkan kekecewaan dan potensi kerugian. Ketidaksiapan pelaku usaha dalam memberikan transparansi mengenai ketersediaan stok menunjukkan kelalaian dalam memenuhi kewajiban hukum dan etika bisnis, karena lebih mengutamakan keuntungan semata daripada perlindungan konsumen. Sikap seperti ini berisiko mengikis kepercayaan publik terhadap pelaku usaha, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap keberlangsungan usaha mereka. Selain itu, ketidaksesuaian jumlah produk dan harga yang ditawarkan dalam flash sale juga melanggar Pasal 10 dan 11 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang secara tegas melarang informasi yang menyesatkan dan praktik pemasaran yang tidak jujur. Penawaran yang menyesatkan, stok yang tidak transparan, serta praktik menaikkan harga terlebih dahulu sebelum memberikan diskon merupakan bentuk ketidakpatuhan terhadap regulasi yang berlaku, yang menunjukkan adanya itikad buruk dalam menjalankan usaha. Tanpa adanya perbaikan sistem dan penerapan prinsip transparansi secara konsisten, kepercayaan konsumen akan terus menurun, yang pada akhirnya justru merugikan pelaku usaha sendiri. Oleh karena itu, diperlukan reformasi menyeluruh dalam praktik pemasaran digital serta edukasi yang berkelanjutan agar masyarakat semakin memahami hak-haknya sebagai konsumen, sekaligus menyadari konsekuensi dari setiap pelanggaran yang terjadi dalam transaksi digital.

REFERENSI :

- Setiawan, R. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Bandung: Binacipta, 1977.
- Subekti, R. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2006.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- . *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.
- Sidharta. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo, 2000.
- Sofie, Yusuf. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- . *Penelitian Hukum Normatif*. Depok: Universitas Indonesia, 2000.

¹⁰ Dasrol. "Optimization of Bhabinkamtibmas in Efforts of Resolution of Problems Based on Adat Law in Pelalawan District." *Jurnal, Fakultas Hukum*.