

Tanggungjawab Pelaku Usaha Di Marketplace Shopee Atas Refund Tidak Terealisasi : Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Atika Farha Siregar¹, Sahliah²

Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia^{1,2}

atikafarhasiregar@gmail.com

Abstrak

Penjualan online kerap mengalami masalah, seperti barang yang rusak atau tidak sesuai deskripsi. Shopee sebagai marketplace menyediakan fitur refund, namun tidak semua refund terealisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prosedur, penyebab, dampak refund tidak terealisasi dan tanggung jawab pelaku usaha di Shopee berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan Living Care Studies Approach dan Conceptual Approach. Hasil penelitian menunjukkan (i) proses refund yang tidak terealisasi dapat menimbulkan kendala bagi konsumen dan memakan waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, perlu adanya perhatian dari pihak Shopee dan penjual untuk memastikan bahwa refund dapat dilakukan dengan cepat dan efektif; (ii) beberapa faktor seperti ketidakjelasan dalam proses refund antara pembeli dan penjual, ketidaktahuan penjual tentang cara refund yang benar, atau masalah teknis pada sistem Shopee.; (iii) refund tidak terealisasi memiliki dampak yang merugikan secara finansial pada konsumen dan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen pada platform e-commerce yang digunakan.; dan (iv) pelaku usaha yang tidak menunaikan refund yang telah disepakati di marketplace Shopee dapat dikenakan sanksi atau hukuman, tetapi sanksi atau hukuman tersebut tergantung pada kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen, serta kesepakatan antara pelaku usaha dan Shopee sebagai platform. Oleh karena itu, perlu adanya kebijakan yang jelas untuk memastikan tanggung jawab pelaku usaha dalam refund yang tidak terealisasi.

Kata Kunci: Tanggungjawab, Pelaku Usaha, Refund, Onlineshop

Abstract

Online sales often experience problems, such as goods that are damaged or don't match the description. Shopee, as a marketplace, provides a refund feature, but not all refunds are realized. This study aims to find out the procedures, causes, and impact of unrealized refunds and the responsibilities of business actors at Shopee based on the Compilation of Sharia Economic Law. This research uses the Living Care Studies Approach and the Conceptual Approach. The results of the study show that refund processes that are not realized can cause problems for consumers and take quite a long time. Therefore, it is necessary to pay attention to Shopee and sellers to ensure that refunds can be made quickly and effectively; (ii) several factors such as ambiguity in the refund process between buyers and sellers, sellers' ignorance of the correct refund method, or technical problems in the Shopee system; (iii) unrealized refunds have a financially detrimental impact on consumers and can affect consumer confidence in the e-commerce platform used; and (iv) business actors who do not pay the agreed refund at the Shopee marketplace may be subject to sanctions or penalties, but these sanctions or penalties depend on the agreement between the business actor and the consumer, as well as the agreement between the business actor and Shopee as a platform. Therefore, it is necessary to have a clear policy to ensure the responsibility of business actors for unrealized refunds.

Keywords: Responsibility, Business Actor, Refund, Online Shop

I. PENDAHULUAN

Transaksi jual beli online melalui marketplace menjadi suatu layanan yang sangat diminati saat ini. Marketplace merupakan perantara antara penjual dengan pembeli di dunia maya (Robina Ramírez et al., 2020). Situs marketplace bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan serta fasilitas pembayaran (Ghazali et al., 2019). Perkembangan teknologi dan perkembangan teknologi yang begitu pesat mengakibatkan perkembangan dalam dunia perdagangan juga semakin pesat (Kurniawati & Rahmawan, 2021).

Hal tersebut tentu saja akan memudahkan para konsumen dan pelaku usaha. Saat ini, masyarakat Indonesia sudah banyak yang menggunakan teknologi elektroniknya untuk mencari kebutuhan yang diinginkannya dan semakin banyak pula pengusaha yang memanfaatkan teknologi aplikasi untuk menjual barang dan jasa yang ditawarkan kepada para konsumen. Menurut Achmad dan Rachmat “E-Commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis” Kita tentu sama-sama mengetahui bahwa proses globalisasi tengah berlangsung dewasa ini (Achmad & Rachmat, 2021), menurut Susanti “E-Commerce akan dapat semakin mempercepat proses perekonomian pada negeri ini dan hal tersebut tidak diragukan lagi karena melihat keuntungan yang dihasilkan cukup tinggi (Susanti, 2022).

Dapat kita ketahui bahwa banyak sekali pelaku usaha yang memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk mengembangkan bisnis atau usahanya. Salah satu usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha tersebut ialah dengan menciptakan suatu aplikasi pintar yang dapat digunakan untuk menghubungkan masyarakat dan pelaku usaha. Akses ke pasar akan menjadi mudah dan cepat dengan menggunakan aplikasi teknologi (Mathews et al., 2019). Aplikasi juga dapat memfasilitasi para penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi dengan menggunakan suatu perangkat elektronik (Crittenden et al., 2019).

Jika di dunia nyata seorang penjual dan pembeli bertemu dalam sebuah pasar, maka dalam dunia maya seorang penjual dan pembeli dipertemukan melalui suatu aplikasi marketplace. Marketplace merupakan salah satu platform, platform adalah wadah berupa aplikasi, situs internet, dan/atau layanan konten lainnya berbasis internet yang digunakan untuk interaksi dan/atau fasilitasi perdagangan melalui sistem elektronik (Crockett & Grier, 2021; Konhäusner et al., 2021). Dalam hal ini peran penyedia platform adalah sebagai perantara

antara penjual dan pembeli didalam aplikasi tersebut, untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam melakukan perdagangan secara online (Bahtiar, 2020).

Sedangkan marketplace itu sendiri adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi (Perkasa & Saly, 2022; Reinecke & Donaghey, 2021). Berbeda dengan situs internet perdagangan online yang hanya ada satu toko didalamnya atau online shop yang tanpa ada perantara pihak ketiga dalam transaksi jual beli, didalam marketplace terdapat banyak toko ataupun penjual dan pembeli, sehingga akan mempermudah para penjual dalam menjalankan bisnisnya dan juga akan mempermudah pembeli mencari produk yang diinginkan yang sulit dicari dalam dunia nyata karena keterbatasan atau kelangkaan barang tersebut.

Selain mencari suatu produk tertentu yang sulit dicari di pasar tradisional, didalam marketplace juga tersedia pembelian tiket pesawat, pembelian pulsa, pembayaran tagihan lain lainnya. Kehadiran perusahaan pusat perdagangan berbasis internet (marketplace) seperti tokopedia telah meningkatkan penjualan eceran. Hasil riset yang dilakukan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia, tokopedia telah mendorong peningkatan penjualan eceran nasional.

Berdasarkan peta E-Commerce Indonesia melalui data I Price, ada lebih dari 20 marketplace yang ada di Indonesia dan gunakan oleh berbagai kalangan, dan faktanya kini berbelanja online telah menjadi kebiasaan. Dalam melakukan suatu transaksi secara online, tentu antara para pihak melakukan perjanjian jual beli melalui media elektronik, perjanjian diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagii mereka yang membuatnya (Winarsih, I., & Oktaviarni, 2021).

Setelah melakukan suatu perjanjian maka hak dan kewajiban akan lahir, perjanjian atau kontrak elektronik dianggap sah apabila memenuhi unsur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu ada kesepakatan antara kedua belah pihak yang melakukan perjanjian, harus sudah cakap atau dewasa, adanya objek yang diperjanjikan dan yang diperjanjikan adalah halal dan tidak bertentangan dengan undangundang yang berlaku. Apabila hal tersebut tidak terpenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan dan/atau batal demi hukum.

Dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggungjawab Penyedia Platform Pedagang (Merchant) Perdagangan melalui Sistem Electronic Commerce yang berbentuk User Generated Content dalam huruf B), menyebutkan

bahwa penyedia platform wajib menyediakan sarana pelaporan yang dapat digunakan untuk menyampaikan aduan mengenai konten yang dilarang di Platform UGC yang dikelolanya, serta melakukan tindakan terhadap aduan atau pelaporan atas konten (Raisha et al .,2021).

Selain itu dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dinyatakan mengenai kewajiban pelaku usaha bahwa para pihak dalam PMSE harus memiliki, mencantumkan, atau menyampaikan identitas subyek hukum yang jelas, mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk Sistem Elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut.

Pelaku Usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen, layanan pengaduan tersebut paling sedikit meliputi alamat dan nomor kontak pengaduan, prosedur pengaduan konsumen, mekanisme tindak lanjut pengaduan, petugas yang kompeten dalam memproses layanan pengaduan dan jangka waktu penyelesaian permasalahan. Tanggungjawab marketplace atas transaksi yang dilakukan oleh para pengguna aplikasi telah diterangkan dalam syarat dan ketentuan masing-masing marketplace yang semestinya sudah dibaca oleh para pengguna. Pasal 4 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan mengenai apa saja hak-hak yang dimiliki oleh konsumen. Sehingga hak konsumen dalam melakukan transaksi dalam marketplace harus diperhatikan.

Masalah umum yang sering terjadi dalam transaksi jual beli online adalah ketidaksesuaian antara iklan dengan produk aslinya, kerusakan barang yang diterima, cacat barang atau pihak seller maupun marketplace mengingkari perjanjian sehingga komplain atau pengaduanpun dilakukan oleh para konsumen akibat kerugian yang dialaminya. Para pihak yang melakukan suatu perjanjian memiliki hak dan kewajibannya masing-masing dan apabila kewajiban tersebut tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya, maka pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi.

Wanprestasi adalah sikap seorang tidak memenuhi atau lalai dalam melaksanakan suatu kewajiban yang telah disepakai dalam perjanjian yang dibuatnya dengan pihak lain (Alzamzami & Suryono, 2021). Wanprestasi diatur dalam Pasal 1243 KUHPPerdata. Adapun unsur dari wanprestasi adalah adanya perjanjian oleh para pihak, adanya pihak yang melanggar perjanjian atau tidak melaksanakan isi perjanjian yang sudah disepakati dan lalai dalam melaksanakan isi perjanjian. Sehingga apabila ada pihak yang melakukan wanprestasi maka pihak tersebut harus bertanggungjawab (Elindra et al., 2023).

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah pihak, dimana yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah ditetapkan. Perjanjian jual beli sah apabila penjual dan pembeli telah menyetujui dan menyepakati tentang barang dan harga, di mana antara penjual dan pembeli harus ada kata sepakat tentang harga dan barang yang menjadi objek jual beli (Ghiassi-Farrokhfal et al., 2021). Jual beli dianggap sudah terjadi antara pihak penjual dan pembeli seketika setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang ini belum diserahkan maupun harganya belum dibayar (Rizkiyah et al, 2022).

Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan kewajibannya seperti yang telah ditetapkan oleh kedua belah pihak seperti penjual tidak melaksanakan kewajibannya dengan mengirimkan barang yang tidak sesuai atau dalam keadaan rusak maka pihak pembeli dapat menuntut sebuah tanggungjawab pelaku usaha yang berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya. Pelaku usaha memiliki tanggungjawab untuk mengkomodir ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Pembeli dapat melakukan refund apabila barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan deskripsi yang dijelaskan oleh penjual ataupun kondisi barang yang memiliki kecacatan dengan syarat yang telah disepakati oleh kedua belah pihak (Lina, 2022). Namun, pada hakikatnya tidak ada kejelasan mengenai sistem refund ini karena menurut masalah diatas sampai sekarang dana yang sudah dijanjikan dikembalikan hingga saat ini belum masuk ke rekening pembeli serta objek barang yang ingin di refundkan juga ditolak secara keseluruhan oleh pembeli dengan alasan barang yang dikirimkan sudah sesuai dengan deskripsi. Sehingga segala kerugian ini ditanggung oleh pihak pembeli.

Perlindungan konsumen merupakan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen karena konsumen dianggap dalam posisi yang lebih lemah dibandingkan produsen (Putra et al, 2023). Peluang usaha ini pun dilirik oleh para pelaku usaha yang kemudian membuat situs untuk melakukan transaksi jual beli online. Bahkan terdapat beberapa gerai took yang juga memasarkan produk-produknya melalui jaringan online. Hingga saat ini suda begitu banyak situs dalam dan luar negeri yang mempromosikan dirinya sebagai penyedia layanan transaksi jual beli via layanan online.

Belanja online itu sendiri tanpa disadari dapat menjadi candu bagi para pembeli yang

sekali merasa terlayani dengan baik ataupun puas dalam bertransaksi, sehingga kemudian melakukan lagi transaksi-transaksi serupa lainnya di situs yang sama. Tidak jarang diantara pembeli memiliki rasa keingintahuan untuk mengakses situs belanja online lainnya. Trust atau rasa saling percaya sebenarnya adalah kunci utama dari sebuah transaksi online.

Kepercayaan tersebutlah yang menyempingkan pola tradisional untuk saling bertransaksi dengan cara bertatap muka. Seseorang tidak akan mengetahui bahwa rasa percaya tersebut tercederai sampai pada suatu ketika yang bersangkutan mengalami permasalahan pribadi dari sebuah transaksi online. Tidak kalah tragisnya adalah manakala mereka mengetahui tentang masalah bagaimana penegakan hukum di Indonesia terhadap kasus-kasus penipuan atau perkara hukum belanja online ini yang tidak berpihak kepada pembeli. Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggungjawab pelaku usaha market place Shopee dalam pengembalian dana refund.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan berkaitan dengan topik penelitian ini antara lain:

1. Penelitian Sanjaya et al.(2020) yang berjudul "Determinants Influencing Customer Loyalty To An Indonesian Online Shop Shopee: A Case Study In Denpasar City, Bali", penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja online di Indonesia, termasuk dalam hal refund. Namun, penelitian ini tidak membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam refund yang tidak terealisasi.
2. Penelitian Wu et al. (2017) yang berjudul "Consumer acceptance of mobile payment across time Antecedents and moderating role of diffusion stages", penelitian ini membahas tentang faktor risiko yang dihadapi oleh konsumen dalam berbelanja online, termasuk risiko yang terkait dengan refund. Namun, penelitian ini tidak membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam refund yang tidak terealisasi.
3. Penelitian Nam et al. (2021) yang berjudul "Cross-cultural examination of apparel online purchase intention: S-O-R paradigm", penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas layanan online terhadap niat beli konsumen, termasuk layanan refund. Namun, penelitian ini tidak membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam refund yang tidak terealisasi.

Dari ketiga penelitian di atas, dapat dilihat bahwa belum banyak penelitian yang membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam refund yang tidak terealisasi di marketplace online, terutama dengan perspektif hukum ekonomi syariah. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan kebaruan pada penelitian sebelumnya dengan memperdalam kajian mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam refund di marketplace Shopee dari perspektif hukum ekonomi syariah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui prosedur, penyebab, dampak refund tidak terealisasi pada marketplace Shopee dan menelusuri tanggung jawab pelaku usaha dalam menangani refund yang tidak terealisasi, khususnya dalam perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam mengatasi masalah refund yang tidak terealisasi, serta memberikan rekomendasi kepada pihak terkait dalam mengoptimalkan kebijakan dan mekanisme penanganan refund di marketplace Shopee agar dapat lebih efektif dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memperoleh pemahaman tentang tanggungjawab pelaku usaha di Marketplace Shopee atas refund tidak terealisasi dari perspektif kompilasi hukum ekonomi syariah. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang beroperasi di Marketplace Shopee yang terkait dengan refund tidak terealisasi. Pedoman wawancara digunakan sebagai instrumen penelitian. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pandangan dan pengalaman pelaku usaha terkait dengan kasus refund tidak terealisasi di Marketplace Shopee. Adapun kisi-kisi wawancara tentang Tanggungjawab Pelaku Usaha di Marketplace Shopee atas Refund Tidak Terealisasi Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. kisi-kisi instrumen wawancara

No	Aspek	Pertanyaan
1	Prosedur Refund Tidak Terealisasi Pada Market Place Shopee	Apakah Anda pernah mengalami kasus refund tidak terealisasi pada Shopee? Jika ya, bisakah Anda menceritakan pengalaman Anda dalam menyelesaikan masalah tersebut? Bagaimana prosedur refund yang Anda jalankan ketika mengalami refund tidak terealisasi pada Shopee? Apakah Anda menemui kendala dalam proses refund yang tidak terealisasi pada Shopee?
2.	Penyebab refund tidak terealisasi pada marketplace shopee	Apa saja penyebab refund tidak terealisasi pada Shopee?
3.	Dampak Refund Tidak Terealisasi Di Marketplace Shopee	Bagaimana dampak dari refund tidak terealisasi pada keuangan Anda? Apakah refund tidak terealisasi mempengaruhi kepercayaan Anda pada Shopee? Apakah Anda tetap akan menggunakan Shopee meskipun pernah mengalami refund tidak terealisasi sebelumnya?
4.	Tanggungjawab Pelaku Usaha di Marketplace Shopee atas Refund Tidak Terealisasi Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	Apakah ada hukuman bagi pelaku usaha yang tidak menunaikan refund yang telah disepakati dalam marketplace Shopee menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah? Bagaimana perlindungan konsumen dalam hal refund yang tidak terealisasi di marketplace Shopee menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah? Apakah ada kewajiban pelaku usaha dalam memberikan pelayanan pengembalian dana atau refund di marketplace Shopee menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah?

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Data yang dikumpulkan dari wawancara dianalisis dengan cara mereduksi dan mengorganisasikan untuk memperoleh pemahaman yang utuh tentang tanggungjawab pelaku usaha di Marketplace

Shopee atas refund tidak terealisasi dari perspektif kompilasi hukum ekonomi syariah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Prosedur Refund Tidak Terealisasi Pada Market Place Shopee

Berikut adalah hasil wawancara dengan seorang responden tentang pengalamannya dalam menghadapi refund tidak terealisasi di Shopee:

Peneliti: Apakah Anda pernah mengalami kasus refund tidak terealisasi pada Shopee? Jika ya, bisakah Anda menceritakan pengalaman Anda dalam menyelesaikan masalah tersebut?

Responden: "Iya, pernah. Saya pernah memesan sebuah produk di Shopee dan setelah beberapa hari, produk tersebut belum kunjung sampai. Saya kemudian meminta refund dari penjual, namun setelah beberapa waktu, refund tersebut tidak juga terealisasi."

Peneliti: Bagaimana prosedur refund yang Anda jalankan ketika mengalami refund tidak terealisasi pada Shopee?

Responden: "Saya pertama-tama menghubungi penjual untuk meminta refund. Setelah beberapa waktu, ketika refund tidak terealisasi, saya kemudian menghubungi pihak Shopee untuk meminta bantuan. Saya memberikan bukti-bukti transaksi dan komunikasi dengan penjual kepada pihak Shopee sebagai bukti bahwa saya sudah melakukan segala upaya untuk mendapatkan refund tersebut." Peneliti: Apakah Anda menemui kendala dalam proses refund yang tidak terealisasi pada Shopee? Responden: "Iya, saya menemui beberapa kendala. Salah satunya adalah sulitnya berkomunikasi dengan penjual dan tidak adanya respons dari penjual dalam jangka waktu yang cukup lama. Selain itu, proses pengajuan refund di Shopee terkadang memakan waktu yang cukup lama dan tidak ada jaminan bahwa refund akan terealisasi dengan cepat."

Dari wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa proses refund yang tidak terealisasi dapat menimbulkan kendala bagi konsumen dan memakan waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, perlu adanya perhatian dari pihak Shopee dan penjual untuk memastikan bahwa refund dapat dilakukan dengan cepat dan efektif. Konsumen dapat mengajukan permintaan pengembalian barang atau dana melalui aplikasi shopee jika pesanan masih dalam masa garansi shopee dan belum mengeklik pesanan diterima. Untuk melakukan pengajuan, maka konsumen dapat membuka aplikasi shopee dengan pilih fitur "saya" yang telah disediakan oleh shopee diteruskan dengan pilih tab dikirim lalu pilih pesanan dan terakhir pilih ajukan pengembalian

beserta produk yang akan dikembalikan di rincian pesanan. Selanjutnya akan diarahkan kepada fitur pilih alasan mengapa pihak konsumen melakukan pengembalian barang atau dana. Adapun alasan yang dicantumkan dapat dipilih oleh konsumen sebagai berikut : a.) Produk tidak sampai. b.) Produk tidak berfungsi dengan baik. c.) Produk tidak original. d.) Produk berbeda dengan deskripsi atau iklan yang dicantumkan. e.) Produk tidak lengkap atau kosong. (Contohnya : bagian produk ada yang hilang ataupun kurang). f.) Produk salah, yaitu salah dari segi ukuran, warna atau produk yang dikirimkan berbeda. g.) Produk cacat, yaitu produk terdapat kerusakan seperti penyok, goresan dan retak.

Setelah memilih salah satu alasan pengembalian barang dan dana yang telah disebutkan diatas maka konsumen diarahkan untuk memberikan bukti dan deskripsi tahap terakhir yaitu pilih solusi yang sesuai lalu kirim. Terdapat dua solusi yang tersedia, tergantung pada alasan dari pengembalian barang atau dana yang dipilih oleh konsumen. Pertama, pengembalian barang dan dana. Kedua, pengembalian dana saja untuk alasan tidak menerima pesanan dan produk tidak lengkap dengan memasukkan jumlah pengembalian dana.

Konsumen dapat mengirimkan produk yang akan dikembalikan melalui jasa kirim yang telah didukung oleh pihak shopee dalam waktu 5 hari sejak persetujuan permintaan pengajuan pengembalian barang disetujui. Adapun jasa kirim yang didukung oleh pihak shopee yaitu J&T dan Alfatrex, dimana dimensi barang yang disyaratkan oleh pihak J&T dengan Panjang 50cm x lebar 50 cm x tinggi 50 cm dan berat tidak lebih dari 50 Kg. Sedangkan dimensi barang dari pihak Alfatrex dengan Panjang 100 cm x lebar 100 cm x tinggi 100 cm dengan berat tidak lebih dari 20 kg. Apabila konsumen menggunakan jasa kirim lainnya, pastikan jasa kirim yang dipilih tersebut resmi dan keadaan barang dapat dilacak. Kemudian konsumen dapat mengupload informasi pengiriman seperti nomor resi, dokumen pengiriman, serta kwitansi dengan cara klik masukan informasi pengiriman pada halaman rincian pengembalian yang telah disediakan dalam aplikasi shopee.

Shopee akan memberikan voucher kompensasi sebesar Rp.25.000 dengan syarat tidak termasuk jika dimensi barang melebihi batas maksimal. Setelah paket dikirim, maka proses pengajuan permintaan pengembalian barang akan diproses dalam waktu 7 hari kerja. Konsumen akan diinformasikan mengenai hasil pengajuan tersebut melalui notifikasi pada aplikasi shopee dan email yang terdaftar.

Untuk pesanan dalam negeri, konsumen harus mengirimkan paket yang akan dikembalikan langsung ke alamat pengembalian penjual atau gudang shopee jika pembelian

melalui shopee mall. Dan untuk pesanan luar negeri, konsumen dapat mengirimkan paket yang dikembalikan ke alamat lokal bukan ke alamat luar negeri. Konsumen diharuskan menghubungi penjual melalui fitur chat untuk mendapatkan alamat pengiriman lokal mereka. Setelah paket yang dikembalikan telah diperiksa dan disetujui maka selanjutnya akan diproses oleh pihak shopee.

Penyebab refund tidak terealisasi pada marketplace shopee

Peneliti melakukan wawancara dengan responden terkait penyebab refund tidak terealisasi pada Shopee, peran seller dalam proses refund, dan sistem penyelesaian sengketa pada Shopee dalam hal refund. Berikut kutipan hasil wawancara:

Peneliti: Apa saja penyebab refund tidak terealisasi pada Shopee?

Responden: Refund tidak terealisasi bisa terjadi karena beberapa hal, seperti ketidakjelasan dalam proses refund antara pembeli dan penjual, ketidaktahuan penjual tentang cara refund yang benar, atau masalah teknis pada sistem Shopee.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, terdapat beberapa penyebab mengapa refund tidak terealisasi pada platform e-commerce Shopee. Pertama, salah satu penyebab refund tidak terealisasi adalah karena ketidakjelasan dalam proses refund antara pembeli dan penjual. Terdapat kesulitan dalam komunikasi antara pembeli dan penjual mengenai proses refund, atau terdapat ketidaksepahaman mengenai aturan refund yang berlaku di Shopee. Kondisi ini bisa terjadi karena pembeli dan penjual masing-masing memiliki pemahaman yang berbeda mengenai proses refund. Selain itu, faktor lain yang bisa menyebabkan refund tidak terealisasi adalah ketidaktahuan penjual tentang cara refund yang benar. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya pengetahuan atau pengalaman penjual dalam melakukan proses refund di Shopee. Penjual mungkin tidak mengetahui langkah-langkah yang harus diambil untuk melakukan refund, sehingga refund tidak dapat terealisasi dengan baik.

Terakhir, masalah teknis pada sistem Shopee juga bisa menjadi penyebab refund tidak terealisasi. Terdapat gangguan atau masalah pada sistem Shopee yang mengakibatkan proses refund tidak berjalan dengan baik. Dalam hal ini, Shopee sebagai platform e-commerce harus segera menangani masalah teknis yang terjadi agar proses refund dapat berjalan dengan lancar. Dalam kesimpulannya, refund tidak terealisasi pada Shopee dapat terjadi karena beberapa faktor seperti ketidakjelasan dalam proses refund antara pembeli dan penjual, ketidaktahuan penjual tentang cara refund yang benar, atau masalah teknis pada sistem Shopee. Oleh karena

itu, Shopee perlu meningkatkan pemahaman dan pengetahuan para penjual mengenai proses refund yang benar, serta melakukan perbaikan pada sistemnya agar proses refund dapat berjalan dengan lancar.

Dalam proses menetapkan nilai refund dalam transaksi jual beli online maka hal yang paling tepat untuk mengukurnya adalah transaksi tersebut tidak menyebabkan kerugian antara kedua belah pihak. Harga dari barang yang ditetapkan tidak merugikan pengguna dan sebagai pembeli juga tidak mengabaikan hak penjual untuk mendapatkan keuntungan.

Shopee akan menanggung ongkos kirim dalam pengembalian barang yang diajukan oleh pihak konsumen dengan syarat jika pihak konsumen menggunakan jasa kirim yang telah didukung pihak shopee. Adapun jasa kirim yang didukung tersebut yaitu : J & T Express, Alfatrex, JNE, dan Shoppe Express.

Mengenai pengembalian dana untuk pesanan yang berhasil dibatalkan akan segera diproses sesuai dengan metode pembayaran yang digunakan. Proses dan waktu pengembalian dana berbeda beda untuk setiap metode pembayaran yang digunakan oleh konsumen, seperti ShoppePay, Manual Bank Transfer, Virtual Account, Indomaret & Alfamart, Akulaku, Kartu Kredit, Debit Online, Oneklik, Cicilan Kartu Kredit, COD, dan SpayLater.

Refund tidak akan terelaisasi apabila ketentuan untuk melakukan refund tidak dipenuhi seperti menampilkan foto produk yang rusak, tidak lengkap / hilang, produk salah, dan produk tersebut imitasi atau tidak asli. Untuk melakukan refund maka konsumen wajib melampirkan foto atau video saat unboxing barang yang di terima. Sebagai bukti bahwa produk tersebut sudah mengalami kerusakan dari saat pengepakan kemudian dikirim ke konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa segala bentuk pengembalian barang dan dana akan menjadi tanggungjawab pihak shopee dengan penjual. Hal ini merujuk langsung kepada syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh pihak shopee. Dalam biaya ongkos kirim pengembalian barang ditanggung oleh pihak penjual dengan nilai refund sesuai dengan standard jasa pengiriman yang dipilih oleh konsumen. Dimana nominal dari ongkos kirim telah dicantumkan pada pembahasan diatas, sesuai dengan SOP dari pihak jasa pengiriman. Akan tetapi praktik refund dalam aplikasi shopee tidak terealisasi dengan baik, hal ini dibuktikan dengan pengalaman beberapa konsumen yang dirugikan oleh aplikasi ini.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami (2019) Mengenai perhitungan nilai refund barang, shopee akan menanggung ongkos kirim dalam pengembalian barang yang diajukan oleh pihak konsumen dengan syarat jika pihak konsumen menggunakan jasa kirim yang telah

didukung pihak shopee. Perhitungan dari nilai refund ini merujuk langsung kepada syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh pihak shopee sesuai dengan standard jasa pengiriman yang dipilih oleh konsumen. Dalam hal pengembalian dana, maka dana akan dikembalikan seutuhnya kepada pihak pembeli dengan metode pembayaran yang pembeli gunakan saat melakukan transaksi dengan ketentuan waktu yang ditetapkan oleh shopee.

Dampak Refund Tidak Terealisasi di Marketplace Shopee

Kebijakan refund pada setiap perusahaan berbeda. Pengaturan mekanisme pemberian ganti kerugian pengembalian dana dalam transaksi e-commerce belum diatur secara teknis. Sebagai contoh, umumnya perusahaan e-commerce menerapkan kebijakan refund dalam situasi Barang belum diterima pembeli, Barang Rusak saat diterima, Penjual mengirimkan barang yang tidak sesuai spesifikasi yang di sepakati (salah membeli barang), Barang yang di terima tidak sesuai deskripsi, Kelebihan pembayaran dari pembeli, dan Penjual tidak bisa menyanggupi order (Torong, 2021).

Mengenai dampak refund tidak terealisasi di marketplace Shopee, peneliti melakukan wawancara dengan responden. Berikut hasil wawancara:

Peneliti : Bagaimana dampak dari refund tidak terealisasi pada keuangan Anda?

Responden : Dampaknya tentu sangat merugikan saya secara finansial karena uang saya tidak bisa kembali meskipun produk yang saya beli tidak sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan cacat. Saya harus merogoh kantong lagi untuk membeli barang yang sama dari toko online lain atau dari toko fisik.

Peneliti: Apakah refund tidak terealisasi mempengaruhi kepercayaan Anda pada Shopee? Responden: Ya, tentu saja. Saya merasa kecewa dan tidak lagi percaya pada Shopee sebagai platform e-commerce yang andal. Saya berharap Shopee dapat lebih memperhatikan pengalaman konsumen agar kepercayaan konsumen pada Shopee dapat terjaga dengan baik.

Peneliti : Apakah Anda tetap akan menggunakan Shopee meskipun pernah mengalami refund tidak terealisasi sebelumnya?

Responden: Sejauh ini, saya masih menggunakan Shopee untuk berbelanja, tetapi saya menjadi lebih hati-hati dan berusaha untuk memilih toko yang lebih terpercaya dan memiliki reputasi baik. Saya juga berharap Shopee dapat meningkatkan kebijakan dan sistemnya agar refund tidak terealisasi tidak terjadi lagi di masa depan.

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa refund tidak terealisasi memiliki

dampak yang merugikan secara finansial pada konsumen dan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen pada platform e-commerce yang digunakan. Oleh karena itu, penting bagi platform e-commerce untuk memperhatikan pengalaman konsumen dan meningkatkan kebijakan dan sistemnya agar dapat menjaga kepercayaan konsumen pada platform tersebut. Sedangkan, bagi konsumen sendiri sebaiknya lebih hati-hati dalam memilih toko yang terpercaya dan memiliki reputasi baik.

Sama halnya dalam aplikasi Shopee kebijakan refund juga berlaku sesuai dengan ketentuannya. Bagaimana jika Refund tersebut tidak terealisasi? Dalam suatu kasus di Shopee pelanggan yang mengajukan refund akibat barang yang di belinya tidak sesuai deskripsi mengajukan refund. Tetapi ketika mengajukan tidak ada respon dari pelaku usaha tersebut, yang mengakibatkan kerugian pada customer tersebut. Seperti waktu, karena untuk mengajukan refund membutuhkan waktu untuk mengirim kembali barang tersebut ke pada penjual, faktor kerugian dalam hal finansial juga di alami customer, karena barang tersebut menjadi sia – sia / tidak ada nilainya. Kerugian sangat besar itu membuat citra pelaku usaha di market place Shopee menjadi buruk, akan berdampak pada rating toko tersebut.

Ada beberapa jenis pengembalian dana yang dilakukan oleh Shopee yaitu Pengembalian dana untuk pesanan segera diproses sesuai metode pembayaran yang digunakan. Proses dan waktu pengembalian dana berbeda-beda untuk setiap metode pembayaran, adapun pengembalian dapat dilakukan melalui ShopeePay, SPayLater, Kartu Kredit, Aku Laku, Debit, dan Indomaret/Alfamart.

Seperti yang terjadi pada konsumen bernama Sari yang lebih memilih untuk berbelanja barang yang di inginkan melalui internet, karena dinilai lebih efisien dan sudah pasti barangnya tersedia. Maka dari itu mereka memilih untuk berbelanja dengan transaksi online. Dalam praktiknya perlindungan konsumen dalam jual beli online tidak jarang menimbulkan masalah. Dalam pembelian produk seorang konsumen pada tanggal 17 Desember konsumen melakukan checkout barang dari Jastip Store berupa TWS dengan merk KZ S2 dengan harga Rp379.000. Pembeli melakukan pembatalan pesanan di Jastip Store dan pembeli langsung melakukan checkout untuk produk sabbat X12 Pro di Sabbatofficialshop. Tapi saran dari Tim Shopee agar melakukan refund setelah barang datang. Pada tanggal 19 Desember pembeli menerima kedua barang tersebut dari Jastip Store langsung pembeli ajukan pengembalian barang sesuai saran dari Tim Shopee dengan langsung mengirim kembali barang tersebut ke alamat yang tertera di menu pengembalian. Seharusnya dalam aplikasi Shopee barang yang

dipesan dan dikemas masih bisa dibatalkan.

Pada tanggal 20 Desember pembeli cek kembali aplikasi bahwa barang tersebut telah sampai di tim retur Shopee bekas dengan petugas bernama Ilyas. Tanggal 25 Desember pembeli menerima email dari Shopee terkait pengajuan pengembalian barang dan dana dengan status “Ditolak” dikarenakan barang yang dikirim sudah sesuai dengan deskripsi penjual, dan barang tersebut akan segera dikirimkan kembali ke alamat pembeli. Pada tanggal 26 sampai 31 Desember pembeli setiap hari menanyakan ke Tim Shopee untuk resi pengembalian barang tersebut, jawaban dari pihak shopee selalu sama “silakan tunggu email”. Tanggal 1 Januari pembeli menerima kembali paket tersebut dengan melakukan video dan foto dalam melakukan unboxing. Ternyata barang tersebut kosong tidak ada produk intinya yang ada box dan tempat dari TWS KZ S2 kabel dan chargernya tidak ada.

Pihak pembeli lalu mengajukan komplain kembali kepada pihak Shopee karena ketidaksesuaian barang dalam paket tidak adanya isi dari paket tersebut dengan mengajukan kembali beserta bukti, kemudian pihak penjual minta diberi waktu untuk menunggu, tapi karena khawatir pengembalian dana tidak kembali kalau habis masa dari garansi Shopee. Jadi pembeli tetap melakukan pengembalian dana, karena barang dipesan pun sudah lewat dari tanggal diterima. Namun setelah diajukan, pihak tim shopee perihal pengembalian dana segera di proses tapi tidak adanya kepastian kapan pengembalian dana dikembalikan. Dengan sengaja pihak Tim Shopee melakukan keterlambatan pengembalian dana untuk menghindari masa garansi Shopee yang hanya 7 hari. Dengan sengaja mengirimkan email mengenai informasi resi pengembalian secara telat dan tidak dapat terealisasi.

Tanggungjawab Pelaku Usaha di Marketplace Shoppe Atas Refund Tidak Terealisasi Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ah

Tanggungjawab pelaku usaha tersebut merupakan bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatan mereka dalam berusaha. Yang disebut dengan istilah Product liability (tanggungjawab produk). “Product liability adalah suatu tanggungjawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (producer, manufacturer) dari orang atau badan suatu produk (processor, assembler) atau mendistribusikan (seller, distributor) produk tersebut.” Dasar pembebanan tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen adalah: Adanya Negligence Adalah suatu perilaku yang tidak sesuai dengan kelakuan (standard of conduct) yang ditetapkan oleh Undang-undang dan Adanya duty of care (kewajiban memelihara kepentingan orang lain).

Prinsip pertanggungjawaban mutlak (Strict liability) ini tidak mempersoalkan lagi mengenai ada atau tidak adanya kesalahan, tetapi pelaku usaha langsung bertanggungjawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produknya yang cacat. Pelaku usaha dianggap harus bertanggungjawab apabila telah timbul kerugian pada konsumen karena mengonsumsi suatu produk dan oleh karena itu pelaku usaha harus mengganti kerugian itu (Aswar, A., & Willem, 2023).

Peneliti melakukan wawancara tentang tanggungjawab pelaku usaha di marketplace shopee atas refund tidak terealisasi perspektif kompilasi hukum ekonomi syari'ah dengan hasil wawancara sebagai berikut:

Peneliti: Apakah ada hukuman bagi pelaku usaha yang tidak menunaikan refund yang telah disepakati dalam marketplace Shopee menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah?

Responden: Pelaku usaha yang tidak menunaikan refund yang telah disepakati dapat dikenakan sanksi atau hukuman. Namun, sanksi atau hukuman tersebut tergantung pada kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen, serta tergantung pada kesepakatan antara pelaku usaha dan Shopee sebagai platform.

Peneliti: Bagaimana perlindungan konsumen dalam hal refund yang tidak terealisasi di marketplace Shopee menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah?

Responden: Perlindungan bagi konsumen dalam hal refund yang tidak terealisasi di marketplace Shopee. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan refund sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Apabila refund tidak terealisasi, konsumen dapat mengajukan sengketa melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan oleh Shopee.

Peneliti: Apakah ada kewajiban pelaku usaha dalam memberikan pelayanan pengembalian dana atau refund di marketplace Shopee menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah?

Responden: Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan pengembalian dana atau refund di marketplace Shopee. Pelaku usaha harus memastikan bahwa proses refund berjalan dengan baik dan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Selain itu, pelaku usaha juga harus memberikan informasi yang jelas dan transparan terkait proses refund kepada konsumen.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaku usaha yang tidak menunaikan refund yang telah disepakati di marketplace Shopee dapat dikenakan sanksi atau hukuman, tetapi sanksi atau hukuman tersebut tergantung pada kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen, serta kesepakatan antara pelaku usaha dan Shopee sebagai platform.

Perlindungan bagi konsumen dalam hal refund yang tidak terealisasi di marketplace Shopee adalah bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan refund sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Jika refund tidak terealisasi, konsumen dapat mengajukan sengketa melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan oleh Shopee.

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan pengembalian dana atau refund di marketplace Shopee. Pelaku usaha harus memastikan bahwa proses refund berjalan dengan baik dan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Selain itu, pelaku usaha juga harus memberikan informasi yang jelas dan transparan terkait proses refund kepada konsumen.

Dalam hal ini, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah tidak secara spesifik mengatur tentang hukuman atau sanksi bagi pelaku usaha yang tidak menunaikan refund yang telah disepakati. Namun, prinsip-prinsip syariah yang mendorong transparansi, kejujuran, dan keadilan dalam berbisnis harus dipatuhi oleh pelaku usaha dalam memberikan layanan refund di marketplace Shopee. Selain itu, Shopee sebagai platform juga memiliki kewajiban untuk menjaga keamanan dan kenyamanan penggunaannya serta menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif bagi konsumen.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adanya tidak kesesuaian dengan permasalahan refund yang tidak terealisasi pada pasal 36 huruf c melakukan apa yang dijanjikan apabila, tetapi terlambat maka sesuai pasal 38 dapat dijatuhi sanksi: a) Membayar ganti rugi. b) Pembatalan akad. c) Peralihan resiko. d) Denda dan atau. d) Membayar biaya perkara.

Ariansyah et al, (2021) Sebagaimana dalam Pasal 37 Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah bahwa pihak dalam akad melakukan ingkar janji apabila dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan ingkar janji atau demi perjanjiannya sendiri menetapkan, bahwa pihak dalam akad harus dianggap ingkar janji dengan lewatnya waktu yang ditentukan. (Rosida & Sulistyowati, 2022) Sebagaimana dalam Pasal 39 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Sanksi pembayaran ganti rugi dapat dijatuhkan apabila: a.) Pihak yang melakukan ingkar janji setelah dinyatakan ingkar janji, tetap melakukan ingkar janji, b.) Sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka adapun kesimpulan dalam penelitian ini

adalah tanggungjawab pelaku usaha di marketplace shopee atas refund tidak terealisasi perspektif kompilasi hukum ekonomi syariah, yakni dimana pihak pembeli dapat melakukan pengembalian barang dan dana apabila barang yang diterima dalam keadaan berikut: Produk tidak sampai, Produk tidak berfungsi dengan baik, Produk tidak original, Produk berbeda dengan deskripsi atau iklan yang dicantumkan, Produk tidak lengkap atau kosong. (Contohnya: bagian produk ada yang hilang ataupun kurang), Produk salah, yaitu salah dari segi ukuran, warna atau produk yang dikirimkan berbeda dan Produk cacat, yaitu produk terdapat kerusakan seperti penyok, goresan dan retak.

Sistem refund dalam transaksi jual beli online pada marketplace shopee ini jika dikaitkan dengan akad hukum ekonomi syariah maka jual beli ini merupakan jual beli yang fasid (rusak). Permasalahannya konsumen tidak sepenuhnya lagi untuk mendapatkan haknya mengenai barang yang harusnya diterima dalam keadaan baik dan pengajuan pengembalian dana yang sesuai dengan harga barang yang dibayarkannya. Dimana proses pengembalian barang dan dana yang dilaksanakan tidak sesuai dengan ketentuan dan syarat yang dicantumkan dalam aplikasi shopee. Sehingga dalam praktiknya akad tersebut tidak sah karena tidak terpenuhinya syarat sah dari jual beli tersebut, yaitu unsur kerelaan pembeli dalam menerima barang yang cacat dan kejujuran pihak penjual dalam berdagang sebagaimana menurut fiqih muamalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, R. N. A., & Rachmat, B. (2021). Comparison of the Application of E-commerce in Online Versus Offline: Theoretical Review. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 1(1), 273-275.
- Alzamzami, J., & Suryono, L. J. (2021). Pelaksanaan Perjanjian Sewa Menyewa Rumah Susun dan Akibat Hukumnya dalam hal Terjadi Wanprestasi. *Media of Law and Sharia*, 2(3), 238–253. <https://doi.org/10.18196/mls.v2i3.12075>
- Ariansyah, K., Sirait, E. R. E., Nugroho, B. A., & Suryanegara, M. (2021). Drivers of and barriers to e-commerce adoption in Indonesia: Individuals' perspectives and the implications. *Telecommunications Policy*, 45(8), 102-219.
- Aswar, A., & Willem, R. (2023). Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam Memberikan Perlindungan Hukum yang Adil Bagi Konsumen. *Alauddin Law Development Journal*, 5(1), 11-23.
- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia [Potency,

- Government Role, and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia]. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(1), 13-25.
- Crittenden, W. F., Biel, I. K., & Lovely, W. A. (2019). Embracing Digitalization: Student Learning and New Technologies. *Journal of Marketing Education*, 41(1), 5–14. <https://doi.org/10.1177/0273475318820895>
- Crockett, D., & Grier, S. A. (2021). Race in the Marketplace and COVID-19. *Journal of Public Policy and Marketing*, 40(1), 89–91. <https://doi.org/10.1177/0743915620931448>
- Elindra, F., Irianto, K. D., & Adriaman, M. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM DALAM WANPRESTASI PERJANJIAN JUAL BELI ANTARA DISTRIBUTOR DENGAN PEDAGANG. *SAKATO LAW JOURNAL*, 1(1), 67-74.
- Ghazali, O., Leow, C. Y., Qaiser, S., Pattabiraman, N., Vasuthevan, S., Abdusalam, E. M., & Barakat, M. M. (2019). Cloud-based global online marketplaces review on trust and security. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(4), 96–116. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V13I04.10523>
- Ghiassi-Farrokhfal, Y., Ketter, W., & Collins, J. (2021). Making green power purchase agreements more predictable and reliable for companies. *Decision Support Systems*, 144(June 2020), 113514. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2021.113514>
- Konhäusner, P., Thielmann, M., Câmpian, V., & Dabija, D. C. (2021). Crowdfunding for independent print media: E-commerce, marketing, and business development. *Sustainability (Switzerland)*, 13(19), 1– 17. <https://doi.org/10.3390/su131911100>
- Kurniawati, R., & Rahmawan, G. (2021). The Factor Determination of Online Purchasing Decision on Indonesia Marketplace: Factor Determination of Online Purchasing Decision on Indonesia Marketplace. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 3(1), 1672-1681.
- Lina, R. (2022). Improving Product Quality and Satisfaction as Fundamental Strategies in Strengthening Customer Loyalty. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 19–26. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v2i1.245>
- Mathews, I., Kantareddy, S. N., Buonassisi, T., & Peters, I. M. (2019). Technology and Market Perspective for Indoor Photovoltaic Cells. *Joule*, 3(6), 1415–1426. <https://doi.org/10.1016/j.joule.2019.03.026>
- Nam, C., Cho, K., & Kim, Y. Do. (2021). Cross-cultural examination of apparel online purchase intention: S-OR paradigm. *Journal of Global Fashion Marketing*, 12(1), 62–76.

<https://doi.org/10.1080/20932685.2020.1845766>

- Perkasa, J., & Saly, J. N. (2022). Legal Liability of Marketplace Companies Against Leaking of User Data Due to Third Party Breaking According to Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection (Case Example: Tokopedia User Data Leaking in 2020). *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 655(8), 606–614. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.096>
- Putra, C. A. G., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 4(1), 13-19.
- Raisha, R., Saptono, H., & Mahmudah, S. (2021). Platform Provider Responsibilities to Consumers through E-Commerce. *International Conference on Science and Technology in Administration and Management Information, ICSTIAMI*, 4(2), 19–25.
- Reinecke, J., & Donaghey, J. (2021). King ' s Research Portal. *Academy of Management Journal*, 58(2), 457– 486.
- Rizkiyah, V., Agustina, R. W., & Abidah, U. (2022). JUAL BELI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *AL-SYIRKAH*, 3(2), 35-49.
- Robina-Ramírez, R., Chamorro-Mera, A., & Moreno-Luna, L. (2020). Organic and online attributes for buying and selling agricultural products in the e-marketplace in Spain. *Electronic Commerce Research and Applications*, 42(May), 100992. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100992>
- Rosida, I. I., & Sulistyowati, H. (2022). IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE: BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Justicia Journal*, 11(1), 11-21.
- Sanjaya, P. K. A., Wimba, I. G. A., & Premayani, N. W. (2020). “Determinants Influencing Customer Loyalty To An Indonesian Online Shop Shopee: A Case Study In Denpasar City, Bali.” *Solid State Technology*, 63(5), 4713–4722.
- Susanti. (2022). THE ELECTRONIC MARKET (MARKETPLACE) ON ELECTRONIC TRADE (E-COMMERCE) IN INDONESIA. *NOTARIIL Jurnal Kenotariatan*, 7(1), 24-31.
- Torong, D. C. (2021). Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet. *Jurnal Perspektif Hukum*, 2(1), 178-191.

- Utami, N. A. (2019). SISTEM REFUND TERHADAP PEMBATALAN TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DALAM PERSPEKTIF AKAD BA'I AL - MUQAYYAD. ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan, 5(1), 56–68.
- Winarsih, I., & Oktaviarni, F. (2021). Tanggung Jawab Penyedia Layanan Aplikasi Marketplace Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online di Provinsi Jambi. Zaaken: Journal of Civil and Business Law, 2(2), 349-367.
- Wu, J., Liu, L., & Huang, L. (2017). Consumer acceptance of mobile payment across time Antecedents and moderating role of diffusion stages. Industrial Management and Data Systems, 117(8), 1761–1776. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2016-0312>.