

ANALISIS YURIDIS PRAKTIK UPSELLING TANPA PENJELASAN HARGA SECARA TRANSPARAN DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Oleh:

Imelda Pandiangan

NIM. 2205040090

Abstrak

Penelitian ini membahas praktik penawaran tambahan produk (*upselling*) tanpa penjelasan harga secara transparan sebelum transaksi disepakati. Penelitian ini bertujuan mengkaji apakah praktik tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip perlindungan konsumen serta menganalisis bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan kasus, konseptual, dan perundang-undangan. Bahan hukum primer, sekunder, dan tersier dikumpulkan melalui studi kepustakaan, kemudian diolah melalui tahapan inventarisasi, identifikasi, klasifikasi, dan sistematisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *upselling* pada dasarnya merupakan strategi pemasaran yang diperbolehkan dan tidak serta-merta bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen. Transparansi harga dalam praktik *upselling*, khususnya kewajiban menyebutkan harga produk tambahan secara lisan, belum diatur secara khusus dalam peraturan perundang-undangan. Tidak disampaikannya harga secara lisan belum dapat langsung dinyatakan sebagai pelanggaran hukum apabila harga telah dicantumkan secara jelas dan konsumen mengetahui jumlah pembayaran sebelum menyetujui transaksi. Pelanggaran hukum dapat terjadi apabila produk berbayar dinyatakan sebagai bonus, harga tidak dicantumkan, harga yang diinformasikan berbeda dengan harga yang dibebankan, atau persetujuan konsumen terbentuk karena kekhilafan maupun penipuan. Apabila unsur pelanggaran hukum belum terpenuhi, cara penawaran yang tidak terbuka tetap dapat dinilai kurang patut secara etika dan moral. Pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban apabila praktik tersebut menimbulkan kerugian dan memenuhi unsur pelanggaran, terutama melalui pertanggungjawaban perdata berupa pengembalian uang, pengembalian selisih harga, ganti rugi, atau pembatalan transaksi tambahan. Tindakan administratif dan korektif juga dapat dilakukan apabila ketidakjelasan harga terjadi secara berulang atau menjadi bagian dari sistem pelayanan pelaku usaha.

Kata Kunci: *Upselling*, Transparansi Harga, Perlindungan Konsumen.

**A JURIDICAL ANALYSIS OF UPSELLING PRACTICES WITHOUT
TRANSPARENT PRICE DISCLOSURE IN
CONSUMER PROTECTION**

By:

Imelda Pandiangan

NIM. 2205040090

Abstract

This study examines the practice of offering additional products (upselling) without transparent price disclosure before a transaction. It aims to determine whether such practice violates consumer protection principles and to analyze the legal liability of business actors. This study employs normative legal research using case, conceptual, and statutory approaches. Primary, secondary, and tertiary legal materials were collected through library research and processed through inventory, identification, classification, and systematization. The findings show that upselling is permissible and does not automatically conflict with consumer protection principles. Price transparency in upselling, particularly the obligation to verbally disclose the price of additional products, has not been specifically regulated. The absence of verbal price disclosure cannot automatically be considered a legal violation when the price has been clearly displayed and the consumer knows the amount payable before agreeing to the transaction. A violation may arise when a paid product is represented as a bonus, the price is not displayed, the stated price differs from the amount charged, or consent is obtained through mistake or fraud. When the elements of a legal violation are not fulfilled, a non-transparent offering may still be considered ethically and morally improper. Business actors may be held legally liable when the practice causes losses and fulfills the elements of a violation, particularly through civil liability in the form of refunds, reimbursement of price differences, compensation, or cancellation of the additional transaction. Administrative and corrective measures may apply when price non-transparency occurs repeatedly or becomes part of the business actor's service system.

Keywords: Upselling, Price Transparency, Consumer Protection.