

Praktik Jual Beli Pada Marketplace Shopee Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen

Husnul Fatarib

Institut Agama Islam Negeri Metro

Email : husnulfatarib@gmail.com

Suci Hayati

Institut Agama Islam Negeri Metro

Email : sucihayat09i@yahoo.com

Abstract

The practice of buying and selling in the modern era has developed so rapidly. Buying and selling which has long been done face to face. Customers simply search for the desired item on the available marketplace application, then make transactions for the desired item. As is well known, the market place is a market for all kinds of goods that can be traded. Among the many marketplace applications, one of which is Shopee in this application also provides direct buying and selling and cash payments by transfer, then there is also a sale and purchase where the payment is made when the goods are received by the buyer / paid on the spot (COD), even buying and selling is available. which is done on credit. Of the many existing transactions, transaction failures are not uncommon. This means that sometimes there are items that are not in accordance with what the buyer wants. So it becomes necessary for Shopee marketplace application developers to pay more attention to legal protection for consumers who use the Shopee application.

Keywords: *Marketplace, Legal Protection, Shopee.*

Abstrak

Praktik jual beli di era modern, mengalami perkembangan yang demikian pesat. Jual beli yang sejak lama dilakukan dengan cara tatap muka. Customer cukup mencari barang yang dikehendaki pada aplikasi marketplace yang tersedia, kemudian melakukan transaksi atas barang yang dikehendaki. Sebagaimana telah diketahui, bahwa market place merupakan pasar bagi segala macam bentuk barang yang bisa diperjual belikan. Diantara sedemikian banyak aplikasi marketplace, salah satunya adalah Shopee pada aplikasi ini juga menyediakan jual beli secara langsung dan pembayaran cash dengan cara ditransfer, kemudian ada juga jual beli yang pembayarannya dilakukan saat barang diterima pembeli/bayar ditempat

(COD), bahkan tersedia juga jual beli yang dilakukan secara kredit. Dari sekian banyak transaksi yang ada, tidak jarang terjadi *failure* dalam transaksi. Artinya terkadang ada barang yang tidak sesuai dengan apa yang menjadi kehendak pembeli. Sehingga menjadi perlu bagi pengembang aplikasi marketplace Shopee untuk lebih memperhatikan perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan aplikasi Shopee.

Kata kunci: *Marketplace, Perlindungan Hukum, Shopee.*

Istinbath: Jurnal Hukum

Website : <http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/istinbath/index>

Received : 2020-12-01 | Reviewed : 2020-12-08 | Published : 2020-12-31.



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Pendahuluan

Transaksi elektronik mengalami perkembangan yang cepat sejak internet menjadi hal yang sangat lazim digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat, bahkan cenderung menjadi kebutuhan pokok selain sandang, pangan, papan, yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat sebelum mengenal internet. Berbagai macam bentuk transaksi elektronik pun terus mengalami inovasi dalam rangka mendapat konsumen lebih banyak dan mencapai perolehan penjualan yang lebih tinggi.

Sebagaimana yang telah dinyatakan dalam Undang-undang tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik diartikan “sebagai sebuah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan media Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.” Artinya dalam transaksi elektronik terdapat unsur hukum yang mengikat bagi mereka yang terlibat didalamnya.

Perkembangan e-commerce sangat membawa nuansa baru dalam progres jual beli dan merubah kearah kultural baru dalam perdagangan yang sebelumnya bertemu tatap muka menjadi via internet, percepatan perkembangan teknologi e-commerce membuat persaingan perdagangan online yang mana setiap perusahaan online harus dan sangat memperhatikan kinerja pelayanan aplikasi yang di sajikan kepada masyarakat agar menjadi icon tujuan masyarakat. Icon yang tersedia di Shopee sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat karna barangnya mempunyai nilai pragmatis (nilai kegunaan)

barang tersebut. Barang yang tidak tersedia di market place Shopee sebagai aplikasi penunjang menyediakan barang yang dibutuhkan oleh masyarakat dan memiliki harga yang terjangkau sesuai dengan budget yang ada pada kantong masyarakat Indonesia.

Banyak Aplikasi-aplikasi marketplace yang dikembangkan dan sangat responsif serta efisien dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Di antaranya adalah Shopee. Dalam aplikasi Shopee terdapat banyak fitur yang memudahkan konsumen menggunakan aplikasi, ini karena adanya program usability jika situs online tanpa menggunakan program tersebut akan mempersulit konsumen menggunakan aplikasi dan fasilitas yang disediakan di aplikasi Shopee adanya sistem kredit yang sangat memudahkan konsumen sebagai pembeli dalam melakukan transaksi jual beli di aplikasi Shopee.

Shopee merupakan market place ternama dan menjadi salah satu top marketplace di Indonesia, meskipun demikian beberapa tahun terakhir ini terjadi banyak kasus dan kejadian dalam market place. Sehingga ada beberapa faktor yang harus diperbaiki baik oleh Shopee maupun marketplace lainnya. Perbaikan yang harus dilakukan, adalah perbaikan dalam menjaga kepercayaan konsumen, karena masih dapat ditemui praktik penipuan yang kerap dilakukan oleh pemilik toko di marketplace seperti Shopee. Bentuk tindakan pemilik toko pada marketplace yang dapat merusak kepercayaan pelanggan antara lain, barang yang dikirimkan kepada konsumen tidak sesuai dengan pesanan konsumen, contoh lainnya adalah masalah waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang dicantumkan oleh pemilik toko. Hal-hal ini harus dievaluasi dan menjadi perhatian khusus sehingga dalam pelayanan berbasis online ini memiliki nilai kredibilitas yang tinggi sehingga marketplace berbasis e-commerce tersebut mempunyai tingkat kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan hukum jual beli. Dengan kata lain aspek perlindungan bagi konsumen, dan prosedur transaksi harusnya mematuhi prosedur yang telah ditetapkan dalam hukum jual beli online (e-commerce).

Secara keseluruhan keunggulan dalam bisnis dengan menggunakan e-commerce dan marketplace adalah kepraktisan dan kemudahan dalam mengoperasikannya. Selain itu, aspek jual beli dalam aspek pelayanannya pun menjadi prioritas utama masyarakat untuk melakukan transaksi tersebut, antara lain contoh kelebihan aplikasi Shopee yaitu: penyediaan barang yang bersifat global, lokal,

jangkauannya market dalam Shopee luas sehingga semua elemen masyarakat dapat mengakses transaksi penjualan dan pembayaran bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun yang memiliki sifat fleksibilitas yang tinggi dan penyediaan barang yang sifat mempunyai nilai pragmatis sehingga masyarakat membeli barang sesuai dengan kebutuhan kehidupan yang dibutuhkan. Hal ini menyebabkan Shopee berkembang pesat dan memiliki nilai lebih dalam pandangan masyarakat lalu memiliki kredibilitas yang tinggi dalam penjualan yang berbasis e-commerce.

Akan tetapi keunggulan dan kelebihan tersebut, khususnya yang ada pada marketplace Shopee, marketplace tetap memiliki kekurangan yang telah disinggung pada paragraf sebelumnya, dan hal itu harus dievaluasi. Peningkatan kualitas dan perbaikan kekurangan, harus mendapat perhatian khusus, karena hal tersebut dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam terkait praktik jual beli pada marketplace ini, juga praktik penerapan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Pembahasan

Pengertian *E-commerce*

E-commerce merupakan salah satu media online internet yang menjadi rujukan ternama dalam segi berkomunikasi hingga melakukan hal berbisnis¹, sehingganya memudahkan para penggunanya untuk mengakses sesuatu yang diinginkan. Menurut pendapat bajaj dan nag, *e-commerce* merupakan salah satu alat bantu untuk berdagang secara tradisional yang di rubah melalui media internet dengan cara otomatis². Industri *e-commerce* di negara indonesia berkembang sangat cepat karena mayoritas penduduk indonesia menggunakan layanan internet.

Ecommerce adalah rangkaian proses jual beli produk antar konsumen dan pemilik barang yang menggunakan elektronik sebagai perantara transaksi. Cara kerja Ecommerce atau Ecom atau Emmerce atau EC, adalah dengan melakukan pertukaran dan/atau transaksi bisnis secara rutin dengan menggunakan transmisi "Electronic Data Interchange (EDI), email, electronic bulletin boards, mesin faksimili, dan Electronic

¹ Resa Nurlaela Anwar dan Aulia Afifah, "Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online," *Jurnal Manajemen*, t.t., 2.

² Diana Leli Indratno dan Siti Ramaini, "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online dan Kepercayaan Terhadap Sikap Konsumen pada E-Commerce (Studi Kasus Pembelian Produk Shopee.Co.Id Pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta)," *JBTI : Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi* 9, no. 2 (2018): 3, <https://doi.org/10.18196/bti.92106>.

Funds Transfer” yang berkaitan dengan transaksi jual-beli/shopping di jaringan internet. Selain itu, dalam memahami Ecommerce, paling tidak ada empat perspektif yang bisa digunakan, yang pertama adalah : Perspektif komunikasi. Dalam perspektif ini E-Commerce dipahami sebagai bentuk pengiriman barang, pemberian layanan, penyediaan informasi, transaksi payment melalui jaringan internet komputer, atau transaksi payment melalui media alat-alat elektronik yang bisa digunakan untuk melakukan aktifitas tersebut. Yang kedua adalah Perspektif proses bisnis. Dalam perspektif ini E-Commerce adalah proses peralihan teknologi bisnis dari proses teknologi manual menjadi teknologi yang bersifat otomatis, artinya terjadi otomatisasi kinerja dan transaksi dari bisnis yang dijalankan. Yang ketiga adalah Perspektif layanan. Dalam perspektif ini E-Commerce dipandang sebagai sebuah alat yang ditujukan untuk dapat memenuhi keinginan dari pemilik usaha/perusahaan, konsumen yang memerlukan, dan menyederhanakan proses manajemen agar dapat memangkas service cost dalam memberikan dan meningkatkan kualitas maupun pengiriman barang. Dalam perspektif ini E-Commerce dipandang sebagai media yang memiliki kemampuan untuk melakukan proses jual beli barang ataupun informasi secara online melalui internet.³ Dari keempat perspektif ini dapat diketahui bahwa E-Commerce dapat diartikan sebagai penerapan dan pengaplikasian bisnis secara elektronik, yang erat kaitannya dengan transaksi komersil secara umum. Mulai dari transaksi transfer dana secara elektronik, jual beli secara elektronik, manajemen secara elektronik dan lain sebagainya.

Hukum Jual Beli Pemasaran Online

Dalam kata “jual beli” kedua kata tersebut memiliki makna antonim⁴ antara keduanya. Kata arti jual merupakan perbuatan yang didalamnya terdapat kegiatan jual menyal dan beli terdapat kegiatan beli membeli di dalam semua kegiatan yang dilakukan. Dalam bahasa arab jual beli yaitu *ba'i*, menurut pendapat Sayyid Sabiq jual beli *al mubadallah*⁵ adalah saling berganti dan bertukar barang dengan barang dan menurut istilah yaitu perpindahan barang kepemilikan dari tangan penjual ketangan

³ Muhammad Arfan, Achmad Hidayatno, dan Natalia Putri Ramadhani, “OPTIMALISASI ENTITAS ECOMMERCE DENGAN MENGGUNAKAN CLOUD MARKETPLACE,” *TRANSIENT* 7, no. 1 (2 April 2018): 209, <https://doi.org/10.14710/transient.7.1.209-213>.

⁴ Tira Nur Fitria, “bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan hukum negara,” *jurnal ilmiah ekonomi Islam* 3, no. 01 (31 Maret 2017): 2, <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>.

⁵ Diah Syifaul A'yuni, “Konsep Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam,” *Al-'Adalah : Jurnal Syariah dan Hukum Islam* 3, no. 1 (5 Maret 2018): 3, <https://doi.org/10.31538/adlh.v3i1.404>.

pembeli yang membeli barang penjual atas dasar suka dengan suka dan ridho dengan ridho antara keduanya.

Dalam agama Islam tidak membatasi secara komprehensif mengenai jual beli yang artinya Allah SWT membolehkan segala jenis jual beli namun melarang dan menolak riba dalam melakukan jual beli antara produsen dan konsumen⁶. Allah SWT merupakan dzat yang maha mengetahui segala sesuatu dan secara khususnya dalam persoalan kehidupan seluruh manusia bahwa ketika sang maha mengetahui melarang sesuatu dan membolehkan sesuatu ada pelajaran, ilmu pengetahuan, dan kemaslahatan dalam kehidupan seorang makhluk hidup yang tercipta paling sempurna di antara makhluk ciptaannya. Pada dasarnya Allah SWT melarang dan mencegah perbuatan riba karena akan mengakibatkan kerusakan dan banyak nya kemudharatan yang terjadi jika dalam kehidupan manusia terjadi perbuatan riba. Pada zaman modern saat ini perkembangan teknologi sangat mempengaruhi dalam transaksi jual beli yang mana dalam hal ini banyak menimbulkan permasalahan permasalahan baru yang sebelumnya belum pernah terjadi. Maka dari pada itu mulailah timbul hukum-hukum dalam transaksi transaksi online.

Strategi Pemasaran Dan Jual Beli Shopee

Dimensi strategi penjualan internet merupakan *marketing* pertama dalam dunia maya dan mempunyai sasaran berupa kebutuhan kehidupan manusia dengan demikian dimensi ini menjelaskan tentang strategi dari keadaan situs yang ada dalam pemasaran aplikasi Shopee⁷. Dalam strategi pemasaran Shopee terdapat beberapa komponen yang sangat berperan dalam pemasaran yaitu; proses mempertahankan hubungan yang dilakukan antara produsen dan konsumen agar tidak terjadi kekecewaan dalam melakukan transaksi, strategi marketing online yang membuat transaksi belanja lebih praktis, pertukaran yang terjadi antara kedua belah pihak akan menjadi paradigma munculnya kenyamanan berbelanja, dan pemenuhan keinginan konsumen harus sangat di perhatikan karena akan menimbulkan kenyamanan pelanggan.⁸

⁶ "Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar and Salim - 2017 - Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum IS.pdf," t.t., 3.

⁷ Iqbal Al Khazim, "Pengaruh Strategi Internet Marketing Terhadap Perilaku Konsumen Shopee.Co.Id Dalam Berbelanja Online Melalui Variabel Electronic Word Of Mouth (Ewom)" 21 (2016): 12.

⁸ Khazim, 14.

Dalam strategi pemasaran terdapat hubungan positif terhadap layanan yang telah di sajikan aplikasi Shopee yaitu:⁹ kualitas informasi marketing, kualitas interaksi antara produsen dengan konsumen, kualitas kepuasan pelanggan akan pelayanan yang disajikan oleh aplikasi Shopee. Dengan demikian ada beberapa atribut kualitas yang harus di pertahankan dalam memberikan ataupun menyajikan pelayanan untuk atribut barang dagang, promosi, kenyamanan, dan keamanan¹⁰

Agar menghasilkan pelayanan yang baik maka harus memperhatikan kinerja dalam penyajian website yang lebih menarik dan ke asliaan dalam icon gambar dan usability kemudahan mengakses informasi maupun interaksi dengan pelanggan yang menggunakan aplikasi Shopee agar menghasilkan kepuasan dalam pemakaian aplikasi tersebut. Pembiayaan yang di sediakan oleh aplikasi Shopee pun mempengaruhi kenyamanan konsumen¹¹ karena banyak hal yang terjadi kasus yang tidak di inginkan ketika pembayaran berlangsung, disinilah peran perlindungan konsumen di butuhkan dalam pembiayaan konsumen kepada produsen yang menyediakan barang pilihan konsumen. Apabila pembiayaan ini terjadi kasus kesalahan akan berakibat fatal yang membuat perusahaan Shopee akan menjadi buruk di kalangan pengguna aplikasi Shopee.

Shopee Sebagai Media Transaksi Elektronik

Sebagai sebuah media transaksi elektronik, maka secara teoritis Shopee harus memiliki kriteria-kriteria yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku tentang transaksi elektornik bagi banyak orang dan barang. Ketentuan yang dimaksud adalah :

1. Menjadi *Market place*

Market place merupakan tempat dimana terjadinya jual beli berlangsung antara produsen dan konsumen, selain dari pada itu dalam *market place* ini akan terjadi banyaknya kasus-kasus baru karena jangkauan pasar yang ada sangat luas dan menyeluruh di barbagai wilayah. Sistem pemasaran ini sangat memudahkan masyarakat

⁹ Nani Agustina, "Kualitas Layanan Website E-Commerce Shopee.co.id Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual," t.t., 13.

¹⁰ Rr. Rieka F Hutami dan Zenia Rahmah, "Pengaruh Atribut Toko Online Terhadap Perilaku Pembelian Online Konsumen Shopee Indonesia," *Kinerja* 20, no. 2 (20 Desember 2016): 2, <https://doi.org/10.24002/kinerja.v20i2.841>.

¹¹ Lady Joanne Tjahyana, "Strategi Penunjang Adopsi Teknologi M-Commerce B2c Di Indonesia (Shopee, Zalora Dan Bhinneka)," *Scriptura* 5, no. 1 (1 Oktober 2015): 5, <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.15-22>.

yang memiliki jangkauan yang terbatas sehingga *market place* sangat membantu sekali kepada masyarakat yang sifat jangkauan terbatas.

Secara sederhana *market place* dapat di artikan sebagai tempat di mana seseorang dapat membuat akun penjualan barang yang di inginkan oleh pembuat akun tersebut¹² fasilitas penunjang yang tersedia dalam jual beli online di berikan secara Cuma-Cuma oleh pelaku *market place*. Salah satu keunggulan *market place* dengan sistem online penjual tidak perlu membuat situs yang menghabiskan biaya banyak dan tidak perlu menyediakan tempat dalam menjual barang tersebut sehingga biaya penjualan bisa di alih fungsikan ke arang yang lebih di butuhkan dalam penjualan tersebut.

Sistem pemesanan *market place* online di aplikasi Shopee telah terklasifikasika dengan sistem kode pada barang tersebut yang di letakan pada aplikasi Shopee untuk memudahkan para konsumen memilih barang yang di inginkan dengan kualitas yang di inginkan¹³. Barangpun di klasifikasikan sesuai kualitas yang di miliki setiap barang sehingga pembeli sebagai konsumen dapat mengetahui denagan sangat mudah dan cepat.

Berdasarkan definisi diatas *market place* online adalah sarana sebagai tempat penjualan yang mana seseorang dapan membuat akun pribadinya di dalam nya dan mendapatkan fasilitas penunjang secara yang tidak perlu mengeluarkan biaya lagi. Jangkauan *market place* pun sangat luas sehingga msyarakat indonesia dapat mengakses kebutuhan yang di perlukan dalam kehidupan dengan mudah dimana pun dan kapan pun. Secara waktu sistem penjualan *market place* ini sangat efektif dan efisien untuk tatanan masyarkat di indonesia seperti pegawainegri sipil yang tidak memiliki waktu yang cukup untuk mencari kebutuhan yang di butuhkandisilah fungsi kehadiran *market palce*.

2. Menjamin Kualitas barang

Indikator barang yang yang disajikan harus sesuai dengan spesifikasi barang yang ingin di jual. Karakteristik barang harus memiliki standar kualitas yang telah

¹² Anwar dan Afifah, "Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online," 2.

¹³ Siti Wakhidah, "Analisis Campur Kode Dalam Iklan Daring Shopee Edisi April 2019: Kajian Sosiolinguistik" 11 (t.t.): 3.

ditetapkan oleh standar pemasaran *market place* Shopee¹⁴. Barang harus memiliki kredibilitas yang tinggi agar masyarakat merasa puas dengan apa yang ada di foto sebagai *merchandise*.

Kualitas Barang di klasifikasikan menjadi 7 standar antara lain: kualitas informasi yang tersedia dalam webside, penilaian dalam relevansi barang, kemutakhiran barang, kecukupan, konsistensi suatu barang tersebut yang akan di pasarkan. Standar ini harus terpenuhi agar barang yang ingin di jual kepada konsumen memiliki standar yang di sesuaikan oleh *market place* Shopee.

3. Mempersiapkan Dan Memberikan Pelayanan Fleksibel

layanan yang di berikan Shopee sangat fleksibel sehingga konsumen bisa merasakan pelayanannya secara efektif dan efisien. Pelayanan ini sangat memudahkan sehingga masyarakat bisa mengaksesnya sangat mudah. Market place Shopee sering juga memberikan potongan hargayang biasa disebut dengan diskon. Layanan ini menjadi keunggulan dari market place Shopee selain akses nya mudah harganya pun bisa di sesuaikan oleh kebutuhan masyarakat. Kualitas ini harus terus di tingkatkan sehingga masyarakat merasakan pelayanan terbaik yang diberikan oleh market place Shopee tersebut.

4. Menjamin Keabsahan Hukum Jual Beli Pada Marketplace

E-commerce Shopee sebagai bentuk transaksi jual beli maka keabsahannya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli. Apabila rukun dan syarat terpenuhi maka e-commerce sah sebagai sebuah transaksi yang mengikat dan sebaliknya, apabila tidak terpenuhi maka tidak sah¹⁵. Akad dalam transaksi elektronik berbeda dengan akad secara langsung. Transaksi elektronik biasanya menggunakan akad secara tertulis, (E-mail, SMS, BBM, WA) atau menggunakan lisan via telfon atau video.

Dalam sebuah akad dilakukan secara isyarat udah memenuhi keabsahan akad tersebut terlebih lagi akad dilakukan secara tertulis, gambar dan linguistarsi secara jelas. Isyarat dalam akad pun mempunyai kemutlakan dalam hukum sama dengan menggunakan lisan¹⁶. Dalam kalangan para madhab syafi'iyah, malikiyah, hanbaliyah

¹⁴ Hutami dan Rahmah, "Pengaruh Atribut Toko Online Terhadap Perilaku Pembelian Online Konsumen Shopee Indonesia," 3.

¹⁵ imam mustofa, *kajian fiqih kontemporer*, 1 ed. (yogyakarta: idea press, 2019), 102.

¹⁶ mustofa, 103.

sama dalam mendefinisikan makna dari transaksi tertulis dengan transaksi lisan, baik antara pembeli bertatap muka atau pun tidak. Dengan demikian secara zahirnya akad jual beli melalui lisan atau tertulis di perbolehkan demikian antara konsumen dan produsen tidak saling bertemu tetap di perbolehkan dan keabsahan hukum akad nya di perbolehkan.

Dalam hal ini transaksi e-commerce menjadi sarana terjadinya perbuatan hukum maka sekarang yang menjadi indikatornya adalah niat antara kedua belah pihak yang melakukan akad transaksi tersebut dan tujuan antara kedua belah pihak melakukan akad. Indikator sah sebuah akad harus berkesinambungan antara ijab dan qabulnya¹⁷, ijab harus sesuai dengan qabul agar tercapai tujuan yang diinginkan antara kedua belah pihak.

Dengan definisi di atas bisa ditela'ah keabsahan akad jual beli melalui e-commerce dapat dilakukan dan digunakan dimanapun dan kapanpun sesuai yang kita inginkan dalam melakukan jual beli. transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli termasuk dalam literatur digital dan pemesanan model demikian ini merupakan *ba'i istisna* karena transaksi jenis ini barang dapat diambil melalui langsung dan tatap muka. dalam segi pembayaran termasuk dalam transaksi *ba'i salam* karena dalam pembayaran dibayarkan secara cash dan barang ditangguhkan sesuai dengan tenggang waktu yang telah disepakati antara penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli di aplikasi Shopee.¹⁸

Klarifikasi Kasus Dan Masalah Dalam Transaksi Shopee

Klarifikasi kasus yang ada dalam transaksi jual beli online diatur dalam undang-undang negara guna membentengi dan melindungi masyarakat yang menjadi korban dalam permasalahan kasus penipuan dalam transaksi di aplikasi Shopee. Pada dasarnya aturan jual beli online sudah diatur secara komprehensif dalam undang-undang dengan tidak melihat siapa yang menjadi objek yang menjalani transaksi jual beli tersebut. Dalam pasal 7 undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen¹⁹ memberikan kewenangan untuk konsumen untuk melakukan dan melaporkan perbuatan yang tidak sesuai dengan pasal tersebut.

¹⁷ Padian Adi Salamat Siregar, "Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam" 5 (2019): 8.

¹⁸ Siregar, 9.

¹⁹ pasal 7 undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Upaya klarifikasi kasus penipuan yang terjadi di aplikasi Shopee yaitu dengan upaya melaporkan kejadian penipuan ke pada pengadilan dengan kasus tindak pidana atau mengajukan kasus ini dengan wanprestasi yang mana tidak terpenuhinya perjanjian yang telah di ikrarkan dalam akad jual beli di aplikasi Shopee²⁰. Yang mana dari pihak pengadilan akan memproses kasus yang telah dilaporkan oleh korban penipuan di aplikasi Shopee²¹. Dalam kasus penipuan banyak masyarakat yang enggan untuk memberi kesaksian dan laporan kepada pihak berwajib sehingga dalam menangani kasus ini harus ada keseimbangan antara konsumen yang menjadi korban penipuan dan pihak berwajib dalam kesegeraan menangani kasus yang telah banyak memakan korban jual beli online

Secara komprehensif regulasi sebuah hukum yang menjadi payung bagi pengguna layanan e-commerce berada pada pasal 38 dan 39 UU No.11 tahun 2008 tentang pemberian informasi dan dari segi transaksi elektronik kemudian dalam pasal 23 UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang menjadi pembeli di online shop.²² Adanya payung hukum dalam market place untuk mengklarifikasi kasus-kasus yang sering bermunculan dalam transaksi jual beli online dan memberi batasan larangan hal-hal yang sifatnya merugikan konsumen aplikasi Shopee di era saat ini. Sebagian besar dalam literasi tanggung jawab pelaku usaha di market place aplikasi Shopee belum signifikan dalam melakukan antisipasi terjadinya masalah yang menimbulkan gantirugi. Sehubungan dengan pertanggungjawaban itu merupakan tugas pelaku usaha.²³

Selanjutnya dapat kita fahami dari pemaparan di atas akan hal mengklarifikasi kasus yang ada dalam jual beli online di market place pada aplikasi Shopee yaitu dengan memahami karakter kejadian pada kasus dan melaporkannya ke pengadilan sehingga dapat di klarifikasi dengan memberi sanksi kepada pelaku penipuan yang dilakukan oleh produsen. Harapannya kepada konsumen yang menjadi korban penipuan

²⁰ Suwari Akhmaddhian Dan Asri Agustiwi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia," *Unifikasi : Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (5 Juli 2016): 57, <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>.

²¹ Fabiandi Cornelis, "Analysis Of Legal Protection For Sale Online Fraud Victim," T.T., 7.

²² Asri Agustiwi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia," 58.

²³ Ratna Kusuma Wardani, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online Sesuai Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," 2015, 48.

yang menimbulkan ketidaknyamanan dalam melakukan transaksi jual beli online di market place Shopee agar tidak enggan melaporkan dan menjadi narasumber kejadian penipuan yang telah di ajukan nya.

Kesimpulan

Shopee merupakan market place ternama dan menjadi top brand di Indonesia, meskipun demikian beberapa tahun terakhir ini terjadi banyak kasus dan kejadian dalam market place. Selain memiliki keunggulan dan kelebihan tersebut Shopee pun memiliki kekurangan yang harus di evaluasi. Dan dalam market place harus di perhatikan pelayanannya. Shopee memiliki kinerja pelayanan yang cukup baik dan memudahkan bagi penggunaannya dalam melakukan transaksi jual beli online hal inilah yang membuat konsumen memilih aplikasi Shopee untuk jalan pintas memenuhi kebutuhan yang di butuhkan dalam kehidupannya. Selain dari pada itu aplikasi Shopee pun mempunyai sisi yang perlu di perhatikan yaitu proses pengiriman dan pembayarang yang harus lebih di jaga. Dalam hukum jual beli online market place ini mayoritas jumbuh ulama membolehkan dan dalam akad baik secara tertulis maupun lisan ataupun isyarat tidak menjadi masalah dalam keabsahan akan tersebut. Kemudian daripada itu tujuan dalam akad tersebut harus sesuai dengan sasaran yang di inginkan agar tidak terjadi keinginan yang tidak di inginkan seperti penipuan dalam aplikasi tersebut. Perlindungan hukum yang menjadi payung hukum sangat penting dan harus di sosialisasikan pada masyarakat yang belum mengetahui payung hukum dalam melakukan transaksi pada jual beli online di marketplace agar dapat mengurai korban penipuan dan korban wanprestasi dalam transaksi tersebut. Daripada itu mengklarifikasi sebuah kasus dalam transaksi online harus ada kerja sama antara penegak hukum dan korban nya agar dapat teratasi kasus tersebut. Dari pada itu ada hal yang harus di perhatikan bagi para pengguna e-commerce yaitu harus menjaga kepercayaan satu sama lain antara penjual dan pembeli agar menghasilkan solidaritas dalam kehidupan bermu'alah.

Daftar Pustaka

- Agustina, Nani. "Kualitas Layanan Website E-Commerce Lazada.co.id Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual," t.t., 13.
- Anwar, Resa Nurlaela, dan Aulia Afifah. "Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online." Jurnal Manajemen, t.t., 12.

- Arfan, Muhammad, Achmad Hidayatno, dan Natalia Putri Ramadhani. "OPTIMALISASI ENTITAS ECOMMERCE DENGAN MENGGUNAKAN CLOUD MARKETPLACE." *TRANSIENT* 7, no. 1 (2 April 2018): 209. <https://doi.org/10.14710/transient.7.1.209-213>.
- Asri Agustiwi, Suwari Akhmaddhian Dan. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ELEKTRONIK DI INDONESIA." *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (5 Juli 2016). <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>.
- A'yuni, Diah Syifaul. "KONSEP JUAL BELI ONLINE MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM." *Al-'Adalah : Jurnal Syariah dan Hukum Islam* 3, no. 1 (5 Maret 2018): 36–44. <https://doi.org/10.31538/adlh.v3i1.404>.
- Cornelis, Fabiandi. "ANALYSIS OF LEGAL PROTECTION FOR SALE ONLINE FRAUD VICTIM," t.t., 11.
- Fitria, Tira Nur. "BISNIS JUAL BELI ONLINE (ONLINE SHOP) DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM NEGARA." *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM* 3, no. 01 (31 Maret 2017): 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>.
- Hutami, Rr. Rieka F, dan Zenia Rahmah. "PENGARUH ATRIBUT TOKO ONLINE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ONLINE KONSUMEN LAZADA INDONESIA." *KINERJA* 20, no. 2 (20 Desember 2016): 149. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v20i2.841>.
- Khazim, Iqbal Al. "PENGARUH STRATEGI INTERNET MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN LAZADA.CO.ID DALAM BERBELANJA ONLINE MELALUI VARIABEL ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM)" 21 (2016): 15.
- Leli Indratno, Diana, dan Siti Ramaini. "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online dan Kepercayaan Terhadap Sikap Konsumen pada E-Commerce (Studi Kasus Pembelian Produk Lazada.Co.Id Pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta)." *JBTI : Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi* 9, no. 2 (2018). <https://doi.org/10.18196/bti.92106>.
- Menteri Sekretaris Negara. "Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." Menteri Hukum Dan HAM, 2008.
- mustofa, imam. *kajian fiqih kontemporer*. 1 ed. yogyakarta: idea press, 2019.
- Siregar, Padian Adi Salamat. "KEABSAHAN AKAD JUAL BELI MELALUI INTERNET DITINJAU DARI HUKUM ISLAM" 5 (2019): 9.
- Tjahyana, Lady Joanne. "STRATEGI PENUNJANG ADOPSI TEKNOLOGI M-COMMERCE B2C DI INDONESIA (LAZADA, ZALORA DAN BHINNEKA)." *Scriptura* 5, no. 1 (1 Oktober 2015): 15–22. <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.15-22>.

Praktik Jual Beli Pada Marketplace

“Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar and Salim - 2017 - JUAL BELI SECARA ONLINE MENURUT PANDANGAN HUKUM IS.pdf,” t.t.

Wakhidah, Siti. “ANALISIS CAMPUR KODE DALAM IKLAN DARING LAZADA EDISI APRIL 2019: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK” 11 (t.t.): 7.

Wardani, Ratna Kusuma. “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE SESUAI DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN,” 2015, 68.