



**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA AKIBAT PENYALAHGUNAAN
PEMBERIAN HADIAH SECARA ONLINE**

SKRIPSI



Zaidan Firzatullah

21901021067

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS HUKUM

2022



**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA AKIBAT PENYALAHGUNAAN
PEMBERIAN HADIAH SECARA ONLINE**

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Memperoleh Gelar Kesarjanaan
Dalam
Ilmu Hukum



Zaidan Firzatullah

★ 21901021067 ★

UNISMA

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS HUKUM

2022

RINGKASAN

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA AKIBAT PENYALAHGUNAAN
PEMBERIAN HADIAH SECARA ONLINE

Zaidan Firzatullah

Fakultas Hukum Univeritas Islam Malang

Pada skripsi ini, penulis mengangkat latar belakang pelaku usaha sebagai bahan penelitian yang akan dianalisis secara analisa yuridis. Pelaku usaha sendiri merupakan suatu konsep atau kegiatan yang berhubungan dengan jual beli online dan menjadi salah satu hal yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi. Maka dari itu pelaku usaha memerlukan suatu perangkat hukum yang mengatur keberlangsungan proses dan aktifitas yang terjadi di dalamnya. Berbagai contoh tindak pidana yang telah terjadi di dalam lingkup jual beli online salah satunya adalah masalah penyalahgunaan dengan menggunakan media elektronik atau internet yang dapat merugikan konsumen dalam kegiatan jual beli online.

Berdasarkan latar belakang tersebut, karya tulis ini mengangkat rumusan masalah sebagai berikut: 1. Bagaimanakah bentuk penyalahgunaan pemberian hadiah secara online oleh pelaku usaha? 2. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara online?

Penelitian ini merupakan penelitian hukum yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep. Pengumpulan bahan hukum melalui metode studi kepustakaan (*library research*), dengan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Selanjutnya bahan hukum dikaji dan dianalisis dengan pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk menjawab isu hukum dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Perlindungan hukum kepada konsumen didalam pasal 19 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan berdasarkan undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik pasal 45 ayat (1) , pelaku usaha akan dikenakan sanksi jika menyalahgunakan dalam kegiatan transaksi elektronik yang dengan sengaja mengakibatkan merugikan konsumen dan pelaku usaha harus bertanggungjawab dengan memberikan ganti rugi.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Konsumen, Penyalahgunaan, Pelaku Usaha.

SUMMARY

BUSINESS RESPONSIBILITIES DUE TO ABUSE OF ONLINE PRIZES

Zaidan Firzatullah

Faculty of Law, Islamic University of Malang

In this thesis, the authors raise the background of business actors as research material to be analyzed by juridical analysis. Business actors themselves are a concept or activity related to buying and selling online and is one of the things that can help economic growth. Therefore, business actors need a legal instrument that regulates the continuity of processes and activities that occur within them. Various examples of criminal acts that have occurred within the scope of online buying and selling, one of which is the problem of misuse by using electronic media or the internet which can harm consumers in online buying and selling activities.

Based on this background, this paper raises the following problem formulation:

1. What are the forms of online gift giving abuse by business actors? 2. What is the responsibility of business actors due to misuse of online gift giving?

This research is a normative juridical law research using statutory and conceptual approaches. Collection of legal materials through the method of library research (library research), with primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials. Furthermore, legal materials are reviewed and analyzed with the approaches used in research to answer the legal issues in this research.

The results of this study indicate that, Legal protection for consumers in article 19 of law number 8 of 1999 concerning consumer protection and based on law number 19 of 2016 concerning amendments to law number 11 of 2008 concerning information and electronic transactions article 45 paragraph (1), business actors will be penalized if they misuse electronic transaction activities that deliberately cause harm to consumers and business actors must be responsible for providing compensation.

Keywords: *Consumer protection, Consumer, Abuse, Businessmen.*

UNISMA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjalankan usaha ataupun transaksi di zaman modern sekarang, para pelaku usaha rela melakukan apa saja supaya target dalam menjalankan usaha segera terpenuhi. Namun terkadang semua teknologi di zaman modern sekarang tidak selalu dimanfaatkan secara positif. Contohnya, kegiatan pelaku usaha dengan mengupayakan produk yang ditampilkan menarik dengan harga terjangkau, manipulasi dan kegiatan yang sifatnya mengelabui konsumen, hal ini yang banyak menimbulkan kerugian bagi konsumen, antara lain dilakukan melalui pemberian hadiah Cuma-Cuma, obral, dan undian dengan maksud ingin mendapatkan perhatian dari produk atau usaha yang dilakukan. Pelaku usaha melakukan jual beli di zaman sekarang melalui internet yang dapat mempermudah transaksi menjual produknya. Dengan hal itu beberapa pelaku usaha ada yang menggunakan internet dengan cara memanfaatkan untuk menarik perhatian kepada konsumen agar memenuhi target penjualannya. Adapun cara pelaku usaha menarik perhatian yaitu dengan mengelabui atau berbagai cara negatif yang ditujukan kepada konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang disediakan oleh pelaku usaha. Dengan adanya hal tersebut, maka di negara Indonesia diterapkan perlindungan terhadap konsumen agar tidak merugikan konsumen yang ingin bertransaksi dalam jual beli melalui internet maupun media sosial yang lain.

Salah satu cara penjualan produk yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memikat konsumen dan memperoleh keuntungan dengan cara memberikan

diskon dan promo hadiah yang ditawarkan kepada konsumen dengan ketentuan dan syarat-syarat tertentu, sedangkan promosi dalam perdagangan tidak boleh menyesatkan pihak konsumen. Promosi dalam hal ini telah diatur dalam Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (selanjutnya disebut UU Perdagangan dan UU Penyiaran).

Berawal dari konsumen yang dijanjikan mendapatkan diskon dengan pembelian sejumlah yang ditentukan, lalu pelaku usaha juga memberikan promo hadiah kepada konsumen dengan syarat harus membeli produk lagi agar mendapatkan diskon sekaligus promo pemberian hadiah tersebut, dalam hal ini konsumen dijanjikan oleh pelaku usaha dengan memberikan promo hadiah berupa 1 (satu) set. Kondisi yang demikian dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen cenderung dijadikan obyek aktivitas bisnis pelaku usaha untuk meraup keuntungan sebesar – besarnya melalui kiat iklan, promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.¹

Dalam penjelasan undang undang tentang perlindungan konsumen disebutkan bahwa peranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, sebab perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat, serta lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.²

¹ Kurniawan, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang: Universitas Brawijaya Press, hlm 2

² Gunawan Widjaja, Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia pustaka utama, hlm.17

Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan republik indonesia, yaitu dasar negara pancasila dan konstitusi negara Undang-undang Dasar 1945.³

Peran konsumen bagi pelaku usaha sangatlah penting dalam menjalankan transaksi maupun jual beli jika tidak adanya konsumen sama saja akan merugikan terhadap pelaku usaha, karena konsumen dijadikan obyek utama dalam memasarkan produknya dengan cara menarik sebanyak-banyaknya agar konsumen membeli produk yang dipasarkan. Jadi konsumen menjadi bagian yang sangat menentukan bagi kelangsungan proses produksi barang atau jasa yang dilakukan oleh produsen / pelaku usaha. Maka dari itu pelaku usaha dalam menjalankan jual beli selalu mempunyai target konsumen agar memenuhi target penjualan yang dapat menguntungkan pelaku usaha atau balik modal.

Penyalahgunaan pemberian hadiah tersebut, dapat membuat kerugian yang melanggar peraturan yang ada di indonesia. Pelaku usaha melakukan penyalahgunaan melewati media elektronik online yang di zaman sekarang sudah semakin maju, salah satu contohnya dengan promosi melewati media di zaman sekarang yang paling sering digunakan yaitu instagram, promosi melewati instagram yaitu dengan mendesain dengan brosur yang berisi kata-kata harus membeli banyak produk dahulu lalu akan mendapatkan hadiah yang tidak sepadan dengan kata-kata yang sudah dituliskan di dalam brosur online tersebut. Kegiatan tersebut dapat merugikan konsumen yang sudah diatur

³ *Ibid*

tentang informasi menjajikan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.

Transaksi jual beli melalui media ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati para konsumen, karena sangat mudah mencari barang yang di inginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, produk dapat dilihat 24 jam oleh siapapun dan kapanpun.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan terkait latar belakang dan pembahasan masalah yang telah dibahas di atas maka penulis memaparkan beberapa perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online* oleh pelaku usaha?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menelaah bentuk penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online* oleh pelaku usaha.
2. Untuk menelaah tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis bagi

pengembangan ilmu, maupun secara praktis bagi guna laksananya. Kegunaan tersebut peneliti uraikan sebagai berikut di bawah ini:

1. Secara Teoritis

- a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah khasanah ilmu pengetahuan untuk mahasiswa dalam ilmu hukum terutama terkait pada tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online*
- b. Bagi fakultas hukum, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber bacaan hukum pada fakultas hukum Universitas Islam Malang
- c. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain pada masa yang akan datang

2. Secara Praktis

- a. Untuk masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengetahui hukum perlindungan konsumen yang berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online*
- b. Untuk pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian evaluasi pemerintah dalam mengawasi dan menangani permasalahan perlindungan konsumen yang ada di Indonesia.

E. Orisinalitas Penelitian

Penulisan skripsi yang berjudul “TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA AKIBAT PENYALAHGUNAAN PEMBERIAN HADIAH SECARA ONLINE” sebelumnya telah dilakukan penelitian yang juga memiliki sedikit

persamaan, dan dalam semua penelitian tersebut juga terdapat perbedaan, kontribusi, dan nilai kebaruan jika dibandingkan dengan penelitian ini.

Berdasarkan letak persamaan, perbedaan dan kontribusi yang dimiliki tiap-tiap penelitian sebelumnya, pada skripsi ini dengan penelitian lain akan dijelaskan kebaruan atas penelitian ini sebagaimana tabel berikut:

1	PROFIL	JUDUL
	STEPHANIA ANTONIA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS TANJUNGPURA 2015	PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENYALAHGUNAAN PROMO BERHADIAH YANG DILAKUKAN OLEH PELAKU USAHA
	ISU HUKUM	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penyalahgunaan promo hadiah yang dilakukan oleh pelaku usaha? 2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap penyalahgunaan promo hadiah dalam suatu produk? 	
	HASIL PENELITIAN	
<p>Berdasarkan pada pembahasan tentang perlindungan hokum konsumen atas penyalahgunaan promo hadiah yang dilakukan oleh pelaku usaha yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perlindungan konsumen diatur di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Semua hak dan kewajiban yang tercantum dalam pasal- pasal UU tersebut harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Bentuk-bentuk perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan barang yang diperdagangkan bagi konsumen yaitu promosi yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam iklan/promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam hubungannya dengan kegiatan promosi atas barang yang diperdagangkan, dilakukan melalui pengawasan pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak konsumen dalam kegiatan promosi barang dan pemberlakuan sanksi administrasi, pidana dan perdata bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, berdasarkan ketentuan Pasal 47 dan Pasal 48 UU Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa tata cara penyelesaian sengketa konsumen, dapat menempuh 		

	<p>upaya hukum melalui pengadilan maupun diluar pengadilan.</p> <p>2. Setiap pelaku usaha harus bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab produk timbul dikarenakan kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai akibat dari trik promosi penjualan, bisa dikarenakan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan kata lain, pelaku usaha ingkar janji atau melakukan perbuatan melawan hukum. Di dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 diatur Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 mengatur tanggung jawab kesalahan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkan dengan memberi ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran dan kerugian konsumen.</p>	
	PERSAMAAN	Sama membahas hal yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dalam jual beli online
	PERBEDAAN	Perbedaan yang saya bahas kali ini lebih di tujukan pada pemberian hadiah secara online yang merupakan tujuan pembahasan dalam penelitian kali ini
	KONTRIBUSI	Semoga skripsi yang saya buat kali ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang ingin membahas maupun meneliti tentang tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara online
2	PROFIL	JUDUL
	<p>MUHAMMAD FIRMAN AHSAN</p> <p>FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA 2021</p>	<p>PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM JUAL BELI ONLINE</p>
	ISU HUKUM	
	<p>1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online?</p> <p>2. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang disepakati?</p>	
	HASIL PENELITIAN	

	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka ditemukan kesimpulan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli belum sesuai dengan yang diharapkan, dimana dari 4 kasus yang dianalisis dapat disimpulkan bahwa keempat konsumen tersebut tidak mendapatkan ganti rugi atas kesalahan penjual dalam mengirim barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah dipesan oleh konsumen. Adapun upaya yang telah dilakukan oleh kedua konsumen tersebut sudah sesuai dengan prosedur return barang yang ditetapkan oleh penyedia situs belanja online, namun faktanya bahwa baik dari pihak penyediaplatform maupun pihak penjual justru tidak menjalankan prosedur return barang yang dikirim oleh penjual yang tidak sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen tersebut sebagaimana yang tercantum di website Tokopedia itu sendiri. Padahal, dalam perjanjian jual beli online tersebut, keempat pembeli sudah melakukan perjanjian jual beli online dengan itikad baik sesuai dengan ketentuan Pasal 1234 KUH Perdata, sehingga berdasarkan yurisprudensi Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 1230 K/Sip/1980 yang kaidah hukumnya menegaskan bahwa pembeli yang beritikad baik harus mendapatkan perlindungan hukum. Namun demikian, persoalan wanprestasi yang terjadi dalam penelitian ini tidak cukup hanya diselesaikan menggunakan KUHPerdata saja, dikarenakan hubungan antara pihak penjual dan pembeli juga diatur dalam UUPK sehingga kedudukan pembeli dalam kasus ini dapat dikatakan sebagai konsumen, sehingga UUPK menjadi undang-undang yang mengatur secara khusus (lex specialis) dalam hal perlindungan hukum bagi konsumen. 2. Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pembeli berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa dari keempat kasus yang dianalisis tidak ada bentuk pertanggungjawaban yang diberikan oleh pihak pelaku usaha, dalam hal ini penjual telah melakukan wanprestasi dan berdasarkan ketentuan Pasal 1243 KUHPerdata bahwa pembeli berhak untuk mendapatkan ganti kerugian dari pihak penjual.
<p>PERSAMAAN</p>	<p>Sama membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli online</p>
<p>PERBEDAAN</p>	<p>Perbedaan yang saya bahas penelitian ini di lebihkan pada obyek yang disebut promo dan diskon secara online yang merupakan tujuan dari utama dari pembahasan saya.</p>

KONTRIBUSI	Semoga dengan skripsi yang saya buat ini bisa memberikan contoh materi ataupun manfaat bagi para siapapun yang ingin membahas tentang masalah perlindungan hukum terhadap konsumen atas penyalahgunaan pemberian hadiah secara online
-------------------	---

Sedangkan Penelitian ini sebagai berikut:

1	PROFIL	JUDUL
	ZAIDAN FIRZATULLAH UNIVERSITAS ISLAM MALANG 2022	TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA AKIBAT PENYALAHGUNAAN PEMBERIAN HADIAH SECARA ONLINE
	ISU HUKUM	
	1. Bagaimana bentuk penyalahgunaan pemberian hadiah secara online oleh pelaku usaha? 2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara online?	
	NILAI KEBARUAN	
	Pada skripsi ini, peneliti lebih fokus membahas akibat hukum dari penyalahgunaan pemberian hadiah secara online. Selain itu, peneliti juga lebih fokus dengan analisis tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara online	

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode Penelitian Yuridis Normatif. Adapun penelitian hukum normatif itu juga bisa disebut sebagai suatu penelitian hukum doktrinal atau bisa disebut juga sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen. Penelitian hukum normatif disebut

sebagai penelitian hukum doctrinal sebab penelitian yang dilakukan memiliki tujuan hanya pada peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum lainnya. Penelitian ini dikatakan sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen sebab data yang diambil bersifat sekunder dan ada di perpustakaan.⁴

2. Pendekatan Penelitian

- a. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) merupakan penelitian yang mengutamakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan sebagai bahan acuan dasar dalam melakukan penelitian.
- b. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) merupakan jenis pendekatan dalam penelitian hukum yang memberikan sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep-konsep hukum yang melatarbelakanginya, atau bahkan dapat dilihat dari nilai-nilai yang terkandung dalam penormaan sebuah peraturan kaitannya dengan konsep-konsep yang digunakan.

3. Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum yang dipakai dalam penelitian ini antara lain:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer meliputi perundang-undangan. Bahan hukum yang terdapat pada penelitian ini adalah Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-undang No. 11 tahun 2006 tentang Informasi dan transaksi elektronik, Undang-undang No.

⁴ Suratman & Dillah, P. H. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta. Hlm 51. (2012).

19 tahun 2016 perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini terdiri dari buku-buku yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen, jurnal- jurnal hukum yang terdapat pada situs internet, serta skripsi mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang memberi penjelasan mengenai bahan primer juga bahan sekunder, contoh kamus umum, kamus hukum juga ensiklopedia.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Bahan hukum yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu bahan kepustakaan serta bahan hukum hasil dari analisis lapang secara deskriptif kualitatif. Hal ini disebabkan sebagian besar penelitian berfokus pada aturan-aturan yang terdapat pada hukum positif. Adapun kualitatif sebab penelitian ini menggunakan analisis data yang tidak menggunakan rumus dan angka mengenai dengan Tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online*.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan karya ini secara singkat diuraikan bab demi bab yang bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari skripsi sebagai berikut:

Bab I ini berisi penjelasan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan bab lanjutan yang pertama berisi tinjauan pustaka terkait perlindungan konsumen yang mencakup pengertian perlindungan konsumen, jenis-jenis perlindungan konsumen, dan tujuan perlindungan konsumen. Yang kedua yaitu pelaku usaha mencakup pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha, dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Yang ketiga yaitu konsumen mencakup pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen. Yang keempat adalah jual beli *online* mencakup pengertian jual beli *online*, unsur jual beli *online*, dasar hukum jual beli *online*, tempat jual beli *online*, proses transaksi jual beli *online*, manfaat jual beli *online*.

Bab III adalah bab penting yang berisi pembahasan dari isu hukum yang diangkat dalam penelitian ini. Dalam bab ini peneliti membahas terkait tanggung jawab pelaku usaha akibat penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online* yang dikaitkan bentuk-bentuk penyalahgunaan pemberian hadiah secara *online* dan tanggung jawab dari pelaku usaha tersebut.

Bab IV adalah bab yang berisi tentang kesimpulan dan saran sebagai sumbangan pemikiran penulis.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Bentuk-bentuk penyalahgunaan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan barang yang diperdagangkan bagi konsumen yaitu promosi dan diskon yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam iklan/promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam hubungannya dengan kegiatan promosi atas barang yang diperdagangkan, dilakukan melalui pengawasan pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak konsumen dalam kegiatan promosi barang dan pemberlakuan sanksi administrasi, pidana dan perdata bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. pemerintah memberikan larangan-larangan yang cukup banyak agar dapat mengantisipasi tindakan tidak baik dari pelaku usaha, salah satu pasal yang berkaitan yaitu ada dalam pasal 13 ayat 1, Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
2. Tanggung jawab pelaku usaha diatur pada Pasal 19 sampai dengan Pasal 21 UUPK, apabila pelaku usaha terbukti bersalah atas penyalahgunaan diskon dan promo berhadiah kepada konsumen serta tidak menepati janjinya kepada konsumen maka pelaku usaha harus mengganti kerugian

konsumen terhadap barang yang telah dibeli konsumen sesuai yang disepakati diawal. Tetapi apabila dalam sengketa konsumen terbukti bahwa informasi diskon yang diberikan sesuai dan tidak menyesatkan maka pelaku usaha tidak berkewajiban untuk bertanggung jawab. Selain itu pertanggungjawaban privat (keperdataan) UUPK juga diatur mengenai pertanggungjawaban produsen, atau yang disebut dengan pelaku usaha. Adapun sanksi yang diterapkan untuk pelaku usaha jika melanggar bisa dikenakan sanksi yang ada dalam pasal 60 sampai dengan pasal 62. Dari pasal 13 undang-undang perlindungan konsumen tersebut sudah jelas bahwa pemerintah memberikan larangan tindakan-tindakan yang mengarah pada pemberian hadiah yang hanya bertujuan untuk menjanjikan konsumen karena perbuatan tersebut sudah sama saja melanggar aturan yang diberikan oleh pemerintah dalam undang-undang perlindungan konsumen. Kegiatan tersebut sangat merugikan bagi konsumen, karena menjanjikan memberikan hadiah yang belum pasti merupakan perbuatan yang bisa di tindak lanjuti melalui tindak pidana.

B. Saran

1. Berdasarkan kesimpulan diatas hak-hak para konsumen pada kegiatan jual beli online dalam mendapatkan perlindungan konsumen harus lebih dilindungi lagi oleh penegak hukum. Penegakan hukum melalui peraturan-peraturan mengenai perlintung konsumen harus lebih ditegakkan.
2. Badan penyelesaian konsumen harus lebih melakukan pemeriksaan yang lebih kepada pelaku usaha yang melakukan penyalahgunaan pemberian hadiah secara online dapat berdampak buruk pada konsumen dalam

kegiatan jual beli online, konsumen harus lebih selektif dalam menggunakan media teknologi untuk memilah dan memilih saat kegiatan jual beli menggunakan media elektronik dan internet, jangan terburu-buru dalam bertindak memilih barang dan/atau jasa yang akan dibeli, harus lebih menggali informasi terhadap suatu informasi.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ari Setyaningrum, 2015, *Prinsip – prinsip pemasaran*, Yogyakarta: penerbit andi, hlm 150
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, UIN-MALIKI PRESS. Malang. 2011
- Gunawan Widjaja, Yani Ahmad, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia pustaka utama
- Kurniawan, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang: Universitas Brawijaya
- Miru Ahmad dkk, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Purkon Arip, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014
- Salim HS dan Erlies Septiana Nurbain, 21019. *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sidabalok Janus, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Solim Jevin (et.al), *Upaya Penanggulangan Tindak Pidana Penipuan Situs Jual Beli Online di Indonesia*, Jurnal Hukum Samudra Keadilan, Vol. 14, No. 1, 2019.
- Suratman & Dillah, P. H. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta. (2012).
- Zulham. 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen
- Undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-undnag nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Elektronik

Jurnal

- Sitompul Asril, *Hukum Internet: Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001

Website

Marketing. “Lima Tempat Jualan *Online*”. Blog Marketing.

<http://Marketing.blogspot.com/2013/04/22/lima-tempat-jualan-online.html>

(16 Maret 2018)

Novi Eka Ariyani, Januari/19/2019, *Membincang jual beli online*, IAIN Surakarta:

[https://syariah.uinsaid.ac.id/membincang-jual-beli-](https://syariah.uinsaid.ac.id/membincang-jual-beli-online/#:~:text=Jual%20beli%20online%20adalah%20praktik,transaksi%20Opiah%20penjual%20dan%20pembeli)

[online/#:~:text=Jual%20beli%20online%20adalah%20praktik,transaksi%20](https://syariah.uinsaid.ac.id/membincang-jual-beli-online/#:~:text=Jual%20beli%20online%20adalah%20praktik,transaksi%20Opiah%20penjual%20dan%20pembeli)

[Opiah%20penjual%20dan%20pembeli](https://syariah.uinsaid.ac.id/membincang-jual-beli-online/#:~:text=Jual%20beli%20online%20adalah%20praktik,transaksi%20Opiah%20penjual%20dan%20pembeli)

Budi Wahyono, [http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-](http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuanpromosi.html)

[tujuanpromosi.html](http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuanpromosi.html), diakses pada tanggal 16 maret 2016 pkl.17.00 WIB

Riski Amalia https://www.academia.edu/8595295/JENIS_JENIS_PROMOSI

diakses pada tanggal 10 maret 2016 pukul 15.00 WIB

Skripsi

Azhar Muttaqin. *Transaksi e-commerce dalam Tinjauan Hukumi Islam*. (Malang:

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH, 2009).

Garnida Amalia Citra, “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Adanya*

Penyalahgunaan Diskon dan Promo Berhadiah Yang dilakukan Oleh

Pelaku Usaha dalam Pembelian Produk Kosmetik yang Merugikan

Kepentingan Konsumen.”

