

**PENYELESAIAN SENGKETA ANTARA PELAKU USAHA
DENGAN KONSUMEN DI PLATFORM SHOPEE**

Sri Hartanti¹, Ariy Khaerudin², Yulian Dwi Nurwanti³

Universitas Islam Batik Surakarta

email: srihartanti1232@gmail.com¹, ariykhaerudin@gmail.com²,
yuliandwinurwanti98@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk sengketa yang berpotensi merugikan konsumen dalam transaksi jual beli di platform Shopee dan menganalisis mekanisme penyelesaian sengketa yang diterapkan oleh Shopee. Dalam perkembangan e-commerce, terutama di Shopee, konsumen sering mengalami sengketa yang berkaitan dengan ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, produk rusak, penipuan oleh penjual, dan masalah pengembalian barang serta pengembalian dana (refund). Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, dengan mengkaji regulasi hukum yang berlaku di Indonesia, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kata Kunci: Sengketa Konsumen, Shopee, Penyelesaian Sengketa.

ABSTRACT

This research aims to identify the types of disputes that potentially harm consumers in buying and selling transactions on the Shopee platform and to analyze the dispute resolution mechanisms applied by Shopee. In the development of e-commerce, especially on Shopee, consumers often face disputes related to product mismatches, delayed shipping, damaged products, fraud by sellers, and issues with returns and refunds. This research uses a normative juridical approach, examining the applicable legal regulations in Indonesia, including the Consumer Protection Law and the Information and Electronic Transactions Law.

Keywords: Consumer Disputes, Shopee, Dispute Resolution.

PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sektor e-commerce mengalami lonjakan yang signifikan, dan Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sekitar 73% populasi Indonesia terhubung dengan internet pada tahun 2023, dan sebagian besar dari mereka menggunakan internet untuk melakukan transaksi jual-beli secara online (APJII, 2023). Salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia yang telah menarik perhatian konsumen dan pelaku usaha adalah Shopee. Shopee telah berhasil menyediakan berbagai macam produk yang bisa diakses oleh konsumen dari berbagai lapisan masyarakat, sekaligus memberikan peluang kepada pelaku usaha untuk memasarkan barang dan jasa mereka secara lebih luas tanpa batasan geografis..

Shopee beroperasi dengan model marketplace, di mana platform ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi antara konsumen dan penjual, tetapi juga menyediakan sejumlah fitur yang memfasilitasi proses transaksi, pengiriman barang, serta pengembalian barang yang tidak sesuai dengan harapan. Meskipun demikian, penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha di platform e-commerce ini sering kali menjadi masalah yang sulit diatasi. Mengingat transaksi dilakukan secara daring, tanpa tatap muka, ketidakpuasan konsumen atau ketidaksesuaian barang yang diterima dengan apa yang diiklankan sering kali menjadi sumber sengketa utama. Penyelesaian sengketa yang tidak efektif bisa berpotensi merugikan kedua belah pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, sehingga penting untuk memahami lebih dalam tentang mekanisme penyelesaian sengketa yang diterapkan oleh Shopee dan faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya.

E-commerce, atau perdagangan elektronik, merujuk pada kegiatan jual beli barang atau jasa melalui platform digital yang menghubungkan penjual dan konsumen. Di Indonesia, e-commerce berkembang dengan sangat pesat, didorong oleh tingginya penetrasi internet dan penggunaan perangkat mobile. Platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari konsumen Indonesia. Shopee, yang diluncurkan di Indonesia pada 2015, telah berkembang pesat dan menjadi salah satu pemain utama di pasar e-commerce Indonesia, dengan jumlah pengguna aktif bulanan yang mencapai puluhan juta orang (Oktaviani, 2022).

Keberhasilan Shopee di Indonesia tidak lepas dari kemampuannya dalam menyediakan berbagai pilihan produk, serta kemudahan yang diberikan kepada penjual untuk memasarkan barang mereka tanpa memerlukan toko fisik. Selain itu, Shopee juga menawarkan berbagai promosi, seperti diskon, cashback, dan promo pengiriman gratis, yang membuatnya semakin menarik bagi konsumen. Platform ini juga dilengkapi dengan sistem pembayaran yang aman, seperti ShopeePay, yang memudahkan transaksi antara konsumen dan penjual.(Cindy Mariam Magdalena Rantung, 2025)

Sejak pertama kali diluncurkan di Indonesia, Shopee berhasil menarik jutaan pengguna aktif setiap bulannya, yang tidak hanya terdiri dari konsumen, tetapi juga pelaku usaha atau penjual. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar, memfasilitasi penjual untuk memasarkan produk mereka kepada konsumen dengan mudah. Sayangnya, kompleksitas transaksi jual beli online ini kadang menimbulkan masalah yang berdampak pada pengalaman konsumen. Bentuk sengketa yang sering terjadi termasuk ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman barang, kerusakan produk, hingga pengembalian barang yang tidak sesuai dengan ketentuan. Semua permasalahan ini mengarah pada pertanyaan yang mendasar: bagaimana sebenarnya mekanisme penyelesaian sengketa di Shopee dapat memastikan keadilan bagi konsumen dan pelaku usaha?

Penyelesaian sengketa dalam e-commerce merupakan hal yang sangat krusial, terutama karena sifat dari transaksi yang berlangsung tanpa adanya interaksi langsung antara konsumen dan pelaku usaha. Berbeda dengan transaksi konvensional yang bisa dilakukan secara langsung di toko fisik, transaksi online memungkinkan pelaku usaha dan konsumen untuk berada di lokasi yang berbeda. Hal ini memperbesar potensi terjadinya sengketa, baik dari sisi konsumen maupun pelaku usaha. Sengketa yang sering terjadi antara konsumen dan pelaku usaha di platform Shopee meliputi beberapa masalah, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau kualitas yang diiklankan, keterlambatan dalam pengiriman, hingga pengembalian produk yang tidak disetujui oleh penjual atau platform. Menurut penelitian oleh (Raharjo et al., 2024), hampir 30% dari konsumen yang melakukan pembelian secara online pernah mengajukan pengaduan atau klaim terkait produk yang mereka beli. Kondisi ini mempertegas pentingnya mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dalam konteks e-commerce(Yonata, 2025)

Salah satu masalah utama dalam penyelesaian sengketa di Shopee adalah ketidakjelasan antara tanggung jawab penjual dan platform dalam hal klaim konsumen. Misalnya, apakah Shopee bertanggung jawab atas kualitas produk yang dijual oleh penjual, atau apakah platform hanya berfungsi sebagai perantara transaksi? Selain itu, kendala lain adalah adanya perbedaan pemahaman antara konsumen dan penjual tentang prosedur pengembalian produk, klaim garansi, atau pengembalian dana (refund). Sementara itu, platform seperti Shopee memiliki kebijakan pengembalian barang atau uang, namun terkadang kebijakan tersebut tidak diikuti dengan prosedur yang jelas atau respons yang cepat dari tim penyelesaian sengketa, sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen berhak atas perlindungan terhadap kerugian yang timbul akibat transaksi yang tidak sesuai dengan janji atau deskripsi yang diberikan oleh pelaku usaha. Dalam konteks Shopee, apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan deskripsi atau cacat, konsumen berhak untuk meminta pengembalian barang atau penggantian barang dengan yang sesuai. Namun, dalam praktiknya, proses klaim atau pengembalian barang ini sering kali terkendala oleh prosedur yang rumit dan waktu yang lama. Hal ini menambah kompleksitas permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dalam bertransaksi di platform e-commerce seperti Shopee.

Selain masalah prosedural, masalah transparansi juga menjadi isu besar. Konsumen sering kali merasa tidak mendapat informasi yang cukup tentang produk yang mereka beli, terutama dalam hal biaya tambahan seperti biaya pengiriman atau biaya lainnya. Beberapa penjual juga terkadang tidak menjelaskan dengan jelas tentang kondisi barang, seperti apakah barang tersebut baru atau bekas. Menurut penelitian oleh (Habibi et al., 2025), ketidakjelasan informasi ini sering menyebabkan kekecewaan konsumen dan memperburuk kualitas pengalaman belanja online. Mekanisme penyelesaian sengketa di Shopee saat ini mengandalkan sistem pengaduan yang disediakan oleh platform, yang memungkinkan konsumen untuk melaporkan masalah terkait transaksi yang mereka lakukan. Platform Shopee menyediakan berbagai opsi bagi konsumen untuk mengajukan pengaduan, mulai dari pengembalian produk, pengembalian dana, hingga laporan atas penipuan atau kesalahan pengiriman. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun mekanisme ini ada, efektivitasnya masih diragukan. Ada laporan yang menyebutkan bahwa proses pengembalian barang atau pengembalian dana sering kali berlangsung lama dan tidak selalu diselesaikan dengan cara yang memuaskan bagi konsumen (Narayan Wijaya et al., 2024)

Menurut (Sandya Hasina Ram, Nurasiah Harahap, 2024), sistem penyelesaian sengketa yang lebih baik untuk e-commerce seharusnya mencakup beberapa elemen penting, seperti adanya proses yang transparan, jangka waktu yang jelas, serta mekanisme yang memungkinkan pihak ketiga atau mediator untuk terlibat dalam

menyelesaikan sengketa. Selain itu, Shopee juga dapat memperkuat kebijakan perlindungan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelatihan untuk penjual, serta memberikan edukasi yang lebih mendalam kepada konsumen tentang hak-hak mereka dalam bertransaksi online.

Di sisi lain, platform Shopee juga menghadapi tantangan dalam menjaga integritas dan keadilan dalam penyelesaian sengketa. Sebagai platform yang memfasilitasi jutaan transaksi setiap hari, Shopee perlu memastikan bahwa kebijakan dan prosedur penyelesaian sengketa yang diterapkan dapat mengakomodasi berbagai jenis masalah yang mungkin timbul. Oleh karena itu, penting untuk Rumusan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk sengketa yang sering terjadi dalam transaksi jual beli di Shopee dan untuk menganalisis sejauh mana mekanisme penyelesaian sengketa yang ada sudah memenuhi kebutuhan konsumen dan pelaku usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan konseptual dan komparatif. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), bahan hukum sekunder (bukubuku, jurnal ilmiah), dan bahan hukum tersier (kamus hukum, ensiklopedia). Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan teknik deskriptif-analitis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk Sengketa Yang Berpotensi Merugikan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Di Platform Shopee?

Transaksi jual beli melalui platform e-commerce seperti Shopee menawarkan banyak keuntungan, baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Konsumen dapat membeli barang dengan mudah dan cepat, sementara pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka tanpa batasan geografis. Namun, seiring dengan pertumbuhan pesat e-commerce, muncul berbagai bentuk sengketa yang dapat merugikan konsumen. Berdasarkan berbagai studi, terdapat beberapa jenis sengketa yang sering terjadi dalam transaksi jual beli di platform Shopee yang berpotensi merugikan konsumen (Masferisa et al., 2025).

Menurut Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014, Pasal 1 ayat 24, perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Selanjutnya, Pasal 65 UU No. 7 Tahun 2014 mengatur tentang kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik, sebagai berikut:

1. Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/jasa secara lengkap dan benar.
2. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan/jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

1. Data dan/jasa yang disediakan oleh pelaku usaha paling sedikit memuat:
 - a) Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi,
 - b) Persyaratan teknis barang yang ditawarkan,
 - c) Persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan,
 - d) Harga dan cara pembayaran barang dan/jasa,
 - e) Cara penyerahan barang.
2. Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.

3. Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/jasa secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Transaksi online menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 ayat (2), adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/jasa media elektronik lainnya.

Bentuk Sengketa yang sangat berpotensi merugikan bagi konsumen di dalam transaksi jual beli di shopee meliputi :

a. Produk Tidak Sesuai dengan Deskripsi

Salah satu bentuk sengketa yang paling sering terjadi dalam transaksi di Shopee adalah ketidaksesuaian produk dengan deskripsi yang tertera di halaman produk. Konsumen sering membeli barang berdasarkan deskripsi yang diberikan oleh penjual, yang mencakup informasi mengenai ukuran, warna, fitur, dan kualitas barang. Namun, ketika barang tersebut sampai, sering kali konsumen menemukan bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan dalam deskripsi atau foto yang dipublikasikan (Jumiran et al., 2025).

Masalah ini sering terjadi pada produk-produk seperti pakaian, elektronik, dan kosmetik, di mana perbedaan antara yang dijanjikan dan yang diterima sangat terasa. Misalnya, foto produk yang terlihat baru dan berkualitas tinggi, tetapi barang yang diterima sudah cacat atau sudah digunakan. Atau dalam kasus pakaian, ukuran yang diterima lebih kecil atau lebih besar dari yang dipesan, yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen (Ariawan, 2023)

Dalam studi yang dilakukan (Sagala & Marpaung, 2021), ditemukan bahwa sekitar 40% dari sengketa yang diajukan oleh konsumen Shopee terkait dengan ketidaksesuaian barang yang diterima dengan deskripsi produk. Hal ini menunjukkan pentingnya transparansi dan keakuratan informasi produk yang diberikan oleh penjual di platform Shopee

b. Keterlambatan Pengiriman Barang

Keterlambatan dalam pengiriman barang juga menjadi salah satu penyebab sengketa yang sering terjadi dalam transaksi e-commerce, termasuk di Shopee. Pengiriman barang yang tidak tepat waktu sangat merugikan konsumen, terutama ketika barang yang dipesan dibutuhkan dalam waktu yang spesifik. Misalnya, konsumen yang membeli hadiah ulang tahun atau produk yang harus segera digunakan, tetapi barang tersebut tiba terlambat.

Sementara Shopee menawarkan fitur pelacakan pengiriman yang memungkinkan konsumen untuk memantau status pengiriman, masalah keterlambatan sering kali disebabkan oleh masalah di pihak penyedia jasa pengiriman. Faktor-faktor seperti kesalahan pengemasan oleh penjual, masalah logistik, atau kesalahan dalam pemrosesan pengiriman dapat menyebabkan keterlambatan yang tidak diinginkan.

Keterlambatan pengiriman dapat menyebabkan konsumen merasa kecewa dan merugikan mereka, terutama jika barang yang dipesan memiliki tanggal kadaluarsa atau jika konsumen mengandalkan produk tersebut untuk tujuan mendesak. Berdasarkan laporan dari Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI), keterlambatan pengiriman seringkali menjadi keluhan utama dalam sektor e-commerce (KPKI, 2023). Dalam kasus-kasus seperti ini, konsumen dapat merasa dirugikan karena mereka telah membayar barang tetapi tidak dapat menggunakanannya tepat waktu (Nimrod et al., 2025).

c. Produk Rusak atau Cacat

Sengketa lainnya yang merugikan konsumen adalah ketika barang yang diterima dalam kondisi rusak atau cacat. Produk yang rusak bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk pengemasan yang buruk atau kerusakan selama proses pengiriman. Misalnya, konsumen yang membeli barang elektronik atau peralatan rumah tangga terkadang menerima produk yang sudah tidak berfungsi dengan baik atau rusak karena penanganan yang tidak hati-hati oleh pihak pengirim.

Produk yang cacat atau rusak menjadi masalah serius, karena konsumen telah mengeluarkan uang untuk barang yang tidak memenuhi standar kualitas yang dijanjikan. Selain itu, proses pengembalian barang yang rusak atau cacat sering kali memakan waktu lama, dan dalam beberapa kasus, konsumen mungkin harus menanggung biaya pengembalian barang ke penjual. Hal ini tentunya menambah beban bagi konsumen dan menyebabkan ketidakpuasan yang lebih besar. Berdasarkan penelitian oleh (Husnul Khatimah, 2022) sekitar 20% dari keluhan konsumen Shopee terkait dengan barang yang rusak atau cacat saat diterima.

d. Penipuan oleh Penjual (Seller Fraud)

Fenomena penipuan oleh penjual menjadi masalah serius yang dapat merugikan konsumen dalam transaksi e-commerce. Penipuan bisa terjadi ketika penjual mengiklankan barang yang tidak ada atau tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, dan setelah konsumen melakukan pembayaran, penjual tidak mengirimkan barang tersebut. Ini adalah bentuk penipuan yang merugikan konsumen, yang telah membayar barang tetapi tidak menerima produk apapun (Prabowo & Darmoko, 2025).

Meskipun Shopee telah menerapkan sistem verifikasi untuk memastikan kredibilitas penjual, namun penipuan tetap terjadi. Penjual yang tidak jujur ini bisa menghilang setelah menerima pembayaran, dan konsumen tidak bisa lagi menghubungi mereka. Penipuan semacam ini sangat merugikan konsumen, karena tidak hanya menyebabkan kerugian finansial tetapi juga merusak kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce.

Shopee menyediakan sistem Shopee Guarantee yang berfungsi untuk memberikan jaminan kepada konsumen agar mereka mendapatkan barang sesuai dengan yang dipesan atau menerima pengembalian dana jika barang tidak dikirimkan. Namun, penipuan tetap menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh Shopee dan platform e-commerce lainnya.

e. Masalah dalam Proses Pengembalian Barang (Refund)

Proses pengembalian barang dan pengembalian dana (refund) sering kali menjadi sumber sengketa antara konsumen dan penjual. Ketika produk yang diterima tidak sesuai atau rusak, konsumen berhak untuk mengembalikan barang dan meminta pengembalian dana. Namun, proses ini sering kali memakan waktu lama dan bisa membingungkan bagi konsumen, terutama jika mereka tidak mendapatkan informasi yang jelas tentang prosedur pengembalian barang.

Prosedur yang rumit dan ketidakpastian mengenai apakah pengembalian barang akan disetujui atau tidak dapat menyebabkan frustrasi bagi konsumen. Beberapa konsumen mengeluhkan bahwa mereka harus menunggu berhari-hari bahkan berminggu-minggu untuk mendapatkan pengembalian dana, meskipun mereka telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Shopee. Hal ini menjadi masalah besar karena konsumen merasa bahwa hak mereka tidak dilindungi dengan baik (Dudi Badruzaman, 2025).

f. Masalah Mengenai Barang Palsu.

Pelaku usaha maupun pihak dari konsumen tentunya dalam hal ini memiliki suatu keinginan dan tujuannya masing-masing, dalam hal ini pihak pelaku usaha menginginkan memperoleh suatu keuntungan ekonomis dari produk yang dijualnya tersebut, sedangkan dari pihak konsumen akan menginginkan adanya kepuasan atas produk yang dibelinya.

Pasal 4 UUPK memberikan hak kenyamanan bagi konsumen, sehingga jika pelaku usaha melakukan wanprestasi yang merugikan konsumen dan tidak memberikan kenyamanan, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab atas tindakannya sesuai dengan Pasal 19 UUPK. Wanprestasi diatur dalam KUHPerdata buku ke III Pasal 1234-1252 dan Pasal 1249 KUHPerdata mengatur ganti rugi sebagai bentuk tanggung jawab atas wanprestasi tersebut. Konsumen berhak mengajukan gugatan sesuai dengan Pasal 1365 KUHPerdata jika perbuatan melanggar hukum dan mengakibatkan kerugian terhadap orang lain. Gugatan dapat dilakukan melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau melalui badan peradilan di tempat kedudukan konsumen. Pelaku usaha yang merugikan konsumen dapat dituntut untuk membayar ganti rugi.

Product liability, atau tanggung gugat produk, adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan, memproses, atau mendistribusikan suatu produk. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), tanggung jawab ini menggunakan prinsip pertanggungjawaban mutlak, yang berarti beban pembuktian unsur kesalahan tidak ditujukan kepada konsumen, melainkan kepada pelaku usaha. UUPK mengatur tanggung jawab pelaku usaha terhadap semua barang diterapkannya product liability dalam UUPK terhadap pelaku usaha yang kemudian ternyata barang tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen maka pelaku usaha harus bertanggung jawab. Adanya product liability dalam memperoleh ganti rugi pembuktian unsur kesalahan bukan beban dari konsumen lagi, melainkan merupakan beban dari pelaku usaha untuk membuktikan bahwa mereka tidak bersalah (pembuktian terbalik). Hal tersebut ditetapkan dalam Pasal 28 UUPK yang menegaskan bahwa pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi dalam Pasal 19 UUPK merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha

Dalam banyak kasus, penjual di e-commerce diberi tanggung jawab untuk memastikan bahwa barang yang mereka jual adalah legal, aman, dan sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Pelanggaran terhadap tanggung jawab ini dapat mengakibatkan tuntutan hukum dan sanksi, termasuk denda atau penghentian kegiatan bisnis. Konsumen juga memiliki hak hukum untuk mendapatkan ganti rugi jika mereka menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau barang tiruan. (Pradnyaswari, dkk. 2020)

g. Masalah Terkait Kesalahan Logistik

Penurunan Signifikan dalam pengiriman paket dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan logistik berbasis startup. Dalam pelaksanaan pengiriman paket melalui Shopee Express, terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Salah satu hambatan yang sering terjadi adalah kesalahan dalam penginputan kode pesanan buyer oleh admin, yang dapat mengakibatkan salah pengiriman lokasi tujuan dan penerima paket. Untuk mengatasi hal ini, perlu ditingkatkan pengawasan dan verifikasi saat penginputan data agar mengurangi kesalahan yang terjadi. Pelatihan bagi admin dan penggunaan sistem yang memudahkan proses penginputan juga dapat membantu mengurangi kesalahan tersebut.

Selain itu, koordinasi antara pihak admin dengan tim sortir di gudang juga menjadi hambatan dalam pelaksanaan pengiriman paket. Terkadang, terjadi kesalahan dalam penempelan awb atau resi pada paket yang dapat mempengaruhi pengiriman yang

akurat. Untuk mengatasi hal ini, perlu ditingkatkan komunikasi dan koordinasi antara admin dan tim sortir. Penggunaan sistem terintegrasi dan pelabelan yang jelas pada paket dapat membantu meminimalkan kesalahan tersebut. Pelatihan juga perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya keselarasan data dan resi dalam pengiriman paket.

Selanjutnya, keterlambatan dalam proses pick up paket dari service point atau outlet Shopee Express oleh tim first mile juga merupakan hambatan yang sering terjadi. Untuk mengatasi masalah ini, perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan dalam perencanaan logistik serta penjadwalan pick up yang lebih efisien. Penyediaan sumber daya yang cukup, seperti armada dan personel, juga penting untuk memastikan pick up dilakukan tepat waktu. Penggunaan teknologi dan sistem informasi logistik dapat membantu memonitor dan mengoptimalkan proses pick up, sehingga keterlambatan dapat dikurangi.

Dalam upaya mengatasi hambatan-hambatan dalam pengiriman barang/paket di Shopee Express, beberapa solusi yang dapat diterapkan adalah Shopee Express dapat memberikan give away atau cashback secara reguler sebagai insentif. Dengan mengakumulasi jumlah paket dan total ongkir setiap pengiriman, pelanggan akan mendapatkan reward yang dapat mendorong mereka untuk menggunakan layanan Shopee Express secara berkelanjutan. Untuk mendukung seller besar, Shopee Express dapat menyediakan asset seperti paper termal dan mesin termal. Hal ini akan memudahkan seller dalam mencetak resi setiap barang atau paket yang akan dikirimkan. Dengan proses persiapan yang lebih cepat dan akurat, potensi kesalahan dalam penempelan resi dapat dikurangi. Menyediakan layanan pick up juga merupakan solusi yang efektif.

Shopee Express dapat mengatur tim untuk mengambil paket langsung dari lokasi seller, sehingga seller tidak perlu datang ke outlet atau service point Shopee Express. Dalam menjalankan layanan ini, Shopee Express perlu menjaga kualitas pelayanan dan memberikan pengalaman yang baik kepada seller saat berkunjung ke service point. (Peter Rajauguk, Et.al., 2023)

h. Masalah Terkait Manipulasi Harga

E-Commerce sering dianggap sebagai platform yang menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan, tetapi pada kenyataannya, juga memiliki berbagai permasalahan. Beberapa risiko yang dapat dihadapi pengguna e-commerce meliputi ketidaksesuaian antara jenis dan kualitas barang yang dijanjikan dalam iklan, ketidakakuratan dalam pengiriman barang, akses ilegal ke sistem informasi, pencurian data, dan sebaginya. Praktik price anchoring yang menciptakan ilusi harga lebih rendah tanpa memberikan informasi yang benar tentang harga asli atau kualitas produk, bertentangan dengan prinsip-prinsip ini. Hal ini menyesatkan konsumen dan mengurangi transparansi dalam transaksi, yang bertujuan menjaga integritas dan keadilan dalam perdagangan.

Penjual yang tidak memberikan informasi yang jelas mengenai harga asli atau kualitas produk berisiko melakukan penipuan atau tadmis, yang bertentangan dengan prinsip keadilan dalam ekonomi syariah. Menjual barang tiruan atau barang dengan kualitas yang lebih rendah tanpa penjelasan yang jelas mengenai status barang dapat dianggap sebagai bentuk penipuan yang merugikan konsumen. Diskon yang menyesatkan konsumen dapat dianggap melanggar kewajiban ini, karena menampilkan harga yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang ditawarkan. Konsumen yang membeli produk dengan harga diskon besar sering kali merasa tertipu ketika produk yang diterima tidak

sesuai dengan harapan mereka. Ketidaksesuaian antara promosi dan kualitas produk yang diterima menunjukkan bahwa praktik diskon melanggar hak konsumen dan merusak kepercayaan mereka terhadap platform e-commerce. Fenomena diskon yang tidak sesuai dengan aturan Shopee mencantumkan ketentuan dalam syarat dan ketentuan yang melarang praktik menaikkan harga produk sebelum melakukan promosi, masih banyak praktik yang melanggar aturan ini.

Namun, meskipun demikian, daftar tersebut tidak mencakup ketentuan mengenai konsekuensi yang dapat memberikan efek jera secara signifikan. Sebagai gantinya, hanya diindikasikan bahwa unggahan atau akun milik pelaku usaha dapat dihapus, diblokir, atau di take down jika terbukti atau dilaporkan melakukan diskon palsu, di mana banyak iklan yang mengiklankan produk dengan harga yang tidak sesuai dengan barang yang sebenarnya dijual.

Harga yang tercantum dalam iklan sering kali lebih murah daripada harga aslinya, dan dalam beberapa kasus, terdapat perbedaan antara gambar produk dan harga yang ditampilkan pada barang yang dijual. Bahkan, ada kasus di mana harga murah yang ditampilkan dalam iklan tidak berlaku untuk produk yang diiklankan, tetapi untuk barang lain yang tidak tercantum dalam tampilan iklan. (Revaldi Rahmadoni, 2020)

2. Mekanisme Penyelesaian Sengketa antara Pelaku Usaha dengan Konsumen di Platform Shopee

Shopee menyediakan berbagai mekanisme penyelesaian sengketa untuk memastikan bahwa konsumen yang merasa dirugikan dapat menyelesaikan masalah mereka dengan adil dan cepat. Meskipun demikian, mekanisme penyelesaian sengketa ini tidak selalu berjalan lancar, terutama dalam kasus-kasus yang lebih kompleks. Berikut adalah mekanisme yang diterapkan oleh Shopee untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

a. Sistem Pengaduan (Complaint System)

Salah satu mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan oleh Shopee adalah sistem pengaduan. Dalam sistem ini, konsumen yang mengalami masalah dalam transaksi dapat mengajukan keluhan kepada Shopee. Keluhan yang diajukan bisa terkait dengan produk yang tidak sesuai, pengiriman yang terlambat, atau pengembalian barang yang tidak disetujui. Shopee memiliki tim Customer Service yang akan menangani setiap pengaduan yang masuk (Dudi Badruzaman, 2025)

Setelah pengaduan diterima, tim customer service Shopee akan memverifikasi klaim tersebut dengan menghubungi penjual dan memeriksa bukti-bukti yang ada, seperti foto produk, bukti pengiriman, dan komunikasi antara konsumen dan penjual. Jika masalah tidak dapat diselesaikan antara konsumen dan penjual, Shopee akan menawarkan solusi berupa pengembalian barang atau pengembalian dana sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Meskipun sistem ini dirancang untuk memberikan solusi bagi konsumen, beberapa penelitian menunjukkan bahwa tidak semua pengaduan dapat diselesaikan dengan cepat atau adil. Beberapa konsumen melaporkan bahwa mereka harus menunggu berhari-hari bahkan berminggu-minggu untuk mendapatkan respons yang memadai dari Shopee (Habibi et al., 2025)

Sistem pengaduan merupakan fondasi utama penyelesaian sengketa di Shopee karena menjadi jalur paling awal ketika konsumen mengalami masalah. Pada level ini, hubungan antara konsumen, penjual, dan platform diuji secara langsung melalui mekanisme verifikasi bukti dan respons administratif. Shopee menempatkan tim Customer Service sebagai garda depan, namun efektivitas sistem ini sangat dipengaruhi oleh kecepatan respons, keakuratan penilaian, dan transparansi prosesnya.

Dalam praktiknya, complaint system menghadapi tantangan besar karena volume transaksi harian Shopee yang sangat tinggi yang membuat beban verifikasi meningkat secara eksponensial. Ketika konsumen mengirimkan komplain, Shopee harus melakukan cross-check bukti visual, riwayat percakapan, dan data logistik. Proses ini

idealnya dilakukan secara cepat, tetapi realitasnya sering mengalami bottleneck, terutama pada jam-jam sibuk atau periode promosi besar seperti 11.11 dan 12.12. Lambatnya penanganan tidak hanya menyebabkan rasa frustrasi konsumen tetapi juga memengaruhi kepercayaan mereka terhadap integritas platform.

Dari sisi penjual, sistem pengaduan juga dapat menjadi tekanan tersendiri. Tidak sedikit penjual yang mengaku keberatan karena mereka harus membuktikan bahwa barang yang dikirim sudah sesuai, sementara sistem sering kali lebih memihak konsumen untuk menjaga reputasi platform. Ketidakseimbangan ini bisa menciptakan persepsi negatif terhadap fairness proses. Selain itu, adanya potensi manipulasi bukti oleh oknum konsumen yang tidak bertanggung jawab menjadi salah satu celah sistem yang memerlukan perhatian.

Secara keseluruhan, complaint system Shopee memerlukan penguatan pada sisi edukasi bukti standar minimal, peningkatan kapasitas tim verifikasi, dan pengembangan algoritma berbasis AI yang mampu mendeteksi manipulasi bukti serta memberikan estimasi waktu penyelesaian yang lebih akurat. Hal ini penting untuk menciptakan mekanisme yang benar-benar adil dan bisa meningkatkan kepercayaan kedua belah pihak.

b. Pengembalian Barang dan Refund (Return and Refund)

Shopee menyediakan fitur pengembalian barang dan refund yang memungkinkan konsumen untuk mengembalikan barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau cacat. Konsumen dapat mengajukan permintaan pengembalian barang dalam waktu tertentu setelah barang diterima, dan jika klaim diterima, Shopee akan memproses pengembalian dana kepada konsumen. Namun, proses ini sering kali memerlukan waktu yang lama, dan konsumen mungkin merasa frustasi jika mereka tidak mendapatkan informasi yang jelas tentang status pengembalian barang mereka.

Meskipun Shopee telah mencoba memperbaiki sistem ini dengan memperkenalkan kebijakan Shopee Guarantee, yang menjamin pengembalian dana jika barang tidak diterima atau tidak sesuai dengan deskripsi, beberapa konsumen tetap mengeluhkan lambatnya proses pengembalian dana dan ketidakpastian dalam prosedur pengembalian barang (Afrina & Siregar, 2025).

Mekanisme return and refund merupakan salah satu elemen kunci yang paling sensitif dalam penyelesaian sengketa karena berhubungan langsung dengan kerugian materi konsumen. Ketika barang tidak sesuai deskripsi atau mengalami kerusakan, konsumen berhak mengajukan permintaan pengembalian dalam batas waktu tertentu. Namun, implementasi mekanisme ini sering kali menimbulkan masalah, terutama terkait lamanya proses dan minimnya kejelasan informasi yang diterima konsumen.

Selain lamanya waktu, salah satu akar persoalan return and refund adalah ketidaksinkronan antara sistem Shopee dan proses logistik. Misalnya, ketika barang dikembalikan, terdapat periode "masa tunggu verifikasi" yang panjang karena barang harus sampai dulu ke penjual, baru kemudian diverifikasi, lalu barulah sistem memproses refund. Proses berlapis ini tidak jarang membuat konsumen merasa berada dalam ketidakpastian, apalagi jika penjual lambat memberikan konfirmasi.

Di sisi lain, penjual juga berada dalam posisi yang tidak mudah. Mereka menanggung potensi kerugian ketika barang yang dikembalikan dalam kondisi rusak akibat perlakuan pembeli atau pihak logistik. Ketika sistem secara otomatis menyetujui refund tanpa menimbang kondisi barang yang kembali, ini dapat menciptakan ketidakadilan bagi penjual kecil yang bergantung pada margin tipis.

Kebijakan Shopee Guarantee memang memperbaiki sebagian persoalan dengan menahan dana hingga transaksi dinyatakan selesai, namun efektivitasnya masih tergantung pada integritas pelaku dan kecepatan sistem internal. Untuk meningkatkan kualitas mekanisme ini, Shopee perlu memperjelas standard operating procedure (SOP) verifikasi barang, memberikan timeline pasti proses refund, memperbaiki antarmuka tracking status pengembalian, dan melakukan integrasi lebih kuat antara sistem logistik

dengan sistem dispute resolution.

c. Mediasi dan Arbitrase

Jika sengketa tidak dapat diselesaikan melalui pengaduan langsung antara konsumen dan penjual, Shopee menyediakan mediasi atau arbitrase sebagai opsi penyelesaian sengketa. Dalam mekanisme ini, pihak ketiga (misalnya, mediator atau arbiter) akan dilibatkan untuk membantu menyelesaikan masalah yang ada. Mediasi dan arbitrase ini bertujuan untuk mencari solusi yang adil bagi kedua belah pihak tanpa harus melibatkan jalur hukum yang lebih panjang dan rumit.

Penyelesaian sengketa melalui pihak ketiga memungkinkan kedua belah pihak untuk menemukan jalan tengah yang dapat diterima oleh konsumen dan penjual. Namun, keberhasilan dari mekanisme ini sangat tergantung pada efektivitas mediator dan pemahaman mereka terhadap peraturan yang ada (Raharjo et al., 2024).

Mediasi dan arbitrase merupakan mekanisme penyelesaian sengketa tingkat lanjut ketika negosiasi langsung antara konsumen dan penjual tidak membawa hasil. Dalam tahap ini, Shopee menghadirkan pihak ketiga sebagai fasilitator yang bertugas mencari titik temu. Mekanisme ini sebenarnya memberi alternatif yang lebih adil dibanding penyelesaian sepihak, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kualitas sumber daya mediator.

Tantangan utama dalam mediasi Shopee adalah tingginya volume kasus yang menyebabkan mediator tidak memiliki waktu memadai untuk mendalami tiap sengketa. Akibatnya, keputusan yang dihasilkan terkadang terlalu administratif, tanpa mempertimbangkan konteks lebih luas seperti karakteristik produk, riwayat penjual, atau kebiasaan pengiriman. Padahal, sengketa yang kompleks seperti barang rusak karena ambiguitas pengemasan memerlukan analisis lebih mendalam.

Selain itu, banyak pengguna mengaku bahwa proses mediasi sering terasa seperti formalitas karena mediator kerap memberikan keputusan berdasarkan pola kasus serupa sebelumnya, bukan pada bukti spesifik. Ini berpotensi mereduksi kualitas keadilan substantif. Dari sisi penjual, arbitrase juga dapat terasa merugikan karena mereka merasa tidak dilibatkan secara cukup dalam proses pembuktian.

Idealnya, mediasi membutuhkan tenaga ahli yang menguasai regulasi perlindungan konsumen, hukum transaksi elektronik, serta prosedur perdagangan digital. Selain itu, Shopee dapat memperkuat mekanisme arbitrase dengan menghadirkan panel pengambil keputusan, bukan hanya satu mediator, untuk mengurangi bias. Sistem AI juga bisa diterapkan untuk memetakan pola kasus dan memberikan insight pendukung, bukan sebagai pengambil keputusan.

d. Sistem Penilaian dan Ulasan (Rating and Review System)

Shopee juga memiliki sistem penilaian dan ulasan yang memungkinkan konsumen untuk memberikan umpan balik terkait transaksi yang telah dilakukan. Sistem ini memberi kesempatan kepada konsumen untuk memberikan penilaian terhadap produk dan penjual. Penjual yang mendapatkan rating dan ulasan negatif sering kali akan berusaha memperbaiki layanan mereka untuk meningkatkan reputasi mereka di platform Shopee.

Sistem ulasan ini juga memberi tekanan kepada penjual untuk menjaga kualitas barang dan layanan mereka, serta memberikan konsumen wawasan mengenai kredibilitas penjual sebelum melakukan pembelian. Namun, sistem ini hanya memberikan incentive jangka panjang bagi penjual dan tidak selalu dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen pada saat itu (Masferisa et al., 2025).

Sistem rating dan ulasan memegang peranan strategis dalam ekosistem Shopee karena memengaruhi reputasi penjual dan keputusan pembelian konsumen berikutnya. Namun, sistem ini lebih berfungsi sebagai mekanisme preventif dan jangka panjang, bukan sebagai penyelesaian sengketa yang bersifat langsung. Konsumen memanfaatkan rating untuk menilai kredibilitas penjual, sementara penjual melihat ulasan sebagai indikator keberhasilan layanan.

Sayangnya, sistem ini sering disalahgunakan baik oleh konsumen maupun penjual. Konsumen yang kecewa dapat memberikan ulasan negatif meskipun sengketa sedang dalam proses penyelesaian atau bahkan setelah diberikan solusi oleh penjual. Sebaliknya, ada pula penjual yang memberi insentif untuk ulasan positif yang tidak autentik. Praktik-praktik ini melemahkan akurasi rating dan mengganggu integritas sistem.

Bagi penyelesaian sengketa, ulasan negatif memang memberi tekanan moral bagi penjual, namun tidak memberikan solusi langsung kepada konsumen. Bahkan, konsumen kadang menggunakan ancaman ulasan buruk sebagai alat negosiasi yang tidak sehat. Jika tidak diawasi, sistem rating berpotensi menjadi ruang konflik baru.

Untuk memperbaiki efektivitas sistem ini, Shopee perlu menerapkan filter ulasan berbasis AI untuk mendeteksi ulasan palsu, membatasi ulasan sebelum sengketa ditutup, serta memberikan fitur revisi ulasan apabila masalah sudah selesai dengan baik. Dengan demikian, rating benar-benar mencerminkan kualitas layanan secara objektif.

e. Kebijakan Perlindungan Konsumen Shopee

Shopee memiliki kebijakan perlindungan konsumen yang bertujuan untuk memberikan jaminan kepada konsumen jika terjadi masalah dalam transaksi. Kebijakan ini mencakup pengembalian barang, pengembalian dana, dan penyelesaian sengketa yang lebih adil dan transparan. Selain itu, Shopee juga memperkenalkan fitur Shopee Guarantee, yang memastikan bahwa konsumen dapat memperoleh pengembalian dana atau penggantian barang jika barang tidak diterima atau tidak sesuai dengan deskripsi produk (Jumiran et al., 2025).

Dengan kebijakan ini, Shopee berusaha untuk melindungi konsumen dari kerugian yang dapat ditimbulkan akibat transaksi yang tidak sesuai atau barang yang rusak. Namun, efektivitas kebijakan ini bergantung pada seberapa cepat dan adil proses penyelesaian sengketa dilakukan.

Kebijakan perlindungan konsumen Shopee merupakan payung besar yang menaungi seluruh mekanisme penyelesaian sengketa. Tujuannya adalah menjaga rasa aman pengguna dan memastikan setiap transaksi memiliki akuntabilitas. Kebijakan seperti Shopee Guarantee membantu mencegah kerugian sepihak, tetapi efektivitasnya tetap ditentukan oleh implementasi operasional.

Persoalan yang muncul adalah bagaimana menerapkan perlindungan konsumen tanpa menimbulkan ketimpangan perlindungan bagi pelaku usaha. Dalam banyak kasus, platform cenderung memberikan prioritas kepada konsumen demi menjaga kepercayaan pasar. Namun, hal ini sering menimbulkan ketidakpuasan bagi penjual yang merasa dirugikan karena keputusan refund atau pengembalian barang tidak selalu mempertimbangkan kondisi sebenarnya.

Selain itu, banyak penjual kecil belum memahami secara mendalam isi kebijakan perlindungan konsumen Shopee. Mereka hanya mengikuti instruksi di aplikasi tanpa memahami dampak jangka panjang pada reputasi, performa toko, dan saldo penjualan. Kurangnya edukasi ini dapat memperparah ketidaksepakatan dalam sengketa.

Dari sisi strategi operasional, kebijakan perlindungan ini perlu dilengkapi dengan mekanisme transparansi keputusan, pemberian bukti lengkap kepada kedua pihak, serta peningkatan akurasi sistem keamanan transaksi. Shopee juga perlu memperkuat awareness mengenai hak dan kewajiban pengguna, baik konsumen maupun penjual, agar penyelesaian sengketa tidak selalu bergantung pada interpretasi sepihak.

Melihat berbagai mekanisme penyelesaian sengketa yang telah disediakan oleh Shopee, tampak bahwa platform ini berupaya membangun ekosistem transaksi yang aman, adil, dan dapat dipertanggungjawabkan. Namun, dinamika di lapangan menunjukkan bahwa implementasi mekanisme tersebut tidak selalu seideal konsep yang dirancang. Tantangan operasional, tingginya volume transaksi harian, serta keragaman karakter pelaku usaha dan konsumen sering menimbulkan gap antara regulasi internal Shopee dan realitas penyelesaian sengketa. Dari sinilah pentingnya melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap keberfungsian mekanisme-mekanisme tersebut.

Pertama, sistem pengaduan (complaint system) memang menjadi pintu masuk utama bagi konsumen yang merasa dirugikan. Akan tetapi, dependensi pada verifikasi bukti digital sering memunculkan ketimpangan posisi tawar. Misalnya, konsumen yang kurang memahami syarat bukti foto atau dokumentasi transaksi kerap mengalami penolakan klaim, meskipun keluhan mereka valid. Hal ini menunjukkan bahwa selain menyediakan sistem pengaduan, edukasi konsumen mengenai standar pembuktian seharusnya menjadi fokus Shopee ke depan. Di sisi lain, pelaku usaha juga mengeluhkan klaim tidak sah dari oknum konsumen yang memanfaatkan kelemahan sistem. Ketidakseimbangan ini menunjukkan perlunya peningkatan akurasi algoritma verifikasi serta pengawasan manusia yang lebih ketat dalam kasus tertentu yang sensitif.

Mekanisme pengembalian barang dan refund semakin memperlihatkan kompleksitasnya ketika berhadapan dengan penjual kecil yang bergantung pada arus kas harian. Proses refund yang tertunda bukan hanya merugikan konsumen tetapi juga menciptakan risiko finansial bagi penjual yang harus menanggung biaya pengiriman ulang atau kerusakan barang. Ketidakpastian timeline penyelesaian refund merupakan salah satu kritik terbesar terhadap sistem ini. Shopee memang mencoba menjawab kritik tersebut melalui fitur Shopee Guarantee, tetapi efektivitasnya masih bervariasi tergantung pola kerja seller, kesiapan logistik, dan kemampuan verifikasi tim internal.

Mediasi dan arbitrase, meskipun tampak sebagai mekanisme yang lebih dewasa dan berorientasi solusi, juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan kapasitas mediator internal. Dalam praktiknya, proses mediasi lebih sering berfungsi sebagai formalitas administratif daripada forum negosiasi yang sejati. Banyak kasus menunjukkan bahwa mediator tidak memiliki cukup ruang untuk menggali akar masalah secara komprehensif karena tingginya beban kasus harian. Idealnya, mekanisme ini memerlukan tenaga ahli yang memahami hukum perlindungan konsumen, pola transaksi digital, dan dinamika e-commerce, sehingga hasil mediasi memiliki bobot keadilan yang lebih proporsional.

Sistem penilaian dan ulasan (rating and review) memang memberikan efek jangka panjang berupa tekanan reputasional terhadap penjual. Namun, sistem ini tidak serta-merta menyelesaikan sengketa yang sedang berlangsung. Ketergantungan konsumen pada ulasan sering menciptakan bias baru: misalnya, reputasi tinggi kadang membuat konsumen ragu mengajukan complain, atau reputasi rendah justru memicu prasangka negatif yang memperkeruh proses penyelesaian. Di sisi lain, ancaman ulasan buruk sering digunakan konsumen sebagai alat tekanan terhadap penjual, yang pada akhirnya dapat mengganggu objektivitas penyelesaian sengketa.

Kebijakan perlindungan konsumen Shopee pada dasarnya dirancang untuk memprioritaskan keamanan transaksi. Namun, instrumen perlindungan ini tetap menghadapi dilema klasik platform digital: bagaimana menyeimbangkan perlindungan konsumen tanpa mengabaikan keadilan bagi pelaku usaha. Shopee berada di posisi yang harus menjaga kepercayaan kedua belah pihak secara seimbang. Ketika terlalu memihak konsumen, pelaku usaha akan merasa dirugikan dan hengkang dari platform; tetapi jika terlalu mendukung penjual, konsumen akan kehilangan rasa aman dan enggan bertransaksi.

Dari keseluruhan dinamika ini, dapat disimpulkan bahwa mekanisme penyelesaian sengketa Shopee sebenarnya telah berada di arah yang benar, namun masih memerlukan penguatan pada aspek efisiensi, transparansi, dan proporsionalitas perlindungan. Peningkatan literasi konsumen dan penjual, pemanfaatan teknologi verifikasi berbasis kecerdasan buatan

yang lebih presisi, serta penguatan kapasitas tim mediasi merupakan langkah yang strategis untuk mewujudkan penyelesaian sengketa yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan demikian, platform tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi digital, tetapi juga sebagai ekosistem yang menjamin rasa aman, kepercayaan, dan keberlanjutan hubungan antara pelaku usaha dan konsumennya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli di platform e-commerce seperti Shopee menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dan pelaku usaha. Namun, dengan berkembangnya transaksi online, muncul berbagai potensi sengketa yang dapat merugikan konsumen. Bentuk sengketa yang sering terjadi meliputi ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman barang, produk yang rusak atau cacat, penipuan oleh penjual, serta masalah dalam proses pengembalian barang dan pengembalian dana (refund). Ketidaksesuaian produk, keterlambatan, dan kerusakan barang merupakan masalah yang paling umum ditemukan dan dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen yang berujung pada sengketa yang merugikan kedua belah pihak.

Shopee, sebagai platform e-commerce, telah menyediakan beberapa mekanisme untuk penyelesaian sengketa, seperti sistem pengaduan, pengembalian barang, mediasi, dan kebijakan perlindungan konsumen melalui fitur Shopee Guarantee. Namun, meskipun mekanisme tersebut ada, efektivitasnya masih sering dipertanyakan, terutama dalam kasus-kasus yang lebih kompleks, seperti pengembalian dana yang memakan waktu lama atau pengembalian barang yang tidak sesuai prosedur. Oleh karena itu, meskipun Shopee berusaha meningkatkan keadilan bagi konsumen, perlu adanya perbaikan dalam prosedur yang lebih transparan, cepat, dan mudah diakses. Penyelesaian sengketa yang efektif akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform dan pelaku usaha di Shopee, serta menciptakan pengalaman belanja yang lebih aman dan memuaskan. Untuk itu, penting bagi Shopee untuk terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap sistem penyelesaian sengketa yang ada, agar konsumen dapat dilindungi dengan lebih baik dan memperoleh keadilan dalam setiap transaksi yang mereka lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Afrina, D. N., & Siregar, H. A. (2025). Dispute Resolution In Online Sales And Purchase Agreements On E-Commerce Shopee. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 6(1), hlm. 81–88. <https://doi.org/10.38035/jlph.v6i1.2386>.
- Ariawan, A. M. P. (2023). Analysis of Dispute Resolution in the Marketplace For Consumer Losses: A Comparative Study Between Shopee And Amazon. *Lex Prudentium Law Journal*, 1(2), hlm. 122–138. <https://doi.org/10.61619/lexprudentium.v1i2.15>.
- Cindy Mariam Magdalena Rantung. (2025). Legal Protection of Consumers in Electronic Transactions: Its Implementation in the Local Economic Sector of Tomohon. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(3), hlm. 1067–1077. <https://doi.org/10.36526/santhet.v9i3.5629>.
- Dudi Badruzaman, D. B. (2025). Legal Review of Consumer Protection in E-Commerce Transactions in Indonesia. *Equality : Journal of Law and Justice*, 2(1), hlm. 89–102. <https://doi.org/10.69836/equality-jlj.v2i1.271>.
- Habibi, M., Febriana, N., Karima, N. K., Sudjatmiko, B., Ilmu, M., & Universitas, H. (2025). PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI DI MARKETPLACE DITINJAU DARI UNDANG UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN CONSUMER. *Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis*, 6(4), hlm. 1–18.
- Husnul Khatimah. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Aplikasi Lazada Dan Shopee. *Lex Lata*, 384–0404, hlm. 384–404.
- Jumiran, J., Bonggoibo, A., & Kariadi, J. (2025). A Critical Review of Shopee 's Consumer Compensation Policies : An Indonesian Legal Perspective consumer legal protection is realized in Indonesian e-commerce practice . 1999 on Consumer Protection (UUPK) — which affirms the right to comfort , safety ,. *Jurnal Ilmu Hukum Kyadiren*, 7(1), hlm. 555–569. <https://doi.org/10.46924/jihk.v7i1.321>
- Masferisa, A. F., Hidayat, Y., Al, U., Indonesia, A., & Hukum, P. (2025). Perlindungan Hukum dan Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Bina Mulia Hukum*, 14(8). <https://doi.org/10.37893/jbh.v14i2.1229>.
- Narayan Wijaya, D., Subekti, Handayati, N., & Marwiyah, S. (2024). Tanggung Gugat Perdata Atas Kerugian Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Dalam Transaksi Online Secara Cash On Delivery (COD) Di E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Publicum*, 5(2), 18–25. <https://doi.org/10.55551/jip.v5i2.142>.
- Nimrod, Tri Susanti, & Sinaga, I. P. A. S. (2025). Legal Aspects of Contracts in Digital Transactions Through E-Commerce Shopee With QRIS Payment Method. *Journal of Practice Learning and Educational Development*, 5(2), hlm. 429–434. <https://doi.org/10.58737/jpled.v5i2.452>.
- Oktaviani, S. (2022). Implementation of Online Dispute Resolution (Odr) As an Alternative Dispute Resolution in Tokopedia. *De'Rechtsstaat*, 8(1), hlm. 57–72. <https://doi.org/10.30997/jhd.v8i1.5510>.
- Peter Rajaguguk, Bambang Haryono, Hardani, Arief Fdholi (2023). Penerapan Sistem Pelayanan Trace To Tracking Shopee Express Pada PT. Nusantara Ekspress Kilat Di Service Point Jakarta. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin p-ISSN 2716-3911 Vol.4 (1)*. hlm. 110-112.
- Prabowo, M. B. G., & Darmoko, M. (2025). Legal Protection for Sellers in Online Transactions With Cash on Delivery (Cod) Payments At Pt Shopee Internasional Indonesia. *Journal of Court and Justice*, 4(1), hlm. 25–40. <https://doi.org/10.56943/cj.v4i1.758>.
- Pradnyaswari, Ida Ayu Eka and I. Ketut Westra. 5 (2020). “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa E-commerce”. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8(5). hlm. 758–766.
- Revaldi, Rahmadoni. (2020). Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Hukum atas Iklan Clickbait di E-Commerce Shopee. (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Raharjo, H. P., Istri, C., Laksmi, D., & Sucana, I. W. P. (2024). Perlindungan Hukum Pembeli atas Ketidaksesuaian Kualitas Barang dan Jasa Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Hendro. *Syntax Admiration:*, 5(9), 3667–3680.

Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik