

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK-HAK KONSUMEN
DALAM JUAL BELI ONLINE (Analisis Hukum Positif di Indonesia dengan
Peraturan Internal *Shopee* dan Hukum Ekonomi Syariah)**

Loliresti¹, Ulya Atsani², Elsy Renie³

UIN Mahmud Yunus Batusangkar^{1,2,3}

Email: loliresti20@gmail.com¹, ulyaatsani@uinmybatusangkar.ac.id²,
elsyrenie@uinmybatusangkar.ac.id³

Abstrak

Pokok permasalahan dalam tesis ini adalah maraknya praktik jual-beli online yang menimbulkan banyak permasalahan hukum bagi konsumen, seperti barang yang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengembalian dana, serta lemahnya penindakan terhadap pelaku usaha yang merugikan konsumen. Tujuan pembahasan ini untuk mengetahui bagaimana peraturan hukum positif di Indonesia tentang perlindungan hak-hak konsumen, sinkronisasi antara hukum positif perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia dengan peraturan internal *Shopee* dan bagaimana perlindungan hak konsumen menurut Hukum Ekonomi Syariah. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*) atau normatif, merupakan penelitian yang secara literatur dilakukan melalui penelitian atas sistematika hukum, kesesuaian hukum, dan perbandingan hukum. Analisis dilakukan secara kualitatif terhadap substansi hukum dan praktik perlindungan konsumen dalam *e-commerce*. Dari penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen telah diatur dalam KUHPerdata, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Permendag Nomor 50 Tahun 2020. *Shopee* juga telah menyediakan instrumen perlindungan berupa Garansi *Shopee*, sistem escrow, mekanisme refund/return, dan layanan pengaduan. Namun, mekanisme internal ini masih bersifat kontraktual sehingga tidak memiliki kekuatan hukum sekuat undang-undang nasional. Dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, transaksi jual beli di *Shopee* dapat dianalogikan dengan akad *salam*, dimana pembayaran dilakukan di awal dan barang diserahkan kemudian. Mekanisme refund/return juga sejalan dengan konsep *khiyar* yang memberikan hak kepada konsumen untuk membatalkan transaksi apabila terdapat cacat pada barang. Meskipun demikian, penerapannya belum sepenuhnya memenuhi prinsip syariah karena keterbatasan konsumen dalam mengakses haknya.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Marketplace, *Shopee*, Hukum Positif, Hukum Ekonomi Syariah.

Abstract

The main problem in this thesis is the rampant practice of online buying and selling which has given rise to many legal problems for consumers, such as goods

that do not match the description, delays in refunds, and weak enforcement against business actors who harm consumers. The purpose of this discussion is to determine how positive legal regulations in Indonesia regarding the protection of consumer rights, the synchronization between positive law on consumer rights protection in Indonesia with Shopee's internal regulations and how consumer rights are protected according to Sharia Economic Law. The type of research the author used was library research or normative research, which is research conducted through literature review of legal systematics, legal conformity, and comparative law. Qualitative analysis was conducted on the legal substance and consumer protection practices in e-commerce. From the author's research, it can be concluded that legal protection for consumer rights has been regulated in the Civil Code, Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions, and Minister of Trade Regulation Number 50 of 2020. Shopee has also provided protection instruments in the form of a Shopee Guarantee, an escrow system, a refund/return mechanism, and a complaint service. However, these internal mechanisms are still contractual in nature and therefore do not have the same legal force as national laws. From the perspective of Sharia Economic Law, buying and selling transactions on Shopee can be analogized to a salam contract, where payment is made upfront and the goods are delivered later. The refund/return mechanism is also in line with the concept of khiyar, which gives consumers the right to cancel transactions if there are defects in the goods. However, its implementation has not fully complied with sharia principles due to consumers' limited access to their rights.

Keywords: Consumer Protection, Marketplace, Shopee, Positive Law, Sharia Economic Law.

A. Pendahuluan

Internet memungkinkan manusia untuk menyelesaikan berbagai aktivitas dengan sangat mudah, terutama komunikasi jarak jauh hingga kegiatan jual-beli. Karena sangat membantu dalam menghemat biaya, dalam waktu yang sangat singkat hanya membutuhkan beberapa detik atau menit saja segala kebutuhan manusia dapat terpenuhi. Bagi para pelaku bisnis atau wirausahawan hal ini adalah kesempatan yang bagus untuk menguasai internet sebagai alat bisnis, khususnya untuk transaksi bisnis online.

Bagi para pebisnis online, internet merupakan ladang usaha yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan dengan cara membuka suatu bidang usaha seperti toko online atau *online shop*. Pemasaran digital juga dianggap sebagai bagian dari pemasaran *e-commerce*, yang didasarkan pada aktivitas perusahaan untuk mengomunikasikan, memasarkan, dan menjual produknya dalam bentuk barang atau jasa kepada publik melalui Internet.¹

¹Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing Digital Marketing View project Financial Reforms View project. *Journal Ilmu Hukum*, 321– 339.

Bentuk jasa yang menyediakan *e-commerce* ini sudah mendunia, di Negara China adanya aplikasi belanja online yang dikenal dengan Alibaba, di Negara Amerika adanya aplikasi belanja online yang dikenal dengan Amazon, sedangkan khususnya di Negara Indonesia ada beberapa aplikasi belanja online seperti aplikasi *Shopee*, Toko Pedia, Tiktok Shop, Buka Lapak, Lazada, Blibli.Com dan lain sebagainya.

Belanja online ini sangat populer di Indonesia mulai dari daerah perkotaan hingga pelosok negeri. Khususnya pengguna aplikasi *Shopee* yang digemari oleh masyarakat mulai dari kalangan remaja umur 15 tahun hingga kalangan dewasa yang berusia 40 tahun, dengan belanja online masyarakat menjadi mudah mencari sesuatu yang mereka inginkan, bahkan dapat menghemat waktu dan tenaga karena mencari barang tersebut menggunakan aplikasi pada *Smartphone* yang ada dalam genggaman masyarakat.

Berdasarkan data *Tempo.co* tahun 2024 aplikasi *Shopee* dikunjungi hingga jutaan kali oleh pengguna aplikasinya, top tiga tertinggi kunjungan aplikasi *Shopee* tahun 2024 terdapat pada bulan Februari dengan 235,9 juta pengunjung secara global, 134,1 juta pengunjung pada bulan Agustus dan 128,6 juta pengunjung pada bulan Oktober.

Shopee mendapatkan antusiasi dari masyarakat karena dikenal dengan berbagai promo yang menarik seperti gratis ongkos kirim dan *flash sale* yang sering muncul setiap bulannya. *Shopee* juga memiliki beragam fitur, seperti sistem *Cash On Delivery* (bayar di tempat), *Shopee Pay*, *Shopee Paylatter*, *Shopee Coin*, *Shopee Game*, *Shopee Live*, dan voucher promo lainnya bahkan adanya fitur pengembalian jika barang yang dipesan konsumen tidak sesuai dengan keterangan yang ada pada aplikasi.

Meskipun adanya kemudahan belanja online tersebut, konsumen sering merasa dirugikan ketika produk yang dijual pelaku usaha tidak sesuai dengan apa yang dipesan konsumen melalui aplikasi *Shopee*, seringkali konsumen menerima produk yang dikirimkan kurir tidak sesuai dengan informasi atau deskripsi produk yang tercantum dalam aplikasi *e-commerce*. Akan tetapi setelah barang sampai pembeli tetap berkewajiban membayar, hal ini menjadikan transaksi ini sebagai transaksi penipuan.

Dalam seiringnya waktu *Shopee* memberikan berbagai fitur untuk kenyamanan konsumennya dengan menyediakan fitur pengembalian, fitur ini berfungsi untuk konsumen yang mengalami kekecewaan terhadap barang yang dipesan namun pada saat barang sampai tidak sesuai dengan deskripsi produk pada aplikasi. Dengan fitur ini konsumen dapat melakukan pengembalian dengan cara menukar barang dengan produk yang lain, bahkan bisa melakukan pengembalian dana melalui *Shopee Pay* hingga melalui nomor rekening. Dari website resmi yang berisikan keluhan konsumen dilaman *mediakonsumen.com* pada tahun 2023 sampai awal tahun 2025 ditemukan 1.439 data kasus pengembalian barang yang tidak sesuai deskripsi tidak terselesaikan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen.

Konsumen mengharapkan para penjual yang tidak amanah tersebut mendapatkan beberapa efek jera seperti pemblokiran akun penjual,

pengabutan izin usaha, denda administratif, ganti rugi kepada konsumen bahkan harus diberlakukan tindak pidana penjara bagi pelaku penipuan oleh pihak yang berwajib. Hal inilah yang menyebabkan banyak konsumen yang ingin mendapatkan perlindungan haknya sebagai pengguna aplikasi belanja online, terkhususnya aplikasi *Shopee*. Sehingga masalah ini harus dilihat dari sudut pandang perlindungan hak-hak konsumen.

Dalam Islam, jual beli yang sifatnya terdapat perjanjian dan pemesanan seperti yang terdapat pada *e-commerce* tersebut dinamakan dengan jual beli *salam* yaitu akad jual beli yang berdasarkan pemesanan barang yang telah dilakukan namun pengiriman barang dilakukan kemudian hari oleh penjual. Sistem pembayaran dilakukan oleh pembeli sesuai akad yang disepakati, yakni dengan membayar uang muka terlebih dahulu dan melunasi barangnya di akhir. Pembeli juga memiliki hak *khiyar*, yaitu hak untuk membatalkan atau mengembalikan produk yang dibeli dalam jangka waktu tertentu jika produk tersebut cacat atau rusak.

Pada zaman Nabi Muhammad SAW dan para sahabat masih hidup, jual-beli online belum ditemukan dan dilakukan, bahkan dalam kitab-kitab empat madzhab pun belum dijelaskan mekanisme jual-beli secara online karena memang belum ditemukan pada saat itu. Begitu pula dalam Al-Qur'an dan Sunnah tidak ada penjelasan mengenai jual beli online. Akan tetapi, yang digunakan hanya satu jenis akad, yakni akad *salam*, di mana pembeli membayar terlebih dahulu, kemudian penjual menyerahkan barang kepada pembeli.

Berdasarkan data yang penulis temukan, maka penulis tertarik melakukan penelitian ini terkait bagaimana perlindungan hak-hak konsumen serta penyelesaian permasalahan belanja online dalam hukum positif di Indonesia, serta peraturan internal *Shopee* dan Hukum Ekonomi Syariah. Untuk itu penulis ingin membahas lebih lanjut tentang "Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Konsumen dalam Jual Beli Online (Analisis Hukum Positif di Indonesia dengan Peraturan Internal *Shopee* dan Hukum Ekonomi Syariah)".

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*) atau normatif, merupakan penelitian yang secara literatur dilakukan melalui penelitian atas sistematika hukum, kesesuaian hukum, dan perbandingan hukum. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelaahan terhadap bahan pustaka yaitu buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan pembahasan penulis.²

²Sugiyono, P. D. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Anggota ikatan penerbit indonesia.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Peraturan Hukum Positif di Indonesia tentang Perlindungan Hak Konsumen

Perlindungan hukum bagi setiap konsumen merupakan suatu hal yang penting. Terutama perlindungan hukum bagi konsumen dalam bentuk perlindungan yang sudah diberikan oleh Negara. Berhubungan dengan itu, mengingat tujuan negara untuk menjaga dan memelihara tata tertib, diharapkan negara memberikan perhatian terhadap hukum perlindungan konsumen ini. Pentingnya suatu negara mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen umumnya didasarkan pada pertimbangan aktualitas dan urgensinya. Dalam pertimbangan aktualitasnya, perlindungan hukum bagi konsumen perlu ditegakkan. (Barkatullah, 2017) Perlindungan konsumen diatur dalam beberapa regulasi, yaitu :

- a) Jual-beli Online dalam Konteks Hukum Perikatan Jual Beli di Indonesia (Hukum Perikatan Jual Beli, KUHPerdata)

Dalam KUHPerdata, jual beli diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdata “Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.” Jika barang yang dikirim tidak sesuai dengan deskripsi, maka itu dianggap sebagai cidera janji (wanprestasi) oleh penjual. Dalam hal ini, pembeli dapat menuntut:

- 1) Pembatalan perjanjian (Pasal 1266 KUHPerdata), menyatakan bahwa pembatalan perjanjian dapat diminta di pengadilan jika terjadi wanprestasi, meskipun klausul pembatalan telah ditentukan sebelumnya.
- 2) Pengembalian uang (restitusi), jika barang yang dikirim tidak sesuai deskripsi, maka secara hukum ini melanggar perjanjian jual beli (Pasal 1457) dan konsumen berhak menuntut pengembalian dana atau kompensasi.
- 3) Ganti rugi, jika ada kerugian akibat ketidaksesuaian produk. Pasal 1243 KUHPerdata, jika debitur (penjual) lalai memenuhi kewajiban, ia dapat dituntut untuk membayar ganti rugi atas kerugian nyata (kerusakan barang, kerugian materi), dan keuntungan yang hilang akibat kegagalan transaksi.
- 4) Pasal 1365 KUHPerdata (jika masuk ranah perbuatan melawan hukum). Jika kerugian timbul dari perbuatan melawan hukum (misalnya penipuan), maka korban dapat menuntut ganti rugi.

Jadi, dalam hukum perikatan jual beli, ketidaksesuaian barang dengan deskripsi adalah bentuk wanprestasi. Konsumen berhak menuntut pengembalian dana atau ganti rugi. Perlindungan tambahan juga diberikan melalui UU Perlindungan Konsumen dan *Shopee* sebagai platform memiliki tanggung jawab untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa tersebut.

- b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen)

Perlindungan konsumen terhadap belanja online yang tidak sesuai dengan deskripsi dan bagi seller atau penjual yang memberikan penolakan sepihak atas pengembalian barang/dana yang sah merupakan pelanggaran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), seperti yang terjadi di aplikasi *Shopee*. Pemerintah memiliki peran penting dalam melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik atau *e-commerce*. Perlindungan yang harus dilakukan Pemerintah (berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999) berupa:

- 1) Penegakan Hukum dan Pengawasan

Passal 30 dan 31 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa Pemerintah wajib melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha, termasuk platform *e-commerce* seperti *Shopee* dan pengawasan mencakup informasi produk, iklan, dan transaksi, untuk memastikan tidak ada penyesatan atau pemalsuan deskripsi produk.

- 2) Penindakan terhadap Pelaku Usaha

Jika penjual atau platform memberikan deskripsi yang menyesatkan atau palsu, itu melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf f yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi dalam label, etiket, atau keterangan. Jika hal itu dilanggar maka akan diberikan sanksi administratif dan pidana (Pasal 62) dapat dikenakan terhadap pelaku usaha yang terbukti melanggar.

- 3) Penyediaan Mekanisme Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa

Pemerintah perlu menyediakan lembaga pengaduan seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) atau Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) serta mendukung penyelesaian sengketa melalui mediasi, arbitrase, atau pengadilan.

- 4) Pendidikan Konsumen

Dalam hal ini pemerintah bertugas untuk memberikan edukasi tentang hak dan kewajiban konsumen dan meningkatkan kesadaran konsumen untuk membaca deskripsi produk, melihat ulasan, dan memanfaatkan fitur perlindungan di platform seperti “Garansi *Shopee*”.

- 5) Regulasi E-commerce

Pemerintah harus menerbitkan dan menegakkan regulasi khusus perdagangan elektronik, misalnya PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) sebagai pelengkap UU Perlindungan Konsumen.

Passal 19 ayat (1) sampai (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberi ganti rugi atas kerugian konsumen akibat barang yang tidak sesuai. Dengan tanggung jawab seperti berikut :

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen yang diderita akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

Jika penjual atau seller kedapatan melanggar maka akan dikenakan sanksinya (Pasal 62 UUPK) bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8 dapat dikenakan Pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah). Kompensasi, Ganti Rugi, dan Penggantian (Pasal 4 huruf h dan Pasal 7 huruf g UUPK). Konsumen berhak atas kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Kemudian adanya penyelesaian Sengketa (Pasal 45 UUPK) yang menyatakan konsumen dapat menyelesaikan sengketa melalui jalur litigasi (pengadilan) atau non-litigasi (di luar pengadilan), seperti melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

- c) Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 Perubahan **atas UU ITE**

Perlindungan konsumen terhadap belanja online yang tidak sesuai deskripsi di aplikasi *Shopee* ini juga berkaitan dengan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016. Undang-undang ini mengatur keamanan dan keabsahan transaksi elektronik, termasuk tanggung jawab pelaku usaha online.

Perlindungan konsumen terhadap belanja online yang tidak sesuai deskripsi di aplikasi *Shopee* menurut UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016. Undang-undang ini mengatur keamanan dan keabsahan transaksi elektronik, termasuk

tanggung jawab pelaku usaha online. Perlindungan Konsumen oleh Pemerintah berdasarkan UU ITE adalah :

1) Menjamin Kebenaran Informasi Elektronik

Pasal 9 UU ITE menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap, benar, dan akurat mengenai syarat kontrak, produk, dan layanan yang ditawarkan. Artinya Pemerintah wajib mengawasi dan memastikan bahwa penjual online (termasuk di *Shopee*) tidak menyesatkan konsumen dengan informasi palsu atau tidak sesuai deskripsi.

2) Pengawasan terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE)

Shopee termasuk dalam kategori Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE). Dimana Pasal 15 ayat (3) UU ITE menyebutkan bahwa PSE wajib menjamin *keamanan* sistem elektronik yang mereka kelola dan memproses informasi elektronik secara andal dan bertanggung jawab. Dengan implikasi pemerintah (melalui Kementerian Kominfo) harus mengawasi sistem *Shopee*, termasuk mekanisme pengaduan, ulasan palsu, dan sistem refund jika produk tidak sesuai. Kominfo wajib mengawasi platform seperti *Shopee* agar tunduk pada aturan transaksi elektronik.

3) Sanksi terhadap Pelanggaran

Jika pelaku usaha melakukan penipuan digital (misalnya produk berbeda dengan yang diiklankan), bisa dikenakan Pasal 28 ayat (1) yaitu *dilarang menyebarkan informasi elektronik yang menyesatkan dan merugikan konsumen dalam transaksi elektronik dan pelanggaran bisa dikenakan pidana penjara maksimal 6 tahun dan/atau denda hingga Rp1 miliar* (Pasal 45A ayat (1)).

4) Perlindungan Data Konsumen

Pasal 26 ayat (1) Data pribadi konsumen yang digunakan dalam transaksi online wajib dilindungi dan pemerintah perlu memastikan bahwa data *konsumen* (alamat, nomor HP, dll) **tidak** disalahgunakan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab.

5) Fasilitasi Pengaduan dan Mediasi

Pemerintah melalui Kominfo atau BSSN (Badan Siber dan Sandi Negara) dapat membuka layanan pengaduan konsumen e-commerce, melakukan takedown atau pemblokiran akun penjual bermasalah serta menyediakan mediasi antara konsumen dan pelaku usaha digital.

Jadi berdasarkan UU No. 11 Tahun 2008 (UU ITE), pemerintah harus melindungi konsumen dari informasi produk palsu atau menyesatkan, mengawasi dan mengatur platform seperti *Shopee* agar bertanggung jawab, menindaklanjuti pelaku usaha digital yang melanggar hukum, serta menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa secara cepat dan transparan.

- d) Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Perlindungan konsumen terhadap belanja online yang tidak sesuai deskripsi pada aplikasi seperti *Shopee* juga diatur secara khusus dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Permendag ini mempertegas peran pemerintah dalam mengawasi e-commerce, melindungi konsumen, serta menetapkan kewajiban platform digital (seperti *Shopee*) dan para penjual yang berjualan di dalamnya, seperti :

- 1) Menjamin Informasi Produk yang Jelas dan Benar

Pasal 11 ayat (1) menerangkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang diperdagangkan secara elektronik. Jika produk tidak sesuai deskripsi (misalnya warna, ukuran, fungsi), penjual melanggar kewajiban, dan pemerintah wajib melakukan pembinaan dan penindakan.

- 2) Kewajiban Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem

Elektronik (*Shopee*) dalam Pasal 15 *Shopee* sebagai Penyelenggara PMSE wajib memastikan pelaku usaha yang menggunakan platform-nya terdaftar dan memiliki izin serta menjaga perlindungan konsumen, termasuk menyediakan mekanisme pengembalian barang, pengembalian dana (*refund*), dan pengaduan.

- 3) Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen

Pasal 25 menyatakan bahwa Pelaku usaha wajib menyediakan layanan pengaduan konsumen dan menyelesaikan keluhan atas barang/jasa yang tidak sesuai serta pemerintah perlu memastikan bahwa *Shopee* menyediakan sistem pengaduan yang efektif dan penjual ditindaklanjuti jika terbukti berulang kali menjual produk tidak sesuai.

- 4) Pengawasan dan Penindakan oleh Pemerintah

Pasal 30 – 33 menyatakan bahwa Pemerintah (melalui Kementerian Perdagangan) dapat melakukan pengawasan rutin dan insidental terhadap transaksi online, menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha atau platform yang melanggar ketentuan dan memblokir akses penjual atau bahkan memerintahkan pemutusan layanan terhadap platform yang membiarkan pelanggaran terjadi.

- 5) Sanksi Tegas terhadap Pelanggaran

Pasal 35 – 37 menyatakan bahwa jika pelaku usaha (penjual di *Shopee*) melanggar kewajiban seperti memberi informasi palsu atau tidak sesuai maka akan dikenakan teguran

tertulis, denda administratif, pembekuan izin, hingga pencabutan izin usaha.

Jadi, berdasarkan Permendag No. 50 Tahun 2020, pemerintah wajib melindungi konsumen e-commerce dengan menegakkan kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk yang benar serta mengawasi dan mengatur platform seperti *Shopee* agar menyediakan sistem yang adil bagi konsumen dan menindak tegas penjual dan platform yang tidak kooperatif dalam menyelesaikan masalah barang tidak sesuai deskripsi.

Selain itu tindakan nyata yang dapat dilakukan pemerintah adalah :

- 1) Mewajibkan platform *Shopee* untuk menghapus penjual yang sering melakukan penipuan deskripsi.
 - 2) Memfasilitasi pengembalian barang atau refund secara adil bagi konsumen.
 - 3) Melakukan razia digital atau audit produk secara acak untuk melihat apakah deskripsi sesuai dengan barang yang dikirim.
 - 4) Menyediakan layanan pengaduan online dan hotline pengawasan e-commerce.
- e) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan

Peran Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (UU OJK) dalam konteks perlindungan konsumen seperti kasus jual beli online di aplikasi *Shopee*, terutama jika transaksi tersebut menggunakan layanan keuangan, menjadi sangat relevan meskipun OJK tidak langsung mengatur e-commerce seperti *Shopee* yang bukan lembaga jasa keuangan.

Namun, jika konsumen menggunakan layanan keuangan yang diawasi oleh OJK dalam proses transaksinya (misalnya pembayaran lewat fintech, kartu kredit, paylater, atau dompet digital seperti *ShopeePay*), maka OJK berperan dalam melindungi konsumen atas aspek keuangannya, bukan barangnya. Seperti terjadinya kasus pembeli yang memesan barang di *Shopee* namun barang tidak sesuai deskripsi dan ingin melakukan refund, tetapi refund sulit atau ditolak, tetapi pembayarannya via *ShopeePayLater* (layanan keuangan).

Terkait hal ini UU OJK No. 21 Tahun 2011 Pasal 4 menyatakan “OJK dibentuk untuk menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap seluruh kegiatan di sektor jasa keuangan dengan tujuan untuk melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat” yang artinya jika pembeli menggunakan jasa keuangan yang diatur OJK (misalnya *ShopeePayLater* yang disediakan oleh PT Lentera Dana Nusantara atau lembaga pembiayaan lain), maka OJK wajib melindungi konsumen jika ada penyalahgunaan, ketidaktransparan, atau

kendala pengembalian dana dari sisi penyedia layanan keuangan tersebut.

Dalam pasal 28 – 31 OJK Mengatur tentang perlindungan konsumen dan masyarakat, dalam pasal 28 OJK wajib melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat, yang artinya perlindungan konsumen merupakan kewajiban utama OJK, terutama di sektor jasa keuangan. Dalam pasal 29 dalam rangka perlindungan konsumen dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28, OJK melakukan tindakan:

- a. memberikan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan;
- b. meningkatkan kesadaran mengenai hak dan kewajiban konsumen dan masyarakat;
- c. memberdayakan konsumen dan masyarakat dalam menggunakan produk dan/atau layanan Jasa Keuangan dan
- d. memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dan masyarakat.

Maknanya OJK tidak hanya melindungi secara reaktif (misalnya saat ada pengaduan), tapi juga aktif mengedukasi dan menyediakan informasi untuk mencegah kerugian konsumen. Dalam pasal 30 OJK dapat menetapkan bahwa pelaku di sektor jasa keuangan wajib:

- a. menyediakan dan/atau menyampaikan informasi dan/atau keterangan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen;
- b. memberikan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang ditawarkan secara jujur dan bertanggung jawab;
- c. memberikan edukasi kepada Konsumen mengenai karakteristik produk dan/atau layanan yang ditawarkan;
- d. memberikan waktu yang cukup kepada Konsumen untuk memahami karakteristik produk dan/atau layanan yang akan digunakan;
- e. memberikan perlakuan yang adil kepada Konsumen; dan menyediakan layanan pengaduan Konsumen.

Semua penyedia layanan keuangan yang diawasi OJK wajib transparan, jujur, adil, dan menyediakan saluran pengaduan.

Dalam Pasal 31 OJK dapat melakukan tindakan tertentu terhadap pihak yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan perlindungan konsumen dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 sampai dengan Pasal 30 sesuai dengan kewenangannya berdasarkan Undang-Undang ini dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Jadi OJK berwenang memberikan sanksi atau tindakan tegas kepada lembaga jasa keuangan yang melanggar prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Jadi kesimpulan yang dapat diambil dari Pasal 28–31 adalah :

- a. OJK Wajib melindungi konsumen;

- b. OJK mewajibkan pelaku jasa keuangan untuk bersikap transparan, adil, dan bertanggung jawab;
- c. OJK bisa bertindak langsung terhadap pelaku usaha keuangan yang merugikan konsumen.

2. Sinkronisasi antara Hukum Positif Perlindungan Hak-Hak Konsumen di Indonesia dengan Peraturan Internal *Shopee*

Aturan internal *Shopee* merupakan serangkaian kebijakan, syarat dan ketentuan, serta pedoman layanan yang ditetapkan oleh *Shopee* sebagai penyelenggara *marketplace* untuk mengatur hak dan kewajiban para pihak yang terlibat dalam transaksi, baik penjual, pembeli, maupun pihak *Shopee* sendiri. Aturan ini bersifat kontrak baku (standard contract), di mana setiap pengguna yang mendaftar dan menggunakan aplikasi *Shopee* dianggap telah menyetujui serta terikat dengan peraturan tersebut. Beberapa karakteristik dalam aturan internal *Shopee* :

- a) Bersifat Mengikat
Setiap pengguna wajib mematuhi aturan sebagai syarat untuk menggunakan platform.
- b) Mekanisme Self-Regulation
Struran dibuat oleh *Shopee* secara sepihak, tetapi tetap tunduk pada hukum nasional.
- c) Mengatur Perlindungan Konsumen
Mencakup jaminan keamanan transaksi, sistem pembayaran, retur/refund, serta penyelesaian sengketa.
- d) Memuat Sanksi
Ada konsekuensi bagi pengguna yang melanggar (penalti, pembatasan akun, hingga pemblokiran permanen).

Berikut adalah bentuk peraturan internal *Shopee* yang bertanggung jawab dalam proses refund dan retur sebagai bentuk penyelesaian sengketa jual beli online:

1.) Tanggung Jawab sebagai Fasilitator Escrow (Penahan Dana)

Shopee menerapkan sistem *Shopee Guarantee*, yaitu Menahan dana pembeli sementara waktu sampai pembeli menyatakan "Pesanan Diterima". Jika pembeli mengajukan komplain atau retur, dana tidak langsung diberikan ke penjual, dan *Shopee* akan melakukan verifikasi. Tindakan ini berfungsi untuk melindungi konsumen agar tidak kehilangan uang sebelum memastikan barang diterima sesuai. Dengan adanya fitur ini konsumen merasa terlindungi.

Sebagian dari konsumen menilai *Shopee* menyediakan mekanisme perlindungan yang cukup baik, seperti garansi *Shopee* dimana dana baru diteruskan ke penjual setelah barang diterima konsumen, layanan pengembalian dan refund jika barang tidak sesuai deskripsi serta fitur ulasan dan rating penjual yang membantu dalam menilai kredibilitas.

2.) Tanggung Jawab Menyediakan Mekanisme Penyelesaian Sengketa

Shopee wajib menyediakan sistem internal untuk menyelesaikan masalah pembeli dengan penjual, seperti: Fitur "Ajukan Pengembalian" / "Ajukan Pengembalian Dana", Fitur chat dan laporan masalah serta fitur pusat resolusi di mana *Shopee* menjadi mediator antara pembeli dan penjual. Hal ini mencerminkan tanggung jawab kontraktual dan prinsip keadilan dalam penyelenggaraan platform. Dalam hal ini *Shopee* dianggap progresif dalam menjaga kepercayaan konsumen

3.) Tanggung Jawab Memberikan Keputusan (Hasil Mediasi)

Jika sengketa antara pembeli dan penjual tidak selesai, *Shopee* akan melakukan investigasi dan mengambil keputusan, seperti menyetujui refund, menolak pengajuan jika bukti tidak cukup serta mengarahkan pembeli mengirim kembali barang. *Shopee* berhak menentukan hasil akhir sesuai kebijakan yang telah disetujui pengguna di awal.

4.) Tanggung Jawab Informasi dan Transparansi

Shopee wajib memberikan informasi yang jelas mengenai tata cara retur/refund, batas waktu dan prosedur yang transparan serta notifikasi dan status transaksi secara real-time. Hal ini sesuai prinsip kejelasan informasi bagi konsumen, sebagaimana ditekankan dalam UU Perlindungan Konsumen. Namun hal ini sering menjadi ketidakpuasan bagi konsumen ketika barang tidak sesuai deskripsi.

5.) Tanggung Jawab Perlindungan Konsumen dan Pencegahan Kerugian

Shopee bertanggung jawab untuk memblokir atau menindak penjual yang curang, melindungi data dan hak pembeli dan menyediakan kanal pengaduan di luar aplikasi (email, call center, media sosial). Bentuk tanggung jawab ini adalah bagian dari manajemen risiko konsumen dan menjaga reputasi platform. Namun dari ketegasan dan tanggung jawab *Shopee* ini masih ada penjual nakal yang lolos sistem.

Jadi, dalam perlindungan terhadap hak-hak konsumennya *Shopee* telah menyediakan pertanggungjawaban, tetapi masih menghadapi tantangan di aspek teknis, transparansi penanganan, dan perlakuan yang tidak selalu konsisten antar kasus. Untuk itu, *Shopee* harus memenuhi hak-hak konsumen berdasarkan KHUPerdata

Perlindungan konsumen terhadap hak-haknya dalam belanja online melalui aplikasi *Shopee* umumnya mencerminkan campuran antara kepuasan dan kekhawatiran masing-masing konsumen, tergantung pada pengalaman pribadi, tingkat pemahaman akan hak konsumen, dan seberapa efektif *Shopee* dalam melindungi hak-hak konsumen. Sebagaimana ditemukan kesenjangan antara Hukum Positif perlindungan hak-hak konsumen dengan peraturan internal *Shopee*.

1.) Kekuatan Mengikat dan Kepastian Hukum

Hukum Positif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka 1 menyatakan Perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin kepastian hukum

yang memiliki kekuatan mengikat secara nasional dengan sanksi pidana dan perdata yang diakui oleh negara. Dan Pasal 62 menyatakan bahwa pelanggaran perlindungan konsumen dikenakan sanksi pidana. Serta KUHPerdata pasal 1320 yang menyatakan tentang syarat sah perjanjian. Sedangkan peraturan Internal *Shopee* hanya berupa kebijakan kontraktual antara pengguna dan platform, tidak memiliki kedudukan sebagai peraturan perundang-undangan.

Jadi, Aturan *Shopee* hanya berlaku di lingkup internal aplikasi saja, sehingga tidak dapat menjamin kepastian hukum apabila sengketa sampai ke ranah yuridis formal.

2.) Perlindungan yang Bersifat Parsial

Hukum Positif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 menyatakan Hak konsumen meliputi kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kompensasi atas kerugian dan Pasal 19 ayat 1-3 menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberi ganti rugi atas kerugian konsumen baik materiil maupun immateriil. Sedangkan peraturan internal *Shopee* perlindungannya lebih difokuskan pada aspek transaksi dan produk (*refund, return, garansi*). Belum menjangkau kerugian non-materiil (misalnya pencemaran data pribadi dan kerugian moral).

Jadi, *Shopee* belum sepenuhnya mengakomodasi perlindungan yang komprehensif sebagaimana mandat UU Perlindungan Konsumen.

3.) Mekanisme Sengketa yang Terbatas

Hukum Positif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 45 ayat 1-2 menyatakan sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui BPSK atau pengadilan serta Pasal 52 menyatakan BPSK berwenang menyelesaikan sengketa, memanggil pelaku usaha/konsumen dan memutus perkara. Sedangkan *Shopee* mekanisme penyelesaian sengketa hanya terbatas pada Pusat Resolusi, mediasi internal, atau customer service.

Jadi, mekanisme internal *Shopee* tidak memiliki kewenangan yudisial, sehingga jika konsumen tidak puas, tetap harus keluar dari sistem *Shopee* untuk mencari keadilan melalui hukum negara.

4.) Asimetri Kedudukan Hukum

Hukum Positif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 18 ayat 1 menyatakan pelaku usaha dilarang membuat syarat dan ketentuan yang merugikan konsumen dan Pasal 18 ayat (3) menyatakan syarat dan ketentuan yang merugikan konsumen dinyatakan batal demi hukum. Harus menempatkan konsumen sebagai pihak yang dilindungi secara setara dalam kontrak dengan pelaku usaha. Namun aturan internal *Shopee* lebih berpihak pada perlindungan platform sebagai penyedia layanan saja, di mana sebagian besar syarat dan ketentuan bersifat baku (standard contract) yang harus disetujui konsumen tanpa bisa dinegosiasikan.

Jadi, hal ini berpotensi terjadinya ketidakseimbangan kedudukan hukum, karena konsumen hanya bisa tunduk pada kebijakan *Shopee* tanpa ruang untuk mengubah atau menolak klausul tertentu.

5.) Sanksi Hukum

Hukum Positif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 19 ayat 2-3 menyatakan bahwa ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang/jasa, atau perawatan kesehatan dan Pasal 60–62 menyatakan ada sanksi administratif, perdata, dan pidana bagi pelaku usaha yang melanggar. Sedangkan di *Shopee* sanksi internal hanya berupa pemblokiran akun, penangguhan dana, dan penalti administratif, yang tidak menimbulkan efek jera setara sanksi negara.

Jadi, tidak ada jaminan bahwa pelaku usaha yang nakal dan tidak jujur yang sudah diblokir dari *Shopee* akan mengulangi pelanggaran yang sama di platform lain.

Sinkronisasi hukum positif perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia dan peraturan Internal *Shopee* masih ditemukan kesenjangan yang signifikan, karena aturan internal *Shopee* belum memiliki kekuatan hukum yang sama dengan UU Perlindungan Konsumen. Dimana perlindungan konsumen masih parsial, lebih bersifat administratif daripada yuridis, tidak ada instrumen internal yang mengakomodasi kerugian non-materiil maupun penyelesaian sengketa dengan kekuatan hukum final serta konsumen tetap memerlukan perlindungan eksternal, yakni hukum positif dari Negara untuk menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan. Sebagian perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen telah disediakan pertanggungjawabannya oleh *Shopee*, tetapi masih menghadapi tantangan di aspek teknis, transparansi penanganan, dan perlakuan yang tidak selalu konsisten antar kasus. Untuk itu, *Shopee* harus memenuhi hak-hak konsumen berdasarkan Hukum Positif di Indonesia.

3. Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Konsumen Dalam Jual Beli Online Melalui Market Place *Shopee* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Ekonomi Syariah menekankan keadilan, keterbukaan, dan kejujuran dalam transaksi. Sebagaimana dalam agama Islam adanya prinsip larangan *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (taruhan), dan *riba* yang berfungsi sebagai mekanisme pencegahan terhadap praktik curang yang merugikan konsumen. Perlindungan konsumen tidak hanya bersifat legal-formal, tetapi juga bernilai moral dan religius, sehingga penjual tidak sekedar tunduk terhadap aturan hukum, tetapi juga pada tanggung jawab spiritual di hadapan Allah SWT. Sebagaimana dalam Hukum Ekonomi Syariah, konsumen memiliki hak yang menjadi pelindung agar konsumen tidak terjebak dalam transaksi yang merugikan. Hak tersebut sebagai berikut :

a. *Khiyar*

Khiyar menjadi pelindung bagi konsumen agar tidak terjebak dalam transaksi yang merugikan. *Khiyar* merupakan hak pilih yang diberikan syariah kepada pembeli maupun penjual untuk meneruskan atau membatalkan suatu akad demi menghindari kerugian atau ketidakadilan. Bentuk-bentuk *khiyar* sebagai perlindungan hukum syariah bagi konsumen sebagai berikut:

1) *Khiyar Majlis*

Konsumen dapat membatalkan akad selama masih berada dalam majelis transaksi jika merasa tidak sesuai. *Khiyar* ini dapat melindungi konsumen dari keputusan yang tergesa-gesa.

2) *Khiyar Syarat*

Konsumen dapat mensyaratkan hak pembatalan dalam jangka waktu tertentu jika barang tidak sesuai. *Khiyar* ini memberikan ruang yang aman bagi konsumen untuk menilai kualitas suatu produk yang akan dibeli.

3) *Khiyar Aib*

Jika ditemukan cacat tersembunyi pada barang, konsumen berhak membatalkan atau meminta penggantian. *Khiyar* ini menjamin konsumen tidak dirugikan oleh informasi yang tidak jujur.

4) *Khiyar Ru'yah*

Konsumen berhak membatalkan akad jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi saat transaksi. *Khiyar* ini relevan dalam konteks jual beli online yang berbasis gambar/deskripsi produk. Dan hampir sama halnya dengan *Khiyar aib* karena tujuannya sama-sama melindungi konsumen atau pembeli setelah barang diterima.

Jadi, *khiyar* merupakan instrumen syariah yang berfungsi sebagai mekanisme preventif dan korektif untuk melindungi konsumen dari penipuan, kekecewaan, atau kerugian akibat barang cacat atau tidak sesuai akad. Dalam konteks modern, konsep *khiyar* sejalan dengan hak konsumen untuk mengembalikan barang (retur), klaim garansi, dan hak pembatalan transaksi. Mekanisme *khiyar* menegaskan bahwa konsumen memiliki posisi tawar dalam akad, sehingga keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual-pembeli terjaga.

Selain hak *khiyar*, jual beli pesanan seperti pada platform *e-commerce* dalam Hukum Ekonomi Syariah disebut juga sebagai jual beli *salam*. Jual beli *salam* merupakan instrumen muamalah syariah yang memberikan perlindungan hukum bagi konsumen melalui kejelasan akad, kepastian waktu, dan spesifikasi barang. Konsep ini sangat relevan dalam transaksi modern seperti pembelian pre-order online, di mana konsumen membayar di awal untuk barang yang akan datang kemudian.

Jual beli *Salam* memberikan perlindungan hukum melalui kejelasan spesifikasi barang, kepastian harga, jumlah, dan waktu penyerahan dengan sistem pembayaran di muka. Dalam akad *salam*

menuntut akad yang transparan dan tertulis, sehingga hak konsumen terlindungi bila terjadi wanprestasi. Jika barang tidak sesuai spesifikasi, konsumen berhak menolak atau membatalkan akad. Hal ini sejalan dengan prinsip jaminan mutu dan hak *khiyar*.

Khiyar memberikan perlindungan hukum dengan mekanisme hak pembatalan atau pengembalian, sedangkan *salam* memberi perlindungan melalui akad yang jelas dan kepastian pemenuhan janji. Kedua konsep ini menunjukkan bahwa Hukum Ekonomi Syariah telah mengantisipasi risiko asimetris informasi yang merugikan konsumen jauh sebelum lahirnya konsep perlindungan konsumen modern. Penerapan prinsip *khiyar* dan *salam* dalam transaksi kontemporer, termasuk *marketplace* online, dapat menjadi solusi untuk memperkuat regulasi perlindungan konsumen dengan basis keadilan dan keberlanjutan.

Perlindungan hukum konsumen dalam Hukum Ekonomi Syariah melalui *khiyar* dan jual beli *salam* menegaskan bahwa konsumen tidak boleh dirugikan akibat cacat barang, ketidakjelasan akad, atau wanprestasi. Kedua konsep ini tidak hanya melindungi hak konsumen secara hukum, tetapi juga membangun etika bisnis Islami yang menekankan kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam setiap transaksi.

D. Penutup

A. Kesimpulan

1. Peraturan Hukum Positif di Indonesia tentang Perlindungan Hak-Hak Konsumen di atur dalam :
 - a.) KUHPerdata (Pasal 1457-1540 tentang perikatan jual-beli
 - b.) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - c.) UU No. 11 Tahun 2008 jo, UU No.19 Tahun 2016 tentang ITE
 - d.) Permendag No. 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Regulasi ini menjamin hak-hak konsumen, mengatur kewajiban pelaku usaha,

serta memberikan mekanisme penyelesaian sengketa, baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi.

Oleh karena itu perlu adanya penguatan regulasi dan mekanisme perlindungan konsuemen baik melalui revisi UU, peningkatan pengawasan pemerintah, maupun pengembangan kebijakan internal *Shopee* agar lebih sinkron dengan hukum positif Indonesia dan prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

2. Aturan internal *Shopee* sudah disediakan seperti Garansi *Shopee*, sistem pembayaran melalui rekening bersama (*escrow*), kebijakan pengembalian barang (*refund/return*), dan layanan pengaduan, pada prinsipnya selaras dengan ketentuan hukum positif. Namun, perlindungan yang diberikan masih bersifat kontraktual dan terbatas pada lingkup aplikasi, sehingga tidak sepenuhnya memiliki kekuatan mengikat seperti undang-undang nasional.

3. Transaksi jual beli online melalui *Shopee* dapat disamakan dengan akad *salam*, dimana pembayaran dilakukan di muka sementara barang dikirim kemudian. Mekanisme retur dan pengembalian dana sejalan dengan hak *khiyar* dalam fiqh muamalah, namun praktiknya belum sepenuhnya mencerminkan prinsip syariah karena masih ada unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan).

B. Saran

1. Pemerintah perlu memperkuat pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen dalam jual beli online, khususnya melalui marketplace seperti *Shopee*.
2. *Shopee* disarankan untuk menyederhanakan prosedur pengaduan, refund, dan retur, serta meningkatkan responsivitas layanan pelanggan agar penyelesaian sengketa lebih cepat dan adil.
3. Perlu ketegasan *Shopee* dalam menindak penjual curang melalui sistem sanksi dan evaluasi yang transparan, guna melindungi konsumen secara nyata.
4. Edukasi kepada konsumen tentang hak-hak dan mekanisme perlindungan hukum harus ditingkatkan melalui media digital agar masyarakat lebih sadar dan berdaya saat mengalami kerugian.
5. Diperlukan penguatan regulasi, sinkronisasi kebijakan internal marketplace, serta penerapan nilai-nilai syariah untuk mewujudkan ekosistem perdagangan digital yang lebih adil, aman, dan melindungi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Sugiyono, P. D. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Anggota ikatan penerbit indonesia.

Jurnal

Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing Digital Marketing View project Financial Reforms View project. *Journal Ilmu Hukum*, 321–339.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam PMSE.