

BAB III

GAMBARAN UMUM APLIKASI SHOPEE

3.1 Gambaran Umum Aplikasi Shopee

Shopee Pertama kali diluncurkan di Negara Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu *Shopee* memperluas jangkauan ke Negara-Negara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. *Shopee* berdiri di bawah naungan SEA Group yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. *Shopee* juga merupakan anak perusahaan Sea Group, pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 secara serentak di 7 negara, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Sea Group memiliki misi untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen dan pengusaha kecil menjadi lebih baik dengan teknologi. *Shopee* mulai berkembang di Indonesia pada bulan Desember 2015. Tokoh penting di balik Sejarah pendirian *Shopee* adalah seorang lulusan terbaik dari Universitas Singapura sekaligus salah satu mandaripegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada bernama Chris Feng yang merupakan pendiri dan CEO *Shopee*. (<https://id.scribd.com/document/432555135/Sejarah-Shopee>)

Shopee merupakan salah satu marketplace di bawah naungan SEA Group di Singapura. *Shopee* merupakan marketplace online yang telah memiliki nama di Indonesia. *Shopee* terus melakukan perkembangan untuk menjadi *e-commerce* nomor satu di Indonesia. *Shopee* memberikan pengalaman bagi konsumen untuk merasakan mudahnya dalam berbelanja online, aman, dan cepat. Konsumen dapat mengakses *Shopee* melalui *website* maupun aplikasi yang didownload pada *smartphone*, sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan jual beli online. *Shopee* mewadahi kegiatan jual beli antara konsumen satu dengan konsumen lainnya, dan juga memberikan tempat bagi pengguna untuk menjual barangnya dengan cara membuka toko online mereka di *Shopee*. Pengguna *e-commerce Shopee* dapat dengan mudah menemukan barang yang ingin dibeli karena banyaknya pilihan kategori produk yang disediakan oleh *Shopee*. Kategori produk tersebut yaitu

Elektronik, Perlengkapan Rumah, Perawatan & Kecantikan, *Fashion* Wanita, *Fashion* Pria, Kesehatan, hingga perlengkapan Olahraga. (<https://id.scribd.com/document/432555135/SejarahShopee>).

Gambar 3.1

Logo *shopee*



Sumber: <https://shopee.co.id/>

Logo perusahaan *Shopee* memiliki desain yang sederhana namun bermakna. Logo ini terdiri dari ikon berbentuk tas belanja berwarna oranye dengan huruf “S” berwarna putih di tengahnya, yang diikuti oleh tulisan “*Shopee*” di sampingnya. Tas belanja melambangkan aktivitas utama *Shopee* sebagai *platform e-commerce*, yaitu tempat transaksi jual beli secara *online*. Huruf “S” merupakan inisial dari nama perusahaan yang memperkuat identitas merek. Warna oranye dipilih karena menggambarkan semangat, kreativitas, dan kehangatan, serta memberikan kesan ramah dan menarik bagi pengguna. Sementara itu, tipografi tulisan “*Shopee*” menggunakan gaya huruf yang sederhana dan modern, mencerminkan kemudahan, kenyamanan, dan keandalan dalam pengalaman berbelanja online. Desain logo ini dibuat agar mudah dikenali dan mampu merepresentasikan citra *Shopee* sebagai marketplace digital yang cepat, aman, dan dapat diakses oleh semua kalangan.

3.2 Visi dan Misi *Shopee*

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan ataupun cita-cita yang ingin dicapai supaya eksistensi perusahaan terus terjaga di dalam dunia usaha. Pentingnya visi dan misi bagi suatu organisasi yaitu supaya terarah sehingga

diharapkan dapat bertahan dalam waktu yang panjang, mengalami kemajuan, dan terus berkembang. *Shopee* merupakan perusahaan besar, dan memiliki visi dan misi. Visi dari *Shopee* yaitu:

3.2.1 Visi *Shopee*

Visi *Shopee* adalah menjadi *mobile marketplace* nomor satu di Indonesia.

3.2.2 Misi *Shopee*

Misi *Shopee* adalah mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

3.3 Fitur Aplikasi dan Layanan *Shopee*

3.3.1 Layanan Aplikasi *Shopee*

1. *Shopee mall*

Salah satu fitur utama yang membuat *shopee* unggul adalah *shopee mall*. Ini adalah bagian dari platform *shopee* di mana pengguna dapat menemukan produk-produk dari merek-merek terkemuka dengan kualitas jaminan. *Shopee mall* menawarkan jaminan asli, sehingga pengguna dapat belanja dengan percaya diri tanpa ada khawatir tentang produk palsu atau cacat.

2. *Flash sale* dan promo khusus

Shopee seringkali mengadakan *flash sale* dan promo khusus, di mana pengguna dapat membeli produk dengan diskon besar-besaran. Fitur ini memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mendapatkan barang-barang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

3. *Shopee live*

Salah satu fitur inovatif dari *shopee* adalah *shopee live*. Ini memungkinkan penjual untuk melakukan siaran langsung untuk mempromosikan produk mereka secara interaktif. Selama siaran langsung, pengguna dapat mengajukan pertanyaan, memberikan komentar, dan bahkan melakukan pembelian langsung (William, 2023).

3.2.2 Fitur-fitur *shopee*

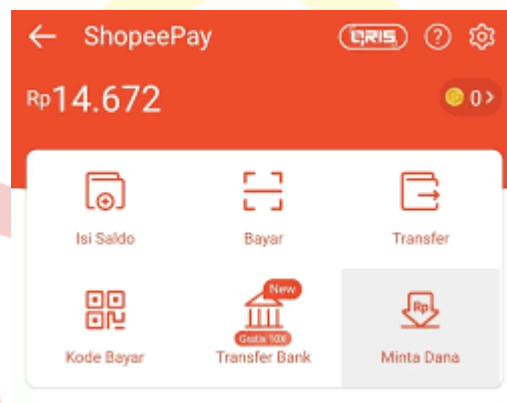
1. *ShopeePay*

ShopeePay adalah layanan dompet digital resmi dari *shopee* yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi keuangan secara cepat, aman, dan praktis baik untuk belanja *online*, pembayaran *offline* maupun kebutuhan finansial lainnya.

(<https://shopee.co.id/m/shopeepay>)

Gambar 3.2

Fitur shopeepay



Sumber: <https://shopeepay.co.id/fitur>

2. *ShopeeFood*

ShopeeFood adalah fitur di aplikasi *Shopee* yang menawarkan layanan pesanan antar makanan sesuai dengan permintaan pengguna. *shopeefood* dapat ditemukan pada halaman utama di aplikasi *shopee* dengan memilih ikon *shopeefood* (<https://shopee.co.id/m/shopeepay>).

Gambar 3.3***ShopeeFood***

Sumber: <https://www.shopeefood.co.id>

1. *Shopee Express*

Shopee Express adalah layanan logistic resmi milik *shopee* yang di rancang untuk mempercepat dan mempermudah proses pengiriman barang bagi penjual dan pembeli di indoensia. Layanan ini terintegritas langsung dengan *platfrom shopee*, memungkinkan pengirim yang lebih efesien dan pelacakan yang lebih mudah. (<https://shopee.co.id/m/shopee-xpress>)

Gambar 3.4***Shopee Express***

Sumber: <https://spx.co.id>

3. *ShopeePayLater*

ShopeePayLater adalah layanan “beli sekarang, bayar nanti” dari shopee yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian dan membayarnya di kemudian hari, baik secara penuh di bulan berikutnya maupun melalui cicilan bulanan. (<https://shopee.co.id/m/shopeepay>)

Gambar 3.5

SpayLater



Sumber: <https://shopee.co.id/m/shopee-paylater>

3.4 **Produk *Fast-Moving Consumer Goods* di *Shopee***

Dalam dunia pemasaran, produk merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (Product, Price, Place, Promotions). Produk di sini adalah merujuk pada barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sebagai bagian dari bauran pemasaran, produk harus dirancang dengan cermat agar bisa memenuhi ekspektasi pasar dan konsumen. Salah satu produk yang dipasarkan di pasar retail adalah *consumers goods*, jenis produk yang dibeli oleh individu untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau rumah tangga, bukan untuk diproses lebih lanjut atau dijual kembali Fast

Moving Consumer Goods (FMCG) merupakan produk yang dibutuhkan oleh semua pengguna akhir (end users) untuk memenuhi keperluan hidupnya sehari-hari. Pengelompokan atau kategorisasi dari produk FMCG, misalnya terdiri dari keperluan pribadi (personal care), kebutuhan rumah tangga

(household), minuman ringan, pembersih kamar mandi (toiletries), detergen, baterai, perlengkapan alat tulis (stationery), kosmetik, farmasi, paket makanan dan lain lain. Kelompok produk tersebut merupakan hasil dari proses produksi yang dilakukan oleh produsen industri FMCG. Perusahaan-perusahaan bertaraf nasional dan multinasional telah mengoperasikan industri FMCG, sehingga saat ini industry FMCG telah tumbuh pesat di setiap negara (Sofyan dkk 2025, 1687)

3.5 Kebijakan Perlindungan Konsumen di *Shopee*

Menurut Mochtar Kusumaatmadja, defenisi perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup manusia.

Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen. Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen dilakukan secara lebih optimis dan terarah. Ketentuan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 dalam undang-undang tersebut, perlindungan konsumen diartikan sebagai seluruh upaya yang dilakukan guna memberikan kepastian hukum demi melindungi konsumen.

Jaminan kepastian hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen mencakup perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang

diperkuat melalui keberadaan undang-undang khusus. Hal ini memberikan harapan agar pelaku usaha tidak bertindak secara semena-mena yang dapat merugikan kepentingan konsumen (Susanto 2008, 4)

Setiap orang yang pada satu waktu dan dalam keadaan sendiri ataupun berkelompok bersama dengan orang lain dalam keadaan apapun pasti akan menjadi konsumen untuk membeli produk atau jasa. Keadaan ini menunjukkan adanya sisi lemah terhadap diri konsumen. Sehingga konsumen memiliki kedudukan yang tidak aman. Oleh sebab itu dibutuhkannya perlindungan hukum yang dapat memberikan perlindungan lebih luas terhadap konsumen ketika akan bertransaksi.

Proses transaksi *online* menggunakan *Shopee* akan menimbulkan hubungan antara pihak pembeli selaku konsumen dengan pihak *Shopee*. Hubungan tersebut kemudian diakomodir melalui sebuah perjanjian elektronik yang didalamnya terdapat klausula syarat serta ketentuan dalam melakukan transaksi melalui *Shopee*. Apabila konsumen menyetujui isi melalui hubungan hukum yang dilakukan antara *shopee* dan konsumen *shopee*, maka sudah tentu akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak, Dimana kewajiban *shopee* merupakan hak dari konsumen dan demikian pula sebaliknya kewajiban konsumen merupakan hak dari *Shopee*.

Undang-undang perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak yang dimiliki oleh konsumen yakni:

- a. Hak terhadap keamanan, kenyamanan, keselamatan serta dalam penggunaan barang dan jasa;
- b. Hak untuk dapat menentukan pilihan terhadap barang atau jasa yang sesuai dengan yang diinformasikan oleh penjual dalam *Shopee*,
- c. Hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, jelas. serta benar terkait dengan jaminan dan kondisi dari produk yang diperjual belikan;
- d. Hak supaya dapat didengar keluhan serta pendapatnya terkait dengan produk atau jasa yang telah dibelinya;

- e. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi serta upaya untuk menyelesaikan persengketaan dalam sengketa konsumen secara benar;
- f. Hak agar pendidikan pembinaan konsumen;
- g. Hak agar dapat diberikan perlakuan atau pelayanan secara jujur, tidak diskriminatif dan benar sesuai dengan kaidah dan norma hukum yang berlaku;
- h. Hak agar mendapatkan ganti kerugian terhadap produk atau jasa apabila produk atau jasa yang diterimanya tidak sesuai dengan informasi yang ada;
- i. Hak lain yang diatur didalam peraturan Undang-undang

Selain itu didalam UUPK juga menyebutkan mengenai kewajiban konsumen yang diatur didalam Pasal 5 yang berbunyi:

- a. Membaca, mengikuti petunjuk berkaitan dengan prosedur dan informasi dalam memakai serta memanfaatkan produk atau jasa untuk keamanan keselamatan konsumen; dan dari
- b. Memiliki itikad baik Ketika melakukan pembelian *Shopee*, transaksi melalui
- c. Melakukan pembayaran sesuai dengan harga produk yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian sengketa apabila timbul sengketa antara konsumen dan penjual

Selain Hak dan Kewajiban konsumen, UUPK juga memberikan pengaturan mengenai Hak dan Kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha sebagai penjual terhadap baran ataupun jasa. Pelaku usaha memiliki hak antara lain:

- a. Hak mendapatkan bayaran sesuai dengan harga produk yang telah disepakati;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari konsumen yang memiliki itikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan upaya pembelaan apabila terjadi permasalahan sengketa konsumen;

- d. Hak untuk mendapatkan kembali nama baik jika tidak terbukti melakukan kerugian atau kecurangan. terhadap konsumen berkaitan dengan produk atau jasa yang diperjual belikan.
- e. Hak lain yang diatur didalam aturan Undang Undang.

Sementara itu Kewajiban pelaku usaha yang diatur didalam Pasal 7 UUPK antara lain:

- a. Memiliki Itikad Baik dalam berjualan
- b. Menyampaikan Informasi dan detail produk secara jujur dan jelas serta menjelaskan mengenai menggunakan memelihara cara dan ataupun memperbaiki produk atau jasa yang diperjual belikan;
- c. Memberikan pelayanan kepada konsumen secara jujur dan tidak diskriminatif
- d. Memberikan jaminan terhadap mutu produk atau jasa yang diperjual belikan sesuai dengan standar yang berlaku
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba, menguji atau memberikan jaminan dalam bentuk garansi terhadap produk atau jasa yang diperjual belikan
- f. Memberikan ganti kerugian dalam bentuk kompensasi apabila konsumen dirugikan.

Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen adalah suatu bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen selaku subjek hukum dengan ketentuan aturan hukum yang ada. Ketentuan tersebut meliputi pencegahan hingga ke upaya penegakan. Hal ini dilakukan baik dengan cara tertulis ataupun tidak tertulis.

Konsumen selaku pengguna barang dan atau jasa memiliki hak untuk mendapatkan kepastian hukum. Kepastian hukum tersebut dapat diwujudkan dengan memberikan akses informasi yang detail mengenai barang dan/atau jasa bagi konsumen. Informasi mengenai produk atau jasa yang dijual merupakan hal yang penting diketahui oleh konsumen. Hal ini menjadi hak

yang dimiliki oleh setiap konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar serta jujur berkaitan dengan produk yang akan dibelinya.

Setiap konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika menjadi mengalami kerugian akibat jual beli *Online* yang dilakukan melalui *Shopee*. Setiap perselisihan yang timbul akan diselesaikan terlebih dahulu melalui musyawarah antara konsumen dengan PT *Shopee* Indonesia. Namun, apabila upaya musyawarah tidak membuahkan kesepakatan, maka penyelesaian sengketa akan dilimpahkan kepada Pengadilan Negeri atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) (Ardiyanto, 2022).

Oleh karena itu, *Shopee* menyediakan sistem pengaduan serta jalur penyelesaian sengketa yang responsif melalui fitur layanan pelanggan dan pusat resolusi. Upaya ini mencerminkan komitmen *Shopee* dalam menegakkan prinsip-prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, konsumen tetap merasa aman dan terlindungi dalam setiap transaksi jual beli online yang dilakukan melalui *platform Shopee*.

1. Garansi *shopee*

Tanggung Jawab Produk, merupakan tanggung jawab perdata dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya. Prinsip tanggung jawab yang juga dianut dalam UUPK adalah prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab.

Adapun bentuk perlindungan hukum kepada konsumen *shopee* dikaitkan dengan Undang-undang perlindungan konsumen, yaitu:

- a. Hak Konsumen Dalam Mengoptimalkan Pelayanan Undang-undang Perlindungan konsumen Pasal 1 angka 2 menyatakan bahwa konsumen merupakan pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, dan orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sebagai pengguna barang dan jasa, konsumen memiliki hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak

sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Salah satunya yaitu hak konsumen untuk mengoptimalkan layanan yang didapatkan, dalam hal ini fasilitas yang dimiliki oleh konsumen atau pengguna lokapasar *shopee*.

- b. Hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi bentuk perlindungan kepada konsumen di lokapasar *Shopee*, apabila terdapat barang/jasa yang diterima tidak sesuai atau rusak bahkan tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, maka pihak *Shopee* dan pelaku usaha akan memberikan ganti rugi sesuai dengan yang sudah diatur di dalam Pasal 19 UUPK dan yang tertulis dalam kebijakan peraturan pihak *Shopee*.
- c. *Shopee* menetapkan kebijakan dan peraturan yang tunduk pada ketentuan dalam kebijakan pengembalian barang dan dana serta syarat layanan yang berlaku. Pembeli memiliki hak untuk mengajukan permintaan pengembalian barang dan/atau dana selama masih dalam periode Garansi *Shopee* sebagaimana tercantum dalam ketentuan layanan. Garansi *Shopee* sendiri merupakan fasilitas yang disediakan oleh *Shopee* atas permintaan pengguna, sebagai bentuk dukungan dalam menyelesaikan sengketa tertentu yang mungkin terjadi selama proses transaksi berlangsung. Pengguna dapat saling berkomunikasi secara pribadi untuk menyelesaikan perbedaan mereka atau menghubungi pihak berwenang setempat untuk membantu mereka mengatasi sengketa yang terjadi sebelum, selama atau setelah menggunakan garansi *Shopee* (Sahetapy dkk 2023, 32-33)

2. Sistem pengembalian dan pengembalian dana

Proses perlindungan yang diberikan terhadap konsumen *Shopee* jika produk atau jasa yang diterimanya tidak sesuai dengan informasi yang diberikan atau dijanjikan maka pihak *Shopee* berkewajiban untuk melakukan penggantian atau pengembalian produk dan mengganti segala kerugian atau kerusakan dari produk atau jasa yang diperjual belikannya sebagaimana yang diatur didalam ketentuan Pasal 19 Undang-undang Perlindungan

Konsumen. Bentuk perlindungan konsumen melalui *Shopee* tersebut terintegrasi dalam layanan layanan yang disebut garansi *Shopee*.

Berkaitan dengan pengembalian barang maupun dana dari konsumen sebenarnya pembeli dapat mengajukan permohonan untuk mengembalikan barang yang telah dibeli dan/atau mengajukan permohonan pengembalian dana selama masih dalam periode Garansi *Shopee*, sebagaimana diatur dalam ketentuan layanan. Garansi *Shopee* merupakan layanan yang disediakan oleh pihak *Shopee* atas permintaan pengguna, yang bertujuan untuk membantu dalam penyelesaian konflik tertentu yang mungkin muncul selama proses transaksi berlangsung. Dalam upaya penyelesaian sengketa, pengguna dapat berkomunikasi secara langsung untuk mencapai kesepakatan, atau menghubungi pihak berwenang setempat guna memperoleh bantuan dalam menangani perselisihan yang terjadi, baik sebelum, selama, maupun setelah pemanfaatan layanan Garansi *Shopee* (Ardiyanto, 2022)

3. Verifikasi penjual dan produk

Shopee memiliki mekanisme verifikasi pelaku usaha, yang dilakukan lebih ketat untuk memastikan produk yang dijual memiliki legalitas yang jelas. Mekanisme verifikasi penjual yang diterapkan *Shopee* bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dijual di platformnya, memiliki legalitas yang jelas dan sesuai dengan regulasi. Dengan verifikasi ini, *Shopee* berusaha mengidentifikasi dan membatasi pelaku usaha yang mungkin berusaha menawarkan produk ilegal (Ponow 2025, 8)

4. Keamanan transaksi

Keamanan Transaksi jurnal Wisnu Rayhan Adhitya (2019) menyatakan bahwa jaminan keamanan mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak, sehingga membantu membangun kepercayaan. Seorang konsumen mungkin bersedia mengungkapkan informasi pribadi dan akan melakukan pembelian dengan rasa aman jika tingkat jaminan keamanan dapat diterima dan memenuhi harapan konsumen. Indikator keamanan transaksi

1. Terjaminnya transaksi, terjaminnya kerahasiaan data pribadi pembeli dalam bertransaksi secara online akan menimbulkan rasa percaya pembeli terhadap toko online tersebut.
2. Kemudahan transaksi melalui COD (*Cash on delivery*), metode ini merupakan metode yang paling aman, metode ini merupakan metode pembayaran yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dalam bertransaksi suatu barang secara tunai ketika pesanan itu tiba.
3. Bukti transaksi melalui nomor resi pengiriman, nomor resi ini berfungsi sebagai identitas paket dan merupakan bukti bahwa paket pesanan pelanggan benar-benar terkirim. Pembeli juga dapat mengecek sudah sampai dimana barang tersebut dipesan.
4. Citra penjual *online*, pandangan pembeli terhadap penjual sangat diperlukan, selain dipandang sebagai penjual yang baik, kemungkinan juga akan berdampak pada kembalinya pembeli dan direkomendasikan kepada calon pembeli yang lain.
5. Kualitas produk, merupakan suatu ciri khas tertentu dari suatu produk yang mampu memenuhi ekspektasi pembeli (Adhitya 2023, 182)
5. Edukasi dan peringatan penipuan

Konsumen merupakan penentu keberhasilan bagi produsen. Keberadaan konsumen dapat mempengaruhi apakah produk dapat diterima atau tidak. Hal tersebut berkaitan dengan perilaku konsumen yang memberi dampak pada penjualan produk. Semakin produk diterima oleh konsumen, maka volume penjualan juga akan meningkat dan memberi keuntungan bagi produsen. Jadi Konsumen adalah individu atau entitas yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.

Pada dasarnya, semua orang memiliki hak dan kewajiban, dan pembeli dan penjual melakukan pembelian dan penjualan secara elektronik. Penjual, atau pelaku usaha, adalah pihak yang menyediakan produk melalui Internet, sehingga harus memberikan informasi yang akurat dan akurat tentang produk yang diberikan kepada pembeli atau konsumen. Penjual atau pelaku usaha

berhak untuk menerima pembayaran dari pembeli atau konsumen. Selain itu, ia memiliki hak untuk melindungi barang yang dijual dari tindakan konsumen yang secara jahat terlibat dalam perdagangan elektronik. Meskipun kedua pihak tidak bertemu secara langsung tetapi berkomunikasi melalui media internet, transaksi *e-commerce* dilakukan oleh pihak terkait. Pada dasarnya, baik penjual *e-commerce* maupun pembeli memiliki hak dan kewajiban. Penjual atau pedagang bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan akurat tentang produk kepada pembeli atau penjual karena mereka adalah pihak yang menyediakan produk melalui Internet.

Dalam kehidupan bermasyarakat, permasalahan perselisihan konsumen antara pelaku ekonomi dan konsumen masih sering terjadi, dan diperlukan upaya hukum dari para pihak yang terlibat untuk menyelesaikan perselisihan yang timbul. Transaksi online memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam setiap transaksi yang dilakukan dan hal inilah yang mendorong pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Namun terlepas dari kualitas *e-commerce*, tidak menutup kemungkinan kerugian konsumen (Baehaqi dkk 2024, 888-889).

UIN IMAM BONJOL
PADANG