

**IMPLEMENTASI FITUR PESANAN SELESAI DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* PADA
MARKETPLACE SHOPEE**

(Skripsi)

Oleh

**AGRIA FADININ
2112011199**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

IMPLEMENTASI FITUR PESANAN SELESAI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* PADA *MARKETPLACE* SHOPEE

Oleh
AGRIA FADININ

Jual beli *online* telah menjadi bagian penting dalam kehidupan modern, dengan adanya *marketplace* seperti Shopee yang memudahkan transaksi antar pembeli dan penjual. fitur Pesanan Selesai di Shopee berfungsi untuk menandakan selesainya transaksi setelah pembeli menerima barang, yang memungkinkan pencairan dana kepada penjual. Namun, dalam faktanya sering terjadi masalah seperti pembeli lupa atau enggan menekan tombol konfirmasi, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan dan hambatan dalam kelancaran transaksi. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu menganalisis syarat dan ketentuan fitur Pesanan Selesai dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai pada *marketplace* Shopee, hambatan dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai pada *marketplace* Shopee, dan akibat hukum dari penggunaan fitur Pesanan Selesai terhadap status transaksi serta tanggung jawab pembeli dan penjual.

Jenis penelitian dalam skripsi ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan masalah menggunakan pendekatan perundang-undangan. Data dan sumber data menggunakan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara umum dan memiliki kekuatan hukum yang sah, bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, dan bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka dan studi dokumen. Metode pengolahan data dalam penelitian ini melalui pemeriksaan data, verifikasi data dan sistematisasi data. Metode analisis data menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan yaitu syarat dan ketentuan dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai di Shopee meliputi penerimaan barang oleh pembeli, melewati batas waktu konfirmasi yang ditentukan sistem, serta persetujuan pengguna sejak awal pendaftaran dan ketentuan pelaksanaannya secara konfirmasi manual oleh pembeli dan penyelesaian otomatis oleh sistem, yang secara hukum dianggap sebagai pengakuan bahwa transaksi telah selesai. Hambatan dalam penggunaan fitur ini meliputi kendala teknis seperti keterlambatan sistem, serta

Agria Fadinin

kendala non-teknis seperti minimnya edukasi dan kesadaran hukum dari pihak pengguna. Akibat hukum fitur Pesanan Selesai mengakibatkan status transaksi dinyatakan selesai dan mengubah tanggung jawab antara pembeli dan penjual setelah transaksi selesai, pembeli tidak dapat mengajukan pengaduan lagi. Sebaliknya, bagi pihak penjual status tersebut memberi penjual jaminan pembayaran, tetapi tetap memiliki tanggung jawab hukum jika barang rusak atau tidak sesuai .

Kata Kunci: Fitur Pesanan Selesai, Transaksi Jual Beli, *Online*, Shopee, *Marketplace*

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF THE COMPLETED ORDER FEATURE IN ONLINE BUYING AND SELLING TRANSACTIONS ON SHOPEE MARKETPLACE

**By
AGRIA FADININ**

Online buying and selling has become an important part of modern life, with marketplace such as Shopee making transactions between buyers and sellers easy. The Completed Order feature in Shopee serves to signify the completion of the transaction after the buyer receives the goods, which enables the disbursement of funds to the seller. However, in fact, problems often occur such as buyers forgetting or being reluctant to press the confirmation button, which can cause dissatisfaction and obstacles in the smooth running of the transaction. The problems in this study are to analyse the terms and conditions of the Completed Order feature in the use of the Completed Order feature in Shopee marketplace, obstacles in the use of the Completed Order feature in Shopee marketplace, and the legal consequences of using the Completed Order feature on the status of transactions as well as the responsibilities of buyers and sellers.

The type of research in this thesis uses normative legal research with descriptive research type. The problem approach uses a statutory approach. Data and data sources use secondary data consisting of primary legal materials, namely legal materials that have general binding force and have legal force, secondary legal materials, namely legal materials that provide an explanation of primary legal materials, and tertiary legal materials, namely legal materials that provide guidance or explanation of primary legal materials and secondary legal materials. The data collection method used is literature study and document study. The data processing method in this research is through data checking, data verification and data systematisation. The data analysis method uses qualitative methods.

The results of the research and discussion include the terms and conditions in the use of the Completed Order feature in Shopee include the receipt of goods by the buyer, past the system-determined confirmation deadline, as well as the user's consent since the initial registration and the terms of implementation by manual confirmation by the buyer and automatic completion by the system, which is legally considered as an acknowledgement that the transaction has been completed. The obstacles in using this feature include technical obstacles such

Agria Fadinin

as system delays, as well as non-technical obstacles such as the lack of education and legal awareness on the part of users. The legal effect of the Completed Order feature results in the transaction status being declared completed and changes the liability between the buyer and seller after the transaction is completed, the buyer cannot file a complaint anymore. Instead, the status gives the seller a guarantee of payment, but retains legal responsibility if the item is defective or nonconforming.

Keywords: Order Completed Feature, Sale and Purchase Transaction, Online, Shopee, Marketplace

**IMPLEMENTASI FITUR PESANAN SELESAI DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* PADA
MARKETPLACE SHOPEE**

Oleh

AGRIA FADININ

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUKUM

Pada

Bagian Hukum Keperdataan
Fakultas Hukum Universitas Lampung



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul

**: Implementasi Fitur Pesanan Selesai Dalam
Transaksi Jual Beli Online Pada
Marketplace Shopee**

Nama Mahasiswa

: Agria Fadinin

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2112011199

Bagian

: Hukum Keperdataan

Fakultas

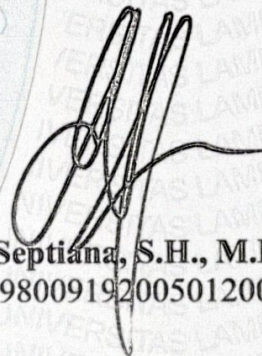
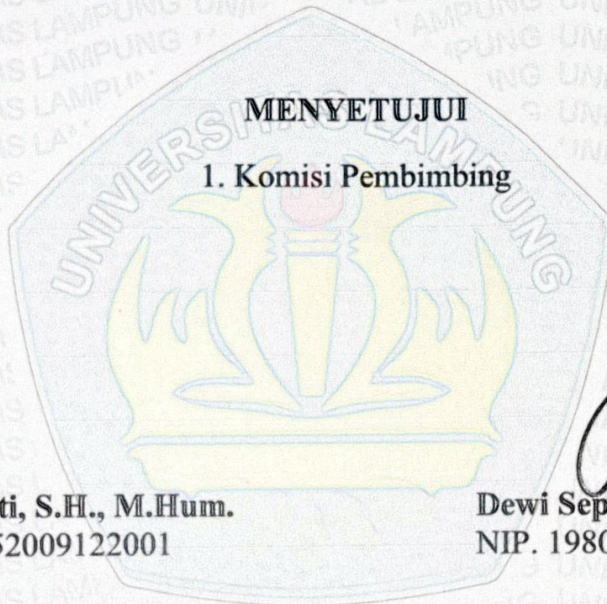
: Hukum

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

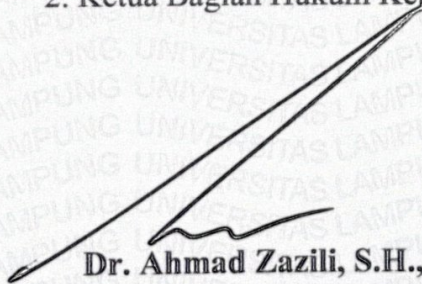


Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum.
NIP. 197607052009122001



Dewi Septiana, S.H., M.H.
NIP. 198009192005012008

2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan



Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.
NIP. 197404132005011001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum.**

Sekretaris/Anggota

: **Dewi Septiana, S.H., M.H.**

Penguji Utama

: **Siti Nurhasanah, S.H., M.H.**

2. Dekan Fakultas Hukum



Dr. M. Fakih, S.H., M.S.

NIP 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 1 Juli 2025

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agria Fadinin
NPM : 2112011199
Jurusan : Hukum Keperdataan
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Implementasi Fitur Pesanan Selesai Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee”** adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 39 ayat (2) dan Pasal 40 ayat (1) huruf f Peraturan Rektor Universitas Lampung Nomor 19 Tahun 2020.

Bandar Lampung, 11 Juli 2025

Penulis



Agria Fadinin

NPM. 2112011199

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Agria Fadinin dilahirkan di Bekasi pada tanggal 25 Agustus 2003 dan dibesarkan di Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu, Lampung. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Drs. Syamsuddin, S.H. dan Ibu Marfuah. Penulis mengawali pendidikan di Sekolah Dasar (SD) SD Negeri 3 Tegalsari yang diselesaikan hingga tahun 2015.

Lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Gadingrejo yang diselesaikan pada tahun 2018 dan menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Gadingrejo hingga tahun 2021. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung pada Tahun 2021 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Penulis juga telah mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Margo Bhakti, Kecamatan Way Serdang, Kabupaten Mesuji pada Tahun 2024.

MOTO

“....Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

*“The scary news is you’re on your own now.
But the cool news is you’re on your own now”*

(Taylor Swift)

“Yang dulu terasa berat, kini hanya jadi bukti
bahwa aku layak sampai di titik ini.”

(Agria Fadinin)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya dan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi sumber inspirasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

Kedua Orang Tuaku Tercinta,

Ayahanda Drs. Syamsuddin, S.H. dan Ibu Marfuah yang senantiasa membesarkan, mendidik, membimbing, mendoakan, berkorban, serta mendukungku untuk semua cinta dan kasih sayang yang tulus dan luar biasa sehingga aku bisa menjadi seseorang yang kuat dan berada di titik ini. Semoga cita-cita dan keberhasilan penulis kelak akan bermanfaat.

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang maha kuasa atas bumi, langit dan seluruh isinya. Sebab, hanya dengan kehendak dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Implementasi Fitur Pesanan Selesai Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Lampung dibawah bimbingan dari dosen pembimbing serta atas bantuan dari berbagai pihak lain. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang Syafaatnya sangat kita nantikan dihari akhir kelak.

Penyelesaian penelitian ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Fakhri, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H., selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Bapak M. Wendy Trijaya, S.H., M.Hum., selaku Sekretaris Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
4. Ibu Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I saya yang telah banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran, kesediaan untuk meluangkan waktunya, mencurahkan segenap pemikirannya, memberikan bimbingan, saran, dan kritik selama proses penyelesaian skripsi ini;
5. Ibu Dewi Septiana, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II saya yang telah banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran, kesediaan untuk

meluangkan waktunya, mencurahkan segenap pemikirannya, memberikan bimbingan, saran, dan kritik selama proses penyelesaian skripsi ini;

6. Ibu Siti Nurhasanah, S.H., M.H., selaku Pembahas I yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun terhadap skripsi ini;
7. Ibu Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H., selaku Pembahas II yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun terhadap skripsi ini;
8. Ibu Dewi Septiana, S.H., M.H., Pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, motivasi, serta arahan selama penulis menempuh Pendidikan di fakultas Hukum Universitas Lampung;
9. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan karyawan/ti Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya Bapak/Ibu Dosen bagian Keperdataan yang dengan penuh dedikasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis, serta segala bantuan secara teknis maupun administratif yang diberikan kepada penulis selama menyelesaikan studi;
10. Teruntuk keluarga besar saya, Keluarga Besar penulis, yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini;
11. Teruntuk teman-teman terbaikku, Irda Nungki Shafira, Dwinta Yulyanti, dan Dhea Rizqie Aulia yang selalu membantu dan menemani dalam segala kondisi dan saling memberikan semangat selama masa perkuliahan hingga masa skripsi ini;
12. Sahabat-sahabat yang menemani semasa perkuliahan, Putri Rida Lestari, Sakha Nurlaili Ahmada, Choiril Syah, dan A'Zahra Salwatul Heni Aula. Terima kasih untuk kebersamaan, dukungan dan semangat serta canda tawa selama ini;
13. Sahabat-sahabat terbaikku, Fadhilah Ananda, Vitta Aprilliani, Azzahra Aulia, Nadin Filmadani, dan Cindi Aulia Putri yang selalu membantu dan menemani dalam segala kondisi dan saling memberikan semangat selama perkuliahan ini;

14. Teruntuk teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Desa Margo Bhakti, terima kasih atas, pelajaran, bantuan, pengalaman yang tak terlupakan dan sangat berharga selama 40 hari bersama kalian;
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya;
16. Almamater tercinta, Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandar Lampung, Juli 2025

Penulis,

Agria Fadinin

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
HALAMAN JUDUL	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PERNYATAAN	viii
RIWAYAT HIDUP	x
MOTO	ix
PERSEMBAHAN	xi
SANWACANA	xii
DAFTAR ISI	xv
 I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
 II. TINJAUAN PUSTAKA	 6
A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli <i>Online</i>	6
1. Pengertian Jual Beli <i>Online</i>	6
2. Mekanisme Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	8
3. Risiko-Risiko dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	11
B. Tinjauan Umum Tentang Platform <i>Marketplace</i> Shopee	13
1. Sejarah dan Profil Shopee	13

2. Fitur-Fitur Utama Shopee	15
C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	16
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	16
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	18
3. Pihak-Pihak dalam Hukum Perlindungan Konsumen	22
4. Hubungan Antara Pelaku Usaha dan Konsumen	23
D. Fitur Pesanan Selesai di Shopee	26
1. Pengertian dan Tujuan	26
2. Mekanisme Penggunaan	27
E. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi	28
1. Pengertian Wanprestasi	28
2. Faktor Penyebab Wanprestasi	29
3. Jenis-Jenis Wanprestasi	31
F. Kerangka Pikir	32
III. METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Tipe Penelitian	35
C. Pendekatan Masalah	35
D. Data dan Sumber Data	35
E. Metode Pengumpulan Data	36
F. Metode Pengolahan Data	37
G. Metode Analisis Data	38
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Syarat dan Ketentuan dalam Penggunaan Fitur Pesanan Selesai pada <i>Marketplace</i> Shopee.	39
1. Ketentuan Penyelesaian Pesanan Secara Manual oleh Pembeli	45
2. Ketentuan Penyelesaian Pesanan Secara Otomatis oleh Sistem	47
3. Ketentuan Integrasi Fitur Pesanan Selesai dengan Sistem Pen- dukung Lainnya	48
B. Hambatan yang dihadapi Pengguna <i>Marketplace</i> Shopee terhadap	

Fitur Pesanan Selesai	50
C. Akibat Hukum dari Penggunaan Fitur Pesanan Selesai Terhadap	
Status Transaksi serta Tanggung Jawab Pembeli dan Penjual	58
1. Akibat Hukum Penggunaan Fitur Pesanan Selesai terhadap	
Status Transaksi	58
2. Akibat Hukum Penggunaan Fitur Pesanan Selesai terhadap	
Tanggung Jawab Pembeli dan Penjual	61
V. PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli *online* telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern di era digital yang semakin maju. Di era modernisasi, kemajuan teknologi telah memengaruhi segala aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah dalam perdagangan dan jual beli. Kemajuan teknologi telah mendorong aktivitas dalam sektor industri dan perdagangan untuk terus berkembang, baik di tingkat internasional maupun nasional. Dengan melimpahnya berbagai produk barang atau jasa yang memenuhi pasar untuk memenuhi kebutuhan manusia yang terus meningkat, perkembangan ini akan terus meningkat setiap waktu. Selain itu, semakin mudahnya perdagangan yang diterapkan hampir di seluruh dunia meningkatkan aktivitas perdagangan barang dan jasa di berbagai negara. Sehingga produk-produk yang ditawarkan menjadi lebih beragam, termasuk di Indonesia. Di mana semakin maraknya aktivitas perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media transaksi perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan pasar daring atau *marketplace* sebagai media transaksi.¹

Marketplace sebagai bentuk khusus dari perdagangan elektronik (*e-commerce*) mulai berkembang secara signifikan sejak pertengahan tahun 1990-an. Berbeda dengan toko *online* mandiri, *marketplace* adalah platform digital yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli dalam satu sistem yang terintegrasi. Konsep ini pertama kali mulai dikenal luas ketika internet mulai digunakan secara komersial dan platform seperti Amazon (didirikan tahun 1994) dan eBay (didirikan tahun 1995) mulai beroperasi. Kedua platform ini merupakan pelopor model *marketplace* yang memungkinkan individu maupun pelaku usaha menawarkan produk mereka secara langsung kepada konsumen melalui satu

¹ Richardus Eko Indrajit, *Marketplace: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2021, hlm. 33.

portal menggunakan enkripsi untuk menjaga kerahasiaan informasi pelanggan.² *marketplace* adalah salah satu bentuk inovasi yang dilakukan oleh pelaku bisnis dengan memanfaatkan internet. *Marketplace* adalah website atau aplikasi yang digunakan untuk transaksi jual beli dari berbagai toko secara online. Kurang lebih *marketplace* adalah platform yang mengaplikasikan konsep pasar tradisional hanya saja dikemas secara online. Adanya *marketplace* ini dianggap sangat memudahkan masyarakat dalam memperoleh kebutuhan mereka serta disisi lain memudahkan penjual dalam menjangkau pembeli dengan jarak yang jauh. *Marketplace* tidak hanya sebagai suatu perantara dalam bertransaksi, tetapi juga bertanggungjawab atas proses pemasaran, penjualan, pengiriman, serta pelayanan bagi para pelanggan.³ Salah satu *marketplace* terbaik di Indonesia adalah Shopee dan Lazada. Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *marketplace* di indonesia⁴

Salah satu *platform marketplace* yang populer di Indonesia adalah Shopee, yang telah hadir sejak tahun 2015 dan memiliki lebih dari 26,92 juta pengguna harian hingga Agustus 2021. Shopee telah menawarkan berbagai fitur yang memudahkan transaksi jual beli *online*. Fitur Pesanan Selesai, salah satu fitur penting Shopee, berfungsi sebagai tanda bahwa transaksi telah selesai, yang ditunjukkan dengan penerimaan barang oleh pembeli. Penekanan tombol Pesanan Selesai menunjukkan bahwa pembeli telah menerima produk sesuai harapan, yang memungkinkan sistem untuk memproses pengembalian dana kepada penjual. Ini memastikan kejelasan transaksi dan membangun kepercayaan antara pembeli dan penjual di Shopee. Namun, penggunaan fitur ini sering menghadapi berbagai masalah dalam praktiknya. Salah satunya adalah ketika pembeli lupa atau enggan menekan tombol Pesanan Selesai, yang dapat menyebabkan penjual menunggu pembayaran untuk diterima. Selain itu, terkadang terjadi kesalahan dalam penggunaan fitur ini, seperti ketika pembeli menekan tombol sebelum barang

² Mudakir Iskandar, *Hukum Bisnis Online Era Digital*, CV. Campustaka, Jakarta, 2018, hlm. 14

³ Arman Maulana et al., *Peran Marketplace Di Tengah Pandemi Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini*, Journal of Education and Technology 1, no. 1, 2021, hlm. 55–61, <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/jet>. Diakses pada 12 Januari 2025.

⁴ Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Marketplace*, Jurnal Ilmu Hukum 5, no. 2 (2021), hlm. 287-308.

sampai. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pembeli dan penjual serta ketidakpuasan layanan Shopee. Dengan adanya berbagai masalah ini, sangat penting untuk melakukan analisis lebih lanjut tentang bagaimana fitur Pesanan Selesai bekerja, aturan yang berlaku, dan bagaimana hal ini berdampak pada transaksi jual beli.

Pengakuan terhadap transaksi dan dokumen elektronik, kegiatan *marketplace* setidaknya memiliki dasar hukum. Sebagai pembeli, sangat penting untuk berhati-hati saat membeli sesuatu. Biasanya, dalam transaksi jual beli secara *marketplace* terdapat perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPdata, sedangkan *marketplace* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi.⁵

Undang-undang telah mengatur perdagangan *marketplace*, konsumen terkadang masih berada dalam posisi yang lemah. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen sering kali disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan hak nya yang masih rendah, kondisi seperti ini oleh pelaku usaha dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha.⁶

Hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen di Indonesia. Berdasarkan Ketentuan Umum Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen diartikan sebagai “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Walaupun undang-undang ini berjudul Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun di dalamnya bukan hanya untuk

⁵ *Ibid*, hlm. 287

⁶ Silvony Kakoe, Masruchin Ruba'i, dan Abdul Madjid, *Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi Sebagai Pidana Tambahan*, Jurnal Legalitas 13, no. 2, 2020, hlm. 115-128.

konsumen tetapi kepentingan pelaku usaha juga timbul perhatian dikarenakan pelaku usaha merupakan penentu dari jalannya perekonomian.⁷

Seiring dengan berbagai masalah ini, penting untuk melakukan analisis yang lebih mendalam tentang pelaksanaan fitur Pesanan Selesai berfungsi, prosedur yang berlaku, dan dampaknya terhadap transaksi jual beli. Penelitian tentang fitur ini tidak hanya penting untuk memahami proses dan masalah yang ada, tetapi juga untuk memberikan saran untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan membuat sistem yang lebih efisien dan transparan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis kemudian tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat sebuah judul yaitu **“Implementasi Fitur Pesanan Selesai dalam Transaksi Jual Beli *Online* pada *Marketplace* Shopee”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana syarat dan ketentuan fitur Pesanan Selesai dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai pada *marketplace* Shopee?
2. Apa saja hambatan dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai pada *marketplace* Shopee?
3. Apa akibat hukum dari penggunaan fitur Pesanan Selesai terhadap status transaksi serta tanggung jawab pembeli dan penjual?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis syarat dan ketentuan dalam penggunaan fitur *Pesanan Selesai* pada *marketplace* Shopee.
2. Mengidentifikasi hambatan yang timbul dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai pada *marketplace* Shopee.

⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: RajaGrafindo Persada, 2019, hlm. 3.

3. Mengkaji akibat hukum dari penggunaan fitur *Pesanan Selesai* terhadap status transaksi serta tanggung jawab hukum antara pembeli dan penjual.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini berguna sebagai salah satu upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fitur *Pesanan Selesai* dan bagaimana fitur ini diterapkan dalam transaksi jual beli *online* di Shopee.
2. Secara praktis, penelitian ini sebagai upaya pengembangan kemampuan dan pengetahuan hukum bagi peneliti dalam lingkup hukum perdata khususnya mengenai hukum perlindungan konsumen, serta sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli *Online*

1. Pengertian Jual Beli *Online*

Istilah transaksi jual beli *online* sudah tidak asing lagi di telinga. Jual beli *online* adalah transformasi modern proses jual beli konvensional. Jika pada umumnya kegiatan jual beli dilakukan antara penjual dan pembeli dan diantara keduanya terjadi kontak langsung dalam hal penawaran dan pembayaran, dalam transaksi jual beli *online* tidak lah demikian. Jual beli *online* menerapkan sistem jual beli yang dilakukan di internet tanpa ada kontak langsung antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli dapat dilakukan melalui *handphone* sebagai media perantara yaitu barang dagangan yang dijual melalui internet.

Transaksi jual beli melalui internet yang merupakan kegiatan bisnis perdagangan secara daring dikenal dengan istilah *e-commerce*. Secara sederhana, *marketplace* adalah suatu platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu wadah untuk melakukan transaksi barang maupun jasa secara elektronik. Istilah *marketplace* secara harfiah berarti pasar digital, yaitu tempat berlangsungnya kegiatan jual beli yang difasilitasi oleh sistem elektronik berbasis internet. *Marketplace* memungkinkan proses penjualan beli tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli dengan memanfaatkan perangkat elektronik dan teknologi informasi seperti komputer, ponsel, dan internet. Dengan demikian, *marketplace* adalah jenis perdagangan modern di mana platform berfungsi sebagai perantara utama yang mengatur proses transaksi, pembayaran, dan pengiriman barang.

Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), transaksi jual beli melalui internet termasuk dalam transaksi

yang menggunakan sistem elektronik. Dalam ketentuan Pasal 1 angka 2 UU ITE, transaksi elektronik didefinisikan sebagai: "Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* termasuk dalam kategori transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Onno W. Purba dan Aang arif Wahyudi mencoba menggambarkan *marketplace* sebagai salah satu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi.⁸ Menurut Onno W. Purbo dan Aang arif wahyudi mengutip pendapat David Baum, menyatakan bahwa: "*marketplace is a dynamic set of technologies, applictions, and business process that link enterprieses, consumer and comunnities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services and information*". Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa, *marketplace* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang dilakukan secara *online*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *marketplace* merupakan bisnis online yang menggunakan media elektronik yang keseluruhan baik pemasaran, pemesanan, pengiriman, serta transaksi jual beli kesemuanya dilakukan dalam ruang maya yaitu melalui internet. *Marketplace* memiliki beberapa unsur pengertian yaitu :

1. Adanya transaksi yang terjadi diantara 2 pihak yang saling berhubungan.
2. Adanya pertukaran produk baik barang maupun jasa dan pertukaran data informasi, dan
3. Media utama dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui jaringan internet.

⁸ Onno w. purbo, Aang Arif Wahyudi, *Mengenal Marketplace*, Jakarta: Elex Media Komputindo), hlm.1-2

2. Mekanisme Transaksi Jual Beli *Online*

Konsumen memerlukan perlindungan hukum yang bersifat *universal*. Seperti halnya transaksi jual-beli konvensional, maka transaksi jual beli melalui media elektronik juga terdiri dari tahapan penawaran dan penerimaan.⁹ Adapun mekanisme dalam transaksi *online* adalah:

1. Penawaran

Selama transaksi *marketplace*, penawaran biasanya dilakukan oleh pedagang/penjual dan dapat ditujukan ke alamat email calon pembeli atau dipublikasikan melalui *website* sehingga penawaran tersebut dapat dilihat oleh siapa saja.

2. Pencarian Produk

Pembeli mengakses situs *web* atau aplikasi *marketplace*, mencari produk atau layanan yang diinginkan dengan menggunakan kata kunci, kategori, atau filter lainnya, kemudian membaca deskripsi produk, melihat gambar, dan membandingkan harga dari berbagai penjual.

3. Memilih Produk dan Menambahkan ke Keranjang

Pembeli memilih produk atau jasa yang diinginkan dan menambahkannya ke dalam keranjang belanja *online*, serta memiliki kesempatan untuk melanjutkan berbelanja dan menambahkan produk lainnya ke dalam keranjang.

4. Memproses Pesanan

Pembeli masuk ke akun *marketplace* mereka atau membuat akun baru, menentukan alamat serta metode pengiriman, memilih metode pembayaran dan mengisi informasi pembayaran, memeriksa kembali detail pesanan untuk memastikan semuanya sudah benar, dan akhirnya mengkonfirmasi pesanan.

5. Pembayaran

⁹ Andi Risma, *Analisis Yuridis Jual Beli Barang Melalui Toko Online (Marketplace)* Jurisprudentie, Universitas Muslim Indonesia, Volume I Nomor 2 Desember 2021, hlm. 3.

Pembeli menyelesaikan pembayaran *online* menggunakan metode yang dipilih. *Platform marketplace* kemudian memproses pembayaran dan mengirimkan konfirmasi kepada pembeli.

6. Pengemasan dan Pengiriman

Penjual menerima pesanan, memulai proses pengemasan produk atau jasa, dan mengirimkannya kepada pembeli dengan menggunakan layanan kurir yang telah dipilih, sambil memberikan nomor resi pengiriman kepada pembeli.

7. Penerimaan Barang dan Layanan

Setelah menerima produk atau jasa dari kurir, pembeli memeriksa kondisinya dan memastikan semuanya sesuai dengan pesanan sebelum memberikan ulasan atau penilaian di situs *web marketplace*.

8. Konfirmasi Penerimaan dan Penyelesaian Transaksi

Setelah pembeli mengkonfirmasi penerimaan barang atau jasa, *platform marketplace* akan mentransfer dana pembayaran dari pembeli kepada penjual, sehingga transaksi *online* selesai.

Setelah menyelesaikan mekanisme transaksi ini maka calon pembeli dianggap telah melakukan penerimaan/*acceptance* dan dengan demikian telah terjadilah kontrak elektronik (*e-contract*). Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga menambahkan beberapa persyaratan lain, antara lain:

1. Beritikad baik (Pasal 17 ayat 2 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik)
2. Ketentuan mengenai waktu pengiriman dan penerimaan informasi dan/atau Transaksi Elektronik (Pasal 8 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik).
3. Menggunakan Sistem Elektronik yang andal dan aman serta bertanggung jawab (Pasal 15 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik).

Transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan, sesuai dengan Pasal 5 ayat (1)

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE): “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.” Kesepakatan dalam perjanjian jual beli barang secara *online* terjadi dengan cara berikut ini:

1. Menyetujui transaksi dengan melakukan klik persetujuan adalah tindakan yang menunjukkan penerimaan dan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik.
2. Biasanya, tindakan penerimaan tersebut dilakukan setelah menyatakan persetujuan terhadap syarat dan ketentuan jual beli secara *online*, yang juga dapat dianggap sebagai bentuk kontrak elektronik.

Terdapat proses penawaran dan pembeli memilih jenis barang yang ingin dibeli sehingga transaksi antara penjual dan pembeli dapat selesai. Penjual menerima persetujuan terhadap jenis barang yang dipilih oleh pembeli, dan pembeli menerima konfirmasi bahwa pesanan atau pilihan barang telah diterima oleh penjual. Setelah penjual menerima konfirmasi bahwa pembeli telah membayar harga barang yang dipesan, penjual akan melanjutkan dengan mengirimkan konfirmasi kepada perusahaan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang yang dipesan ke alamat pembeli. Setelah semua proses penawaran, pembayaran, dan pengiriman barang selesai, perjanjian dianggap telah selesai sepenuhnya atau berakhir.

Sebagaimana ketentuan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang menyatakan bahwa: “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Dari ketentuan pasal tersebut, mempunyai arti bahwa masyarakat diperbolehkan membuat perjanjian yang berupa dan berisi apa saja. Jika perjanjian sudah memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian sebagaimana ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara yaitu kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal, maka perjanjian akan mengikat

mereka yang membuatnya seperti mengikatnya undang-undang yang bersifat “memaksa”.

3. Risiko-Risiko dalam Transaksi Jual Beli *Online*

Transaksi jual beli melalui *marketplace* saat ini telah mengalami peningkatan, termasuk di media baru. Media baru dianggap sebagai sarana pemasaran yang relatif murah namun cukup efektif. Bahwa dalam pemasaran di media baru, penjual berinteraksi dengan pelanggan melalui percakapan, saling berbagi, berkolaborasi, dan saling terlibat melalui berbagai saluran elektronik yang mencakup situs *web* dan aplikasi online yang didedikasikan untuk buletin HTML, forum, *blog*, *mikroblog*, jejaring sosial, dan platform lainnya.¹⁰ Selain itu, pemasaran di media baru juga didorong oleh adanya kebutuhan komunikasi pelanggan, serta kebutuhan komunikasi yang berkaitan dengan hubungan itu sendiri tanpa adanya hubungan langsung dengan transaksi, seperti informasi tentang status pelanggan. Namun, selain semua keunggulan media baru sebagai medium transaksi jual beli, media ini juga memiliki potensi risiko yang dapat merugikan masyarakat. Transaksi jual beli *online* melalui media baru pada akhirnya menghilangkan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Sering kali, penjual dan pembeli tidak saling mengenal, terutama ketika melakukan transaksi jual beli di luar *marketplace* yang terdaftar resmi di Indonesia, seperti melalui media sosial. Hal ini akhirnya memudahkan orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penipuan *online* dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Konsekuensi dari berkembangnya *marketplace* di masyarakat telah membawa dampak positif maupun negatif. Dampak positifnya adalah *marketplace* memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang-barang kepada konsumen secara *online* tanpa perlu konsumen datang langsung ke toko. Namun, ada juga dampak negatif terkait keamanan berbelanja *online* yang dapat merugikan kedua belah pihak. Secara hukum, hal ini berkaitan dengan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum dalam bertransaksi di

¹⁰ Yao, B., Shanoyan, A., Peterson, H. H., Boyer, C., & Baker, L. *The use of new-media marketing in the green industry: Analysis of social media use and impact on sales*. *Agribusiness*, 35(2), 2018, hlm. 281-297.

marketplace. Perlu dipahami beberapa risiko dalam transaksi jual beli *online*, yaitu:¹¹

1. Barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai, dalam arti penjual lalai mengirim barang yang sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen. Perbedaan tersebut dapat berupa jenis, model, warna, ukuran, spesifikasi, atau bahkan kualitas barang.
2. Potensi adanya penipuan yang mana konsumen gagal menerima barang dari penjual padahal telah melakukan pembayaran. Hal tersebut menggambarkan skenario penipuan potensial dalam transaksi *online*, di mana konsumen telah melakukan pembayaran tetapi tidak menerima barang yang dibeli dari penjual. Situasi ini menimbulkan kekhawatiran tentang perlindungan konsumen dan menunjukkan perlunya langkah-langkah efektif untuk memerangi kegiatan penipuan tersebut.
3. Adanya tawaran atau diskon palsu yang menggiurkan supaya menjebak konsumen untuk membeli barang yang ada. Praktik pemasaran yang menipu ini melibatkan bisnis yang menggunakan penawaran dan diskon palsu atau menyesatkan untuk menarik konsumen untuk membeli produk. Taktik ini termasuk dalam kategori iklan palsu dan bertujuan mengeksploitasi psikologi konsumen untuk meningkatkan penjualan.
4. Potensi adanya *hacker* (peretas) yang mengambil alih akun *marketplace* konsumen untuk mengambil data atau menggunakan akun tersebut untuk hal yang tidak baik sehingga merugikan konsumen. Menyoroti risiko signifikan dalam dunia *marketplace*, yaitu potensi peretas untuk membobol akun konsumen dan mengeksploitasinya untuk tujuan jahat. Skenario ini merupakan ancaman serius bagi privasi, keamanan, dan kesejahteraan finansial konsumen. Peretas dapat menggunakan berbagai teknik, seperti penipuan *phishing*, serangan *malware*, atau pengisian kredensial, untuk mendapatkan akses tidak sah ke akun *marketplace* konsumen. Setelah menguasai akun, peretas dapat mencuri informasi pribadi yang sensitif, termasuk detail keuangan, alamat, dan riwayat pembelian. Data ini dapat

¹¹ Kurnia, Ida, and Imelda Martinelli. *Permasalahan dalam transaksi Marketplace*. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, 2021, hlm. 4-6.

digunakan untuk pencurian identitas, penipuan keuangan, atau penipuan pemasaran yang ditargetkan.

Semua risiko yang timbul dari jual beli melalui *online* terjadi karena adaptasi penggunaan teknologi. Peningkatan adaptasi penggunaan teknologi *marketplace* telah membuka peluang bagi kegiatan kejahatan di ruang siber. Akibatnya, risiko yang terkait dengan kegiatan *marketplace* menjadi sumber kekhawatiran masyarakat karena adanya aktivitas kejahatan. Dalam situasi ini, kriminologi berupaya untuk menganalisis dan mengungkap perilaku kriminal yang terjadi di ruang siber. Tantangan bagi kriminologi adalah menentukan lokasi dan identitas pelaku kejahatan di ruang siber, terutama mengingat sifat anonimitas dan tidak terbatasnya ruang dalam internet.

Pasal 4, 5, 6, dan 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan bahwa pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Selain itu, Undang-Undang ini juga mengatur tentang larangan-larangan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, untuk menjalankan hak dan kewajiban tersebut, masyarakat dapat melakukan transaksi jual beli *online* yang aman.

B. Tinjauan Umum Tentang Platform *marketplace* Shopee

1. Sejarah dan Profil Shopee

Shopee adalah salah satu industri *marketplace* yang beroperasi melalui aplikasi *marketplace* pada *smartphone*. Shopee merupakan bagian dari Sea Limited (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Awalnya, Shopee diluncurkan sebagai *platform* pasar konsumen ke konsumen (C2C), tetapi dengan perkembangan perusahaan saat ini, Shopee telah menjadi merek terkenal.

Marketplace Shopee tidak cuma di kenalkan di Singapura. Pada tahun 2015 Shopee pula di luncurkan di sebagian negara Asia yakni Taiwan, Malaysia, Thailand, Filipina dan Indonesia. Di Indonesia sendiri, Shopee mulai dikenalkan

pada akhir Mei 2015 serta mulai beroperasi pada tanggal 1 Desember 2015. Shopee Indonesia beralamat di Pacific Century Place Tower Lt. 26 SCBD (Sudirman Central Business District) Lot 10, Jl. Jend. Sudirman No. 52-53, Senayan, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Tujuan Shopee adalah untuk percaya pada kekuatan transformatif teknologi, dan berharap dapat menghubungkan pembeli dan penjual dalam sebuah komunitas dengan menyediakan *platform* untuk membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik.

Sama seperti *marketplace* lainnya, Shopee berusaha menyediakan *platform* yang memfasilitasi interaksi antara konsumen dan produsen, menciptakan pengalaman berbelanja yang santai dan menyenangkan. Shopee bertekad menjadi pilihan utama *marketplace* di Asia Tenggara dan Taiwan. Mereka yakin dapat mengembangkan perusahaan dengan lebih baik melalui pemanfaatan kemajuan teknologi.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah kunjungan terbanyak ke situs *marketplace* Shopee. Menurut laporan dari perusahaan data *marketplace*, Webretailer, pada tahun 2023, situs Shopee memperoleh rata-rata 124,9 juta kunjungan per bulan dari Indonesia, yang setara dengan 27% dari kunjungan bulanan global. Vietnam berada di posisi kedua dengan 59,8 juta kunjungan per bulan, diikuti oleh Taiwan dengan 55,9 juta kunjungan, Filipina dengan 53,4 juta kunjungan, Thailand dengan 50,7 juta kunjungan, dan Malaysia dengan 42,8 juta kunjungan per bulan. Di luar Asia Tenggara, Brasil merupakan negara dengan jumlah kunjungan terbanyak, mencapai rata-rata 40,7 juta kunjungan per bulan, tertinggi di luar Asia. Selain dari tujuh negara tersebut, Shopee memperoleh rata-rata 29,7 juta kunjungan per bulan dari berbagai negara lainnya. Laporan Webretailer juga menunjukkan bahwa Shopee adalah situs *marketplace* terbesar di Asia Tenggara, dengan rata-rata 343 juta kunjungan per bulan, diikuti oleh Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Blibli. Shopee adalah perusahaan *marketplace* asal Singapura yang beroperasi sejak 2015. Menurut keterangan

resmi perusahaan, layanan mereka saat ini telah menjangkau 15 negara, termasuk di kawasan Eropa dan Amerika Latin.¹²

2. Fitur-Fitur Utama Shopee

Shopee, sebagai *platform marketplace* terkemuka di Asia Tenggara, menawarkan berbagai fitur utama untuk meningkatkan pengalaman berbelanja *online* bagi para penggunanya. Fitur-fitur ini dirancang untuk memudahkan proses pencarian barang, pembayaran, dan pengiriman, serta memberikan rasa aman dan nyaman bagi para pembeli. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai fitur-fitur utama Shopee:

1. Pencarian Barang dan Informasi Produk

Shopee menyediakan bilah pencarian yang membantu untuk memudahkan pengguna menemukan produk dengan cepat menggunakan kata kunci, kategori, atau perintah suara. Fitur filter dan pengurutan memungkinkan pengguna menyaring hasil pencarian berdasarkan berbagai kriteria seperti harga, merek, warna, dan ukuran, sehingga mereka dapat menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Daftar produk di Shopee menampilkan informasi lengkap tentang setiap produk, termasuk deskripsi, gambar, ulasan pelanggan, peringkat, dan perbandingan harga, membantu pengguna membuat keputusan pembelian yang tepat.

2. Keranjang Belanja dan *Checkout*

Shopee menyediakan fitur manajemen keranjang belanja yang memudahkan pengguna menambahkan, menghapus, dan mengubah item di keranjang mereka sebelum melanjutkan ke proses *checkout*, memberikan fleksibilitas dalam mengelola pesanan sebelum pembayaran. Fitur item tersimpan memungkinkan pengguna menyimpan produk favorit untuk referensi atau pembelian di masa depan, mempermudah pelacakan produk yang diinginkan tanpa harus mencarinya

¹² Cindy Mutia Annur, *Indonesia Jadi Penyumbang Kunjungan Terbanyak Ke Shopee Pada Tahun 2023, 2024*, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/06cce6d6b6735c8/indonesia-jadi-penyumbang-kunjungan-terbanyak-ke-shopee-pada-2023>. Diakses pada 25 Januari 2025.

lagi. Selain itu, Shopee menawarkan berbagai metode pembayaran yang aman dan terpercaya, seperti kartu kredit/debit, dompet elektronik, dan transfer bank, sehingga pengguna dapat memilih metode pembayaran yang paling sesuai dan melakukan transaksi dengan aman.

3. Berbagai Metode Pembayaran

Shopee terhubung dengan berbagai *gateway* pembayaran ternama, memungkinkan pengguna memilih metode pembayaran yang mereka kenal dan sukai. ShopeePay, dompet elektronik resmi Shopee, memberikan kemudahan serta *reward* bagi pengguna yang melakukan pembayaran di platform Shopee, termasuk *cashback*, diskon, dan promo menarik lainnya. Selain itu, Shopee menawarkan opsi Bayar di Tempat (COD) bagi pengguna yang lebih memilih untuk membayar tunai saat menerima barang, memberikan fleksibilitas bagi mereka yang tidak memiliki akses ke kartu kredit/debit atau dompet elektronik.

4. Sistem Pengiriman

Shopee menyediakan opsi pengiriman standar melalui mitra pengiriman terpercaya, termasuk pengiriman gratis untuk pesanan yang memenuhi syarat, sehingga pengguna dapat memilih metode pengiriman yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, Shopee menawarkan pengiriman cepat bagi pengguna yang membutuhkan barang dengan segera, yang sangat cocok untuk keperluan mendesak. Shopee juga mendukung pengiriman internasional, memungkinkan pengguna membeli produk dari penjual di luar negeri, memperluas pilihan produk yang tersedia dan memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menjelajahi produk dari berbagai negara.

C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Konsumen juga memerlukan perlindungan hukum yang bersifat universal. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan

kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal¹³. Sebagai negara hukum, menjamin perlindungan setiap hak dan kewajiban bagi setiap warga negara dalam setiap kegiatan merupakan sebuah kewajiban yang mau tidak mau negara dalam hal ini hadir untuk menjamin kepastian hukum.

Perlindungan konsumen merupakan upaya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas hidup konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, serta menjamin agar konsumen tidak dirugikan oleh pelaku usaha. Perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, adalah : “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen dalam pembahasan ini yaitu konsumen yang membeli suatu produk melalui *online* di mana produk tersebut dimanfaatkan secara langsung dan tidak untuk dijual kembali atau konsumen akhir. Mengingat transaksi *online* dilakukan dengan tanpa tatap muka secara langsung dan antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling mengenal, maka hak-hak konsumen pada transaksi *online* sangat rawan terlanggar sehingga menempatkan konsumen pada posisi tawar (*bargaining position*) yang lemah. Maka dari itu diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *online*.¹⁴

Perlindungan terhadap hak-hak Konsumen dalam transaksi *online*, dalam hal ini perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.

¹³ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019, hlm.3.

¹⁴ Roberto Ranto, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*, Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA 2, no. 2 (2019), hlm. 145-164.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu :

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati;
2. Perlindungan di berlakukannya syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Pihak-pihak dalam transaksi *online* tetap tunduk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.¹⁵ Undang-Undang ini bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen serta mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya sehingga memberikan kepastian hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Perlindungan konsumen menjadi penting dan diakui semakin penting mengingat kecepatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus meningkat. Oleh karena itu, upaya untuk melindungi kepentingan konsumen dengan baik menjadi isu penting, dan mengingat kompleksitas masalah perlindungan konsumen, ada kebutuhan mendesak untuk menemukan solusi, terutama di Indonesia.

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek penting dalam hukum yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan adanya keadilan dalam transaksi antara produsen dan konsumen. Dalam hal ini, asas-asas dan tujuan perlindungan konsumen menjadi landasan fundamental yang mengarahkan kebijakan dan peraturan yang diterapkan.

¹⁵ Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, dan Hardika Fajar Ardianto, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online*, Serambi Hukum 8, no. 2, 2020, hlm.91-102.

Ketentuan Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) terdapat lima asas yakni perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Di mana di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat penjelasan kelima asas tersebut yakni sebagai berikut:¹⁶

1. Asas Manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah berupa kepuasan, perlindungan hak, dan peningkatan kualitas hidup konsumen. Pelaku usaha juga didorong untuk menghasilkan produk dan layanan yang benar-benar bermanfaat bagi konsumen dan tidak hanya mengejar keuntungan semata.

2. Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban yang adil. Keadilan berarti memberikan perlindungan yang setara bagi konsumen tanpa diskriminasi dan memastikan pelaku usaha tidak memanfaatkan posisi dominan mereka untuk merugikan konsumen. Keadilan ini juga mencakup perlakuan yang sama di hadapan hukum serta akses yang setara untuk memperoleh hak-hak mereka.

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Tujuan asas ini adalah untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan

¹⁶ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2017, hlm. 26.

saling menguntungkan antara para pihak. Regulasi yang dibuat harus mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak dan mendorong pelaku usaha untuk bertindak secara etis dan bertanggungjawab.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Produk dan layanan yang ditawarkan harus memenuhi standar keamanan yang telah ditetapkan untuk mencegah bahaya atau risiko yang dapat merugikan konsumen. Pelaku usaha bertanggungjawab untuk memastikan bahwa produk yang mereka pasarkan tidak membahayakan konsumen dan harus menyediakan informasi yang jelas dan lengkap mengenai penggunaan yang aman dari produk tersebut.

5. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Konsumen dan pelaku usaha harus mengetahui hak dan kewajiban mereka secara jelas untuk menghindari ketidakpastian yang dapat menimbulkan konflik. Kepastian hukum juga berarti adanya mekanisme penegak hukum yang efektif dan transparan sehingga konsumen dapat memperjuangkan hak-haknya dengan mudah dan pelaku usaha yang melanggar dapat ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Negara Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:¹⁷

¹⁷ *Ibid*, hlm 27

1. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
2. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
3. Asas kepastian hukum.

Tujuan Perlindungan Konsumen, sebagaimana termaksud dalam ketentuan Pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah:¹⁸

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Keenam tujuan perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila dikelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam rumusan huruf c, dan huruf e, sementara tujuan untuk memberikan kemanfaatan terlihat dalam rumusan huruf a,

¹⁸ *Ibid*

b, termasuk c dan d serta huruf f. Terakhir tujuan yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum tercermin dalam rumusan huruf d.¹⁹

3. Pihak-Pihak dalam Hukum Perlindungan Konsumen

1. Konsumen

Secara umum, konsumen adalah individu yang mengonsumsi suatu produk. Istilah konsumen berasal dari bahasa asing, yaitu "*consumer*" dalam bahasa Inggris dan "*consumenten*" dalam bahasa Belanda. Berdasarkan kamus hukum *Dictionary of Law Complete Edition*, konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa, baik untuk kepentingan pribadi maupun untuk kepentingan orang lain.

Menurut Hornby, konsumen merupakan seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa; seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu; sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang; dan setiap orang yang menggunakan barang jasa.²⁰

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

2. Pelaku Usaha

Secara umum, pelaku usaha adalah pihak yang menjalankan suatu usaha. Berdasarkan Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha didefinisikan sebagai setiap orang atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan di Indonesia, yang menjalankan kegiatan usaha secara sendiri atau bersama-sama melalui perjanjian.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 34

²⁰ Hornby dalam Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Deepublish, 2019, hlm. 2

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Jasa tidak dianggap sebagai barang, melainkan sebagai proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Menurut Zeithaml dan Bitner, seperti dikutip oleh Ratih Hurriyati, "Jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi yang menghasilkan *output* selain produk fisik, dikonsumsi dan diproduksi secara bersamaan, memberikan nilai tambah, dan pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya”.

Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya harus memperhatikan hak dan kewajiban sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan memperhatikan hak dan kewajiban tersebut, pelaku usaha dapat menciptakan hubungan ekonomi yang baik serta kepastian hukum antara pelaku usaha dan konsumen.

4. Hubungan Antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan hukum merupakan hubungan antara subjek hukum yang didasarkan oleh ketentuan hukum yang dapat menimbulkan ikatan hak dan kewajiban. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen terbentuk ketika konsumen menyetujui informasi produk, syarat, dan ketentuan yang ada, serta melakukan transaksi jual beli. Transaksi ini menghasilkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak yang didasarkan pada perjanjian yang dibuat. Perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen merupakan kontrak yang sah dan mengikat kedua belah pihak layaknya undang-undang, sesuai dengan Pasal 1338 KUHPerdara: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu”. Hak dan kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

1. Hak Konsumen

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang telah dijanjikan.
- c. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya terhadap barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur dan tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2. Kewajiban Konsumen

Membaca atau mengikuti petunjuk mengenai informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan konsumen;

- a. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- b. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha;
- c. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Selanjutnya hak dan kewajiban dari pelaku usaha yang terdapat pada Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen (UUPK).

1. Hak Pelaku Usaha

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

2. Kewajiban Pelaku Usaha

- a. Beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar, jujur dan tidak diskriminatif;
- d. Menjamin kualitas atau mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

D. Fitur Pesanan Selesai di Shopee

1. Pengertian dan Tujuan

Fitur Pesanan Selesai di Shopee merupakan status akhir dari transaksi yang menandakan bahwa pembeli telah menerima barang yang dipesan dalam kondisi yang sesuai. Setelah pesanan dinyatakan selesai, pembeli tidak dapat lagi mengajukan komplain atau mengajukan pengembalian barang melalui sistem Shopee. Fitur ini dirancang untuk memberikan kepastian dan kenyamanan bagi kedua belah pihak, baik pembeli maupun penjual, dalam menyelesaikan transaksi dengan aman dan transparan. Karena fitur ini secara otomatis mencatat status pesanan dan menentukan waktu yang tepat untuk menyelesaikan transaksi, fitur ini juga membantu mengurangi konflik yang sering terjadi antara penjual dan pembeli.

Tujuan dari fitur Pesanan Selesai di Shopee adalah sebagai berikut:²¹

1. Menjamin penyelesaian transaksi secara resmi.
2. Memberikan kepastian bagi penjual terkait pencairan dana.
3. Memungkinkan pembeli untuk memberikan ulasan dan rating.
4. Menghindari transaksi yang tertunda atau bermasalah.
5. Meningkatkan keamanan dan kepercayaan dalam ekosistem Shopee.

Shopee dapat memastikan bahwa setiap transaksi berjalan dengan lancar serta memberikan pengalaman belanja yang lebih aman dan nyaman bagi penggunanya. Selain itu, fitur ini juga mendorong transparansi dalam ekosistem *marketplace*, sehingga penjual dan pembeli dapat berinteraksi dengan lebih percaya diri tanpa adanya ketidakpastian mengenai status transaksi mereka.

²¹ Olshop Wiki, *Bagaimana Menghapus Pesanan Selesai Di Shopee*, n.d., <https://www.olshopwiki.com/shopee/apa-arti-pesanan-selesai-di-shopee>. Diakses pada 29 Januari 2025.

2. Mekanisme Penggunaan

Setelah pesanan dikirim oleh penjual, pembeli dapat memantau status pengiriman melalui aplikasi Shopee. Jika barang telah diterima dalam kondisi baik dan sesuai dengan pesanan, pembeli dapat menekan tombol Pesanan Selesai sebagai tanda bahwa transaksi telah berhasil diselesaikan. Dengan menekan tombol ini, pembeli secara tidak langsung menyatakan bahwa mereka puas dengan barang yang diterima dan tidak memiliki masalah terkait pesanan tersebut.

Namun, jika pembeli tidak melakukan konfirmasi secara manual, Shopee akan menyelesaikan pesanan secara otomatis dalam jangka waktu tertentu setelah sistem mendeteksi bahwa barang telah diterima berdasarkan informasi dari jasa pengiriman. Waktu penyelesaian otomatis ini ditetapkan oleh Shopee untuk menghindari transaksi yang tertunda dan memastikan bahwa dana tidak terhambat tanpa alasan yang jelas. Proses otomatis ini juga berguna bagi pembeli yang mungkin lupa untuk mengonfirmasi penerimaan barang.

Setelah pesanan berstatus selesai, dana dari transaksi akan dilepaskan kepada penjual sesuai dengan kebijakan Shopee. Pada tahap ini, pembeli juga diberikan kesempatan untuk memberikan ulasan dan *rating* terhadap produk serta layanan yang diterima. Ulasan dan *rating* ini berperan penting dalam membantu penjual meningkatkan kualitas layanan mereka dan memberikan informasi tambahan bagi calon pembeli lainnya. Penjual yang menerima banyak ulasan positif cenderung lebih dipercaya oleh calon pembeli, sehingga fitur ini juga berperan dalam membangun reputasi bisnis di Shopee.

Fitur ini juga memiliki manfaat bagi Shopee dalam mengelola transaksi yang berlangsung di *platformnya*. Dengan memastikan bahwa setiap transaksi memiliki status yang jelas, Shopee dapat menghindari berbagai permasalahan yang mungkin timbul akibat ketidakjelasan proses jual beli. Jika ada permasalahan atau ketidaksesuaian dalam pesanan, pembeli disarankan untuk segera mengajukan komplain atau meminta pengembalian barang sebelum pesanan dinyatakan selesai. Setelah transaksi selesai, Shopee tidak lagi menyediakan opsi pengembalian kecuali dalam kasus tertentu yang sesuai dengan kebijakan mereka.

Shopee memastikan bahwa transaksi yang terjadi di *platformnya* berlangsung dengan aman, transparan, dan sesuai dengan standar *marketplace* yang terpercaya. Mekanisme ini tidak hanya melindungi hak pembeli dan penjual, tetapi juga memastikan bahwa setiap transaksi berjalan dengan lebih efisien tanpa adanya kendala yang dapat menghambat proses jual beli.

E. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi

1. Pengertian Wanprestasi

Wanprestasi adalah Pelaksanaan perjanjian yang tidak tepat waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya atau tidak dilaksanakan sama sekali.²² Secara umum, wanprestasi merupakan suatu keadaan di mana debitur melakukan kelalaian atau tidak memenuhi prestasi sebagaimana yang telah diperjanjikan, baik dalam tahap pembentukan maupun pelaksanaan perjanjian. Pasal 1313 KUHPdata menyatakan: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Pada umumnya seseorang dinyatakan lalai atau wanprestasi karena: sama sekali tidak memenuhi prestasi; prestasi yang dilakukan tidak sempurna; terlambat memenuhi prestasi; dan melakukan tindakan yang dilarang dalam perjanjian mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Wanprestasi adalah suatu istilah yang merujuk pada kegagalan debitur untuk melaksanakan prestasi. Terjadinya wanprestasi menyebabkan kerugian bagi pihak lain (lawan dari pihak yang melakukan wanprestasi). Akibat dari kerugian tersebut, pihak yang melakukan wanprestasi harus menanggung konsekuensi dari tuntutan pihak lawan, yang dapat berupa:

1. Pembatalan perjanjian;
2. pembatalan perjanjian disertai tuntutan ganti rugi;
3. pemenuhan perjanjian dan;

²² KUHPdata (burgelijk wetboek) ,diterjemahkan oleh R. Soebekti dan R. Tjitrisadibio, Jakarta: Balai Pustaka, cetakan 43, 2017, Pasal 1313.

4. pemenuhan perjanjian disertai tuntutan ganti rugi.

Debitur tidak dapat langsung dituduh melakukan wanprestasi tanpa adanya pembuktian. Pihak yang dituduh melakukan wanprestasi juga harus diberikan kesempatan untuk mengajukan bantahan atau pembelaan diri, yang antara lain dapat berupa:

1. Tidak dipenuhinya perjanjian (wanprestasi) terjadi karena keadaan terpaksa (*overmacht*)
2. Tidak dipenuhinya perjanjian (wanprestasi) terjadi karena pihak lain juga wanprestasi.
3. Tidak dipenuhinya perjanjian (wanprestasi) terjadi karena pihak lawan telah melepaskan haknya atas pemenuhan prestasi.

2. Faktor Penyebab Wanprestasi

Wanprestasi merupakan sebuah peristiwa hukum di mana salah satu pihak dalam suatu perjanjian tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana mestinya. Hal ini dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain yang dirugikan. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan terjadinya wanprestasi, antara lain:

1. Kelalaian

Kelalaian merupakan penyebab utama terjadinya wanprestasi, yaitu ketika salah satu pihak dalam perjanjian gagal melaksanakan kewajibannya, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Dampak dari kelalaian ini meliputi kerugian bagi pihak yang dirugikan, baik dalam bentuk finansial, material, maupun non-material. Pihak yang dirugikan juga memiliki hak untuk menuntut ganti rugi kepada pihak yang lalai atas kerugian yang dialaminya. Selain itu, wanprestasi dapat merusak hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian.²³

2. *Overmacht*

²³ Subekti, Ahmad. 2018. Hukum Perikatan dan Perjanjian. Jakarta: Sinar Grafika, hlm.10.

Overmacht adalah istilah hukum Belanda yang merujuk pada situasi di mana suatu pihak tidak dapat memenuhi kewajibannya karena adanya peristiwa yang tidak terduga dan berada di luar kendalinya. Peristiwa ini sering dikenal sebagai “*force majeure*” dalam bahasa Inggris.²⁴

Konsep *overmacht* diatur dalam Pasal 1244 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Indonesia. Pasal ini menyebutkan bahwa: “Jika ada alasan untuk itu, si berutang harus dihukum mengganti biaya, kerugian, dan bunga apabila ia tidak dapat membuktikan, bahwa tidak dilaksanakannya perikatan itu atau tidak tepat waktunya pelaksanaan itu, disebabkan karena suatu hal yang tak terduga, yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kepadanya, walaupun tidak ada itikad buruk padanya”.

3. Tanggung Jawab Akibat Wanprestasi

Wanprestasi merupakan peristiwa hukum di mana salah satu pihak dalam suatu perjanjian tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana mestinya, sehingga menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Konsekuensi hukum dari wanprestasi adalah munculnya tanggung jawab bagi pihak yang wanprestasi, yang diwujudkan dalam bentuk ganti rugi yang wajib dibayarkan kepada pihak yang dirugikan.²⁵

Tanggung jawab akibat wanprestasi diatur dalam Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Indonesia. Pasal tersebut menyatakan bahwa: “Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, mulai diwajibkan apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai untuk memenuhi perikatannya, tetap lalai memenuhinya, atau apabila sesuatu yang harus diberikan atau dibuat hanya dapat diberikan atau dibuat dalam waktu yang telah dilampaukannya”.

²⁴ *Ibid*

²⁵ *Ibid*

3. Jenis-Jenis Wanprestasi

Wanprestasi adalah istilah yang merujuk pada pelanggaran kewajiban dalam suatu perjanjian. Wanprestasi sendiri memiliki beberapa jenis, yaitu sebagaimana diatur dalam Buku III KUHPdata, yaitu terdiri atas:²⁶

1. Tidak melaksanakan prestasi sama sekali

Sebagai contoh adalah ketika A dan B telah saling bersepakat dalam suatu perjanjian yang membebankan kewajiban kepada A untuk mengirimkan barang milik B kepada C, namun dalam perjalanan kontraknya, ternyata A tidak pernah mengirimkan barang tersebut sama sekali kepada C.

2. Melaksanakan prestasi, tetapi tidak sebagaimana mestinya

Sebagai contoh adalah ketika D dan E membuat suatu perjanjian, dimana D akan membuat kue untuk E dengan bentuk segitiga dan menyerahkannya kepada E. Pada saat E menerima kue dari D, ternyata kue yang dibuat bukanlah segitiga, melainkan lingkaran. Dengan demikian, D telah memenuhi kewajibannya untuk membuat kue, namun kue yang dibuatnya tidak sesuai dengan perjanjian.

3. Melaksanakan prestasi, tetapi tidak tepat pada waktunya

Sebagai contoh adalah M dan L membuat perjanjian renovasi rumah, dimana M adalah kontraktor rumah dan L adalah pemilik rumah. L mengontrak rumah karena harus keluar dari rumah yang akan direnovasi tersebut, dan di dalam perjanjian telah disepakati bahwa M akan menyelesaikan renovasi dan menyerahkannya kepada L pada tanggal 19 Juni 2022. Namun demikian, meski tanggal 19 Juni 2022 telah terlewati, ternyata M belum juga menyelesaikan dan menyerahkan hasil renovasi rumah kepada L.

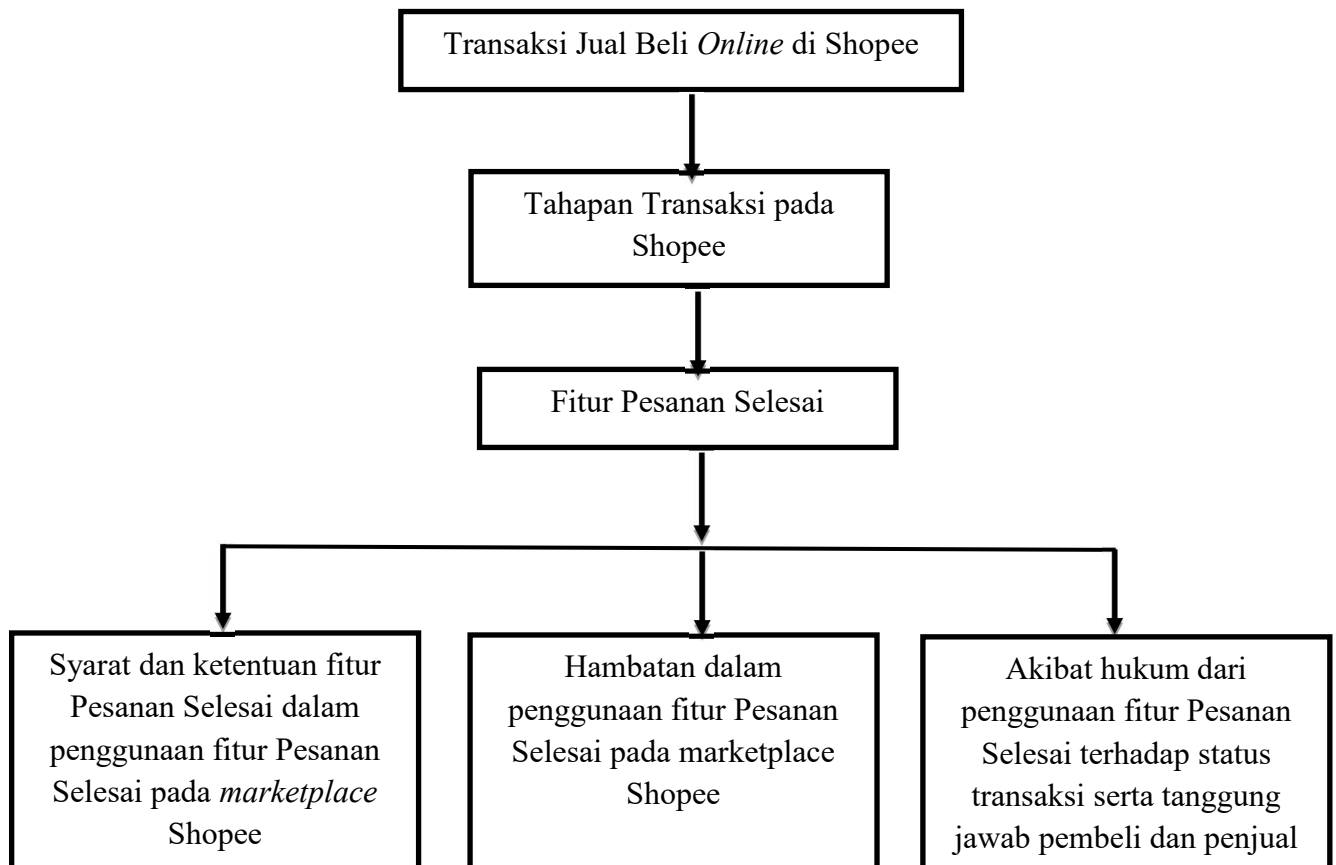
4. Melaksanakan perbuatan yang dilarang dalam kontrak.

Sebagai contoh adalah perjanjian antara X dan Y tentang *franchise* restoran, dimana X adalah pemilik *franchise* dan Y adalah penerima *franchise*. Dalam

²⁶ *Jenis-Jenis Wanprestasi*, n.d., <https://mh.uma.ac.id/jenis-jenis-wanprestasi/>. Diakses pada 30 Januari 2025.

perjanjian tersebut, Y dilarang untuk membocorkan resep. Setelah perjanjian ditandatangani, ternyata Y membocorkan resep milik X kepada restoran lainnya.

F. Kerangka Pikir



Keterangan:

Kerangka pikir penelitian ini memberikan penjelasan tentang bagaimana fitur Pesanan Selesai dalam transaksi jual beli di platform *marketplace* Shopee menimbulkan masalah hukum yang dibahas dalam skripsi. Proses transaksi dimulai dengan transaksi jual beli yang dilakukan melalui Shopee dan diakhiri dengan penggunaan fitur Pesanan Selesai, yang merupakan subjek utama penelitian ini.

Fitur Pesanan Selesai diaktifkan saat barang telah sampai atau diperkirakan telah diterima oleh pembeli, baik melalui konfirmasi manual maupun otomatis oleh sistem. Fokus utama dalam penelitian ini adalah menganalisis syarat dan ketentuan fitur tersebut mencakup mekanisme aktivasi dan prosedur konfirmasi,

kemudian membahas hambatan yang dihadapi oleh pengguna seperti kendala teknis dan kesalahan dalam melakukan konfirmasi.

Penelitian ini juga mengkaji akibat hukum dari penggunaan fitur Pesanan Selesai. Akibat hukum ini berkaitan dengan status hukum transaksi setelah fitur tersebut aktif, serta perubahan tanggung jawab para pihak dalam transaksi. Pada akhirnya, penggunaan fitur ini berimplikasi pada penyelesaian transaksi yang secara sistem dinyatakan selesai, sehingga memunculkan konsekuensi yuridis yang penting untuk dianalisis lebih lanjut dalam konteks perlindungan konsumen.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum merupakan proses kegiatan berpikir dan bertindak logis, metodis, dan sistematis mengenai gejala yuridis, peristiwa hukum, atau fakta empiris yang terjadi, atau yang ada disekitar kita untuk direkonstruksi guna mengungkapkan kebenaran yang bermanfaat bagi kehidupan.²⁷ Metode penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang akurat. Penelitian hukum adalah kegiatan ilmiah yang bertujuan mengembangkan ilmu pengetahuan hukum dan memahami masalah yang terjadi, termasuk masalah-masalah yang berkembang di daerah. Penelitian sangat diperlukan untuk memperoleh data yang akurat sehingga dapat menjawab permasalahan sesuai dengan fakta atau data yang ada dan dapat dipertanggung jawabkan Kebenarannya.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif, yaitu upaya mempelajari aturan hukum seperti apa yang tertulis. Penelitian hukum normatif menggunakan studi kasus hukum normatif berupa produk hukum. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepskan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang.²⁸ Penelitian normatif atau metode hukum kepustakaan merupakan metode yang digunakan dalam penelitian hukum yang dilakukan melalui cara meneliti bahan pustaka yang ada. Penggunaan metode penelitian normatif dalam upaya penelitian dan penulisan skripsi ini dilatari kesesuaian teori dengan metode penelitian yang dibutuhkan penulis dimana penelitian ini memfokuskan pada bagaimanapelaksanaan fitur pesanan selesai dalam transaksi jual beli online di aplikasi Shopee.

²⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum*, (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2021, hlm. 2.

²⁸ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Pres, 2019, hlm.7.

B. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku ditempat tertentu dan pada saat tertentu, atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.²⁹

Penelitian ini akan mendeskripsikan dan menganalisis peraturan perundang-undangan serta pelaksanaannya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap pelaku usaha dan pengguna fitur pesanan selesai dalam aplikasi *marketplace* Shopee

C. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan perundang-undangan merupakan metode yang dilakukan dengan mengkaji berbagai peraturan hukum yang berkaitan dengan isu yang diteliti. Dalam pendekatan penelitian ini, penelitian harus memahami hierarki serta prinsip-prinsip dalam sistem peraturan perundang-undangan. Peraturan perundang-undangan sendiri adalah ketentuan tertulis yang dibuat oleh lembaga atau pejabat yang berwenang dan bersifat mengikat secara umum.

D. Data dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data bersumber dari bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan, buku, jurnal, makalah ilmiah, kamus, ensiklopedia, dan dokumen yang berkaitan dengan masalah pada penelitian.³⁰ Sumber hukum yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Bahan Hukum Primer

²⁹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hlm.50.

³⁰ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, 2020, Mataram University Press, hlm. 101

Bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara umum seperti peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu :

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH perdata).
- b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).
- c. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE).

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku literatur hukum, jurnal penelitian hukum, bahan kuliah maupun literatur-literatur hukum.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier berupa tulisan-tulisan hukum yang berasal dari internet seperti artikel maupun jurnal di internet.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka (*library research*) dan studi dokumen. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur, termasuk buku, jurnal, dan referensi ilmiah lainnya yang relevan dengan pokok pembahasan. Proses ini melibatkan pencarian, pembacaan, pemahaman, serta pencatatan atau pengutipan data yang mendukung penelitian.

Sementara itu, studi dokumen adalah studi yang dilakukan dengan membaca, mengkaji, dan menganalisis dokumen-dokumen penunjang yang memberikan petunjuk dan memperjelas data primer dan data sekunder.³¹

F. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data, diperoleh melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Pemeriksaan Data

Pemeriksaan data merupakan proses mengevaluasi kelengkapan, kebenaran, dan kesesuaian data yang telah dikumpulkan dengan permasalahan penelitian. Dalam hal ini, penulis melakukan peninjauan ulang terhadap sumber kepustakaan yang telah diperoleh, yaitu data sekunder yang mencakup bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Pemeriksaan ulang terhadap sumber hukum ini bertujuan untuk memastikan keakuratan informasi serta mendukung analisis dalam menjawab permasalahan mengenai pelaksanaan kerja fitur Pesanan Selesai pada *marketplace* Shopee.

2. Verifikasi Data

Verifikasi data merupakan proses pengecekan data dan informasi yang telah dikumpulkan untuk memastikan validitasnya sehingga dapat diakui dalam penelitian. Proses ini bertujuan untuk menyesuaikan data yang diperoleh dengan fakta yang ada serta menjamin keakuratan informasi yang digunakan.

3. Sistematisasi Data

Sistematisasi data merupakan proses penyusunan data secara teratur dan terstruktur agar dapat menghasilkan jawaban yang relevan terhadap pokok permasalahan dalam penelitian ini. Dalam konteks penelitian ini, sistematisasi data dilakukan untuk menganalisis bagaimana mengenai pelaksanaan kerja fitur pesanan selesai dalam transaksi jual beli *online* di Shopee.

³¹ *Ibid*, hlm. 81.

G. Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan merekonstruksi dan menginterpretasikan data dalam bentuk kalimat yang sistematis serta menggunakan bahasa yang efektif. Proses analisis ini dilakukan dengan menghubungkan data sesuai dengan pokok-pokok bahasan yang telah ditentukan, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas untuk menarik kesimpulan.

Menurut Abdulkadir Muhammad, analisis kualitatif dilakukan dengan menafsirkan data secara terstruktur, runtut, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif, sehingga memudahkan dalam penarikan kesimpulan serta memberikan pemahaman yang jelas mengenai jawaban atas permasalahan yang diteliti.³²

³² *Ibd*, hlm. 127.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait.

1. Syarat dan ketentuan dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai di Shopee mencakup beberapa elemen penting yang menjadi dasar penyelesaian transaksi secara sistem. Syarat penggunaan fitur ini meliputi bahwa barang telah diterima oleh pembeli, waktu konfirmasi telah melewati batas tertentu yang ditetapkan oleh sistem, serta pengguna telah menyetujui kebijakan layanan sejak awal pendaftaran. Sementara itu, ketentuan mengatur cara kerja fitur tersebut, yaitu secara manual oleh pembeli melalui tombol Pesanan Selesai, atau secara otomatis oleh sistem apabila tidak ada konfirmasi dalam jangka waktu tertentu. Syarat dan ketentuan tersebut menjadi pijakan sistem untuk menetapkan bahwa suatu transaksi telah dianggap selesai dan penjual berhak menerima dana dari *escrow*.
2. Hambatan dalam penggunaan fitur Pesanan Selesai dapat berasal dari kendala teknis maupun keterbatasan pemahaman pengguna. Dari sisi sistem, hambatan meliputi gangguan teknis aplikasi, keterlambatan pembaruan status pengiriman, serta fitur penyelesaian otomatis yang berjalan tanpa interaksi pengguna. Sementara dari sisi pengguna, hambatan dapat timbul akibat kurangnya pemahaman terhadap fungsi tombol Pesanan Selesai, keterbatasan informasi dari platform, serta kendala jaringan atau perangkat yang digunakan. Hambatan-hambatan ini dapat berdampak pada keberhasilan penyelesaian transaksi dan menimbulkan kerugian jika tidak ditangani dengan tepat.

3. Akibat hukum dari penggunaan fitur Pesanan Selesai menimbulkan konsekuensi langsung terhadap status transaksi serta tanggung jawab para pihak dalam jual beli online. Setelah fitur digunakan, transaksi dinyatakan selesai dan dana akan dicairkan kepada penjual melalui sistem. Bagi pembeli, status selesai tersebut membatasi akses terhadap fitur pengaduan dalam aplikasi, sehingga mendorong pentingnya pemahaman sebelum memberikan konfirmasi. Sedangkan bagi penjual, sistem ini memberikan kepastian hukum atas hak pembayaran, namun tetap mengharuskan tanggung jawab hukum apabila ditemukan ketidaksesuaian atau cacat pada barang yang dikirim. Fitur ini pada dasarnya menjadi penanda berakhirnya transaksi secara sistem dan memperjelas peralihan tanggung jawab antara pembeli dan penjual.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi platform Shopee, disarankan untuk memperjelas informasi mengenai syarat dan ketentuan fitur Pesanan Selesai melalui tampilan aplikasi yang lebih komunikatif. Shopee perlu menyertakan penjelasan yang mudah dipahami sebelum pengguna mengaktifkan fitur, baik saat konfirmasi manual maupun sebelum sistem menjalankan penyelesaian otomatis. Hal ini bertujuan agar pengguna memahami bahwa konfirmasi tersebut bersifat final dan berdampak pada status transaksi serta pencairan dana.
2. Bagi pembeli, diharapkan untuk memahami secara menyeluruh fungsi, syarat, dan konsekuensi dari penggunaan fitur Pesanan Selesai sebelum melakukan konfirmasi penyelesaian transaksi. Pembeli perlu lebih berhati-hati dan memastikan bahwa barang benar-benar telah diterima dalam kondisi yang sesuai, agar tidak kehilangan hak atas pengaduan setelah transaksi dianggap selesai.
3. Bagi penjual, disarankan untuk tetap menjaga tanggung jawab hukum terhadap produk yang dijual, meskipun sistem telah menyatakan transaksi selesai dan dana telah dicairkan. Penjual harus memastikan bahwa barang yang dikirim sesuai dengan deskripsi, tidak cacat tersembunyi, dan dapat

dipertanggungjawabkan secara hukum apabila muncul komplain di luar sistem Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Barkatullah, A. H. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis Marketplace Di Indonesia*
- Indrajit, Richardus Eko. (2021). *Marketplace: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Iskandar, Mudakir. (2018). *Hukum Bisnis Online Era Digital*. Jakarta: CV Campustaka.
- Kakoe, Silvony, Ruba'i, Masruchin, & Madjid, Abdul. (2020). *Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi Sebagai Pidana Tambahan*.
- Miru, Ahmadi, & Yodo, Sutarman. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- (2019). *Hukum perlindungan Konsumen*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Muhammad, Abdulkadir. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- (2021). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Purbo, Onno W., & Wahyudi, Aang Arif. (n.d.). *Mengenal Marketplace*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Soekanto, Soerjono. (2019). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.
- Subekti, Ahmad. (2018). *Hukum Perikatan dan Perjanjian*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wuria Dewi, Eli. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

B. Jurnal

- Annur, Cindy Mutia. (2024). *Indonesia Jadi Penyumbang Kunjungan Terbanyak Ke Shopee Pada Tahun 2023*. Katadata.
- Dewi, Gabriella Eugenia Honandar, Pontoh, Kathleen C., & Gerungan, Anastasia. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Merchandise K-POP Secara Online*.
- Devi, Komang Bulan Tri Laksmi, & Dharmawan, Ni Ketut Supasti. (2020). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online*. Kertha Semaya Universitas Udayana, 6(1), 1–13.
- Kakoe, Silvony, Ruba'i, Masruchin, & Madjid, Abdul. (2020). *Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi Sebagai Pidana Tambahan*. Jurnal Legalitas, 13(2), 115–128.
- Kurnia, Ida, & Martinelli, Imelda. (2021). *Permasalahan dalam Transaksi Marketplace*. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, 4(2).
- Maulana, Arman, Syam, Sitti, Muharudin, Edy, Juidah, Ida, & Sumarlam, Slamet. (2021). *Peran Marketplace di Tengah Pandemi Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini*. Journal of Education and Technology, 1(1), 55–61.
- Mestri, Alya Para, & Suryono, Arief. (2024). *Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Jual Beli Online Pada Pembayaran Metode Cash On Delivery (COD) Di Marketplace Shopee*. Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial Dan Politik, 1(2), 161–162.
- Nugraha, Rifan Adi, Mukhtar, Jamaluddin, & Ardianto, Hardika Fajar. (2020). *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online*. Serambi Hukum, 8(2), 91–102.
- Perdana, Arya Putra, Sofyan, Azhar, & Muttaqin, Arief. (2022). *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Jual Beli Online Dengan Jasa Escrow*. Notary Law Journal, 1(2), 22.
- Ranto, Roberto. (2019). *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*. Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA, 2(2), 145–164.
- Saputra, Feri Andri, & Rusli, Benni. (2024). *Perlindungan Konsumen atas Ketidaksesuaian Pemesanan Produk di Aplikasi Shopee*. Jurnal, 1, 110–121.
- Syahfitri, T. 2018. *Tinjauan Yuridis Jual Beli Menurut Hukum Perdata*. Jurnal Hukum Das Sollen, 1–13.

Yao, B., Shanoyan, A., Peterson, H. H., Boyer, C., & Baker, L. (2018). *The use of new-media marketing in the green industry: Analysis of social media use and impact on sales*. *Agribusiness*, 35(2), 281–297.

C. Perundang-Undangan dan Peraturan Lainnya

KUHPerdata (Burgelijk Wetboek), diterjemahkan oleh R. Soebekti dan R. Tjitrisadibio. Jakarta: Balai Pustaka, cetakan ke-43, 2017.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

D. Website

Altro. (2020). Ketahui Lebih Lanjut Pembayaran Shopee. Diakses pada 8 April 2025. <https://www.altro.co.uk/Discover-more-about-our-products>.

Cindy Mutia Annur. (2024). Indonesia Jadi Penyumbang Kunjungan Terbanyak Ke Shopee Pada Tahun 2023. Diakses pada 25 Januari 2025. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/06cce6d6b6735c8/indonesia-jadi-penyumbang-kunjungan-terbanyak-ke-shopee-pada-2023>.

Desy Yualiastuti. (2025). Shopee Hentikan Layanan Pengiriman J&T Express Di Indonesia. Diakses pada 29 Maret 2025. <https://www.fortuneidn.com/news/shopee-hentikan-layanan-pengiriman-j-t-express-di-indonesia-00-4vfn9-sw1zpy?ut>.

Muallif. (2024). Tahapan Lengkap Proses Pesanan Di Shopee. Diakses pada 25 Maret 2025. <https://an-nur.ac.id/tahapan-lengkap-proses-pesanan-di-shopee>.

Olshop Wiki. (n.d.). Bagaimana Menghapus Pesanan Selesai Di Shopee. Diakses pada 29 Januari 2025. <https://www.olshopwiki.com/shopee/apa-arti-pesanan-selesai-di-shopee>.

Shopee Help. (2020). Mengapa Saya Tidak Dapat Menekan Tombol ‘Pesanan Selesai’? Diakses pada 8 April 2025.

<https://help.shopee.co.id/portal/4/article/136306-Mengapa-saya-tidak-dapat-menekan-tombol-“Pesanan-Selesai”>.

Shopee Help. (2020). [Masalah Teknis] Apa Yang Harus Saya Lakukan Jika Mengalami Kendala/Error/Blank Page Di Aplikasi Shopee? Diakses pada 8 April 2025. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72587-%5BMasalah-Teknis%5D-Apa-yang-harus-saya-lakukan-jika-mengalami-kendala%2Ferror%2Fblank-page-di-aplikasi-shopee>.

“Jenis-Jenis Wanprestasi.” (n.d.). Diakses pada 30 Januari 2025. <https://mh.uma.ac.id/jenis-jenis-wanprestasi/>.

“Pembeli Tidak Konfirmasi Terima Barang Shoppe? Ini Solusinya.” (2022). Diakses pada 25 Maret 2025. <https://ginee.com/id/insights/pembeli-tidak-konfirmasi-terima-barang-shopee/>.

“Kebijakan Privasi Shopee.” (2020). Diakses pada 29 Maret 2025. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71188-Kebijakan-Privasi-Shopee>.