

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi signifikan dalam aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya dengan munculnya transaksi elektronik di *Platform e-commerce*. Era digital membuka peluang yang luas bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar dan memudahkan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa secara cepat dan praktis. Namun, kemudahan tersebut juga menimbulkan risiko baru berupa kompleksitas masalah dan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang memerlukan mekanisme perlindungan yang efektif.

Jual beli merupakan bentuk transaksi yang paling sederhana sebagai media peralihan hak kepemilikan yang sah menurut syariah. Jual beli merupakan kegiatan transaksi pertukaran antara barang dengan uang. Kegiatan jual beli dengan serah terima antara pembeli dan penjual barang menjadikan barang objek transaksi sah berpindah secara kepemilikannya dan kemanfaatannya, baik secara hukum formatif maupun normatif (Basyariah, 2025, 20).

Seiring dengan perkembangan teknologi, aktivitas jual beli kini semakin banyak dilakukan secara *daring* atau berbasis *online*, di mana para pihak tidak bertemu secara langsung tetapi melalui media internet atau *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu aktivitas yang menggunakan berita dan teknologi komunikasi pemrosesan digital namun juga dalam melakukan transaksi bisnis antara penjual dan pembeli. *E-commerce* menekankan hal yang bisa dijadikan obyek transaksi bisnis yaitu berupa barang (Fatmawatie, 2022, 31). Terkait dengan hal tersebut, *Shopee* merupakan salah satu *Platform e-commerce* belanja *online* terkemuka di Indonesia saat ini.

Shopee sebagai tempat jual beli *online* nomor 1, selalu berusaha menghadirkan kemudahan dan keuntungan untuk para konsumennya, mulai

dari adanya gratis ongkos kirim, banjir promo setiap hari, banyak permainan berhadiah di *Shopee Games*, beragam pilihan metode pembayaran, lebih cepat dengan layanan *Shopee Express*, bisa pakai koin *Shopee* untuk transaksi, dan tonton konten menarik di *Shopee Video* (Sukrianti & Mapuna, 2022: 79-81).

Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020, hingga pada tahun 2023 jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia sebanyak 58,63 juta pengguna. Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara hingga tahun 2029 mencapai 99,1 juta pengguna. (Kemendag, 2024). Sengketa konsumen dalam *e-commerce* semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan sektor ini. Beberapa kasus sengketa yang umum terjadi antara lain produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak atau cacat, dan penipuan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab (Indrayani et al, 2025, 56).

Menurut Shidarta, Sengketa konsumen adalah sengketa berkenaan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Lingkupnya mencakup semua segi hukum, baik keperdataan, pidana maupun tata negara (Nisantika, 2021, 52). Sementara itu, Pemerintah Indonesia memberikan pengertian sengketa konsumen melalui Pasal 1 Angka 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menentukan bahwa: Sengketa Konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa (Kemendag, 2001). Berdasarkan pengertian tersebut, pelaku usaha dengan konsumen merupakan pihak-pihak yang pasti ada dalam sengketa konsumen (Nisantika, 2021, 53).

Fenomena sengketa konsumen di *Shopee* semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan transaksi *online*. Seperti sengketa yang dialami oleh pengguna *Shopee* dengan *username* @dytee86 melakukan pembelian produk

Xiaomi 13 Ultra melalui aplikasi *Shopee* pada tanggal 20 April 2025. Namun, barang yang diterima tidak sesuai, yaitu box HP merek Oppo, bukan Xiaomi. Pengguna segera mengajukan komplain dan melampirkan video *unboxing* sebagai bukti. *Shopee* menjanjikan panggilan telepon untuk klarifikasi, namun tidak pernah menghubungi sesuai jadwal yang disepakati. Selanjutnya, *Shopee* meminta foto box HP dalam waktu sangat singkat (1-2 jam), padahal pengguna sedang tidak berada di rumah. Komunikasi dari *Shopee* hanya berupa *misscall* singkat tanpa kesempatan untuk menjawab. Tanpa konfirmasi lebih lanjut, pada tanggal 15 Mei 2025 *Shopee* menyelesaikan kasus secara otomatis, sehingga pengguna kehilangan kesempatan mengajukan pengembalian barang dan mengalami kerugian sebesar Rp7.185.000.

Shopee menyediakan layanan Pusat Resolusi sebagai bentuk mediasi internal antara konsumen dan penjual, di mana konsumen dapat mengajukan pengembalian barang, pengembalian dana, atau komplain lainnya. Layanan ini bisa diakses setelah konsumen menyelesaikan pesanan tetapi merasa ada ketidaksesuaian, seperti barang rusak, tidak sesuai deskripsi, atau tidak diterima. *Shopee* menyatakan bahwa pusat resolusi bertujuan untuk memberikan penyelesaian cepat, adil, dan efisien tanpa perlu melibatkan lembaga *eksternal*. Namun, dalam praktiknya, penyelesaian melalui pusat resolusi sering kali tidak efektif dan berbelit.

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia memainkan peran yang sangat penting dalam sistem hukum, bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang mungkin tidak adil atau berpotensi merugikan. Perlindungan ini mencakup berbagai hak, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak atas keamanan dan keselamatan produk, serta hak untuk memperoleh ganti rugi jika konsumen mengalami kerugian akibat produk atau layanan yang tidak memadai (Ihwanudin et al. 2025, 2).

Perlindungan konsumen dalam transaksi *online* di Indonesia diatur oleh beberapa undang-undang, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UUPK dan UU ITE memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang melalui *e-commerce*. Beberapa aspek yang diatur dalam UUPK dan UU ITE meliputi hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi *online* dapat memperjuangkan hak-hak mereka melalui penyelesaian di luar pengadilan atau di dalam pengadilan. Namun, tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital meliputi penegakan hukum yang tidak memadai, sumber daya yang terbatas, dan kurangnya kesadaran konsumen (Rahman et al, 2023).

Meskipun *Shopee* telah menyediakan berbagai fitur keamanan transaksi seperti sistem *escrow* (rekening bersama) dan proteksi barang, kenyataannya banyak konsumen yang tetap mengalami kerugian. Kerugian ini bisa berupa barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, rusak, palsu, tidak dikirimkan sama sekali, atau adanya pemaksaan tambahan biaya tertentu. Dalam kondisi seperti ini, konsumen memiliki hak untuk mengajukan komplain dan penyelesaian sengketa. Namun, sering kali konsumen merasa mekanisme penyelesaian yang disediakan tidak transparan atau tidak berpihak secara adil.

Mekanisme pusat resolusi *Shopee* juga memiliki keterbatasan, salah satunya tidak adanya kesempatan konsumen untuk berhadapan langsung dengan pihak penjual atau pengelola *Platform*. Semua proses dilakukan melalui sistem tertulis yang sifatnya satu arah, sehingga kadang konsumen merasa tidak diberi ruang untuk menjelaskan secara menyeluruh. Selain itu, waktu penyelesaian yang dibatasi, serta kurangnya kejelasan mengenai kriteria keputusan *Shopee*, menimbulkan ketidakpuasan dari sebagian pengguna. Di samping itu, banyak kasus konsumen merasa diperlakukan

tidak adil karena hasil akhir lebih berpihak kepada penjual, terutama jika penjual tersebut memiliki *rating* tinggi atau status sebagai toko resmi (Shopee, 2025).

Sengketa dalam jual beli *online* merupakan permasalahan yang tidak hanya dialami oleh konsumen sebagai pihak pembeli, tetapi juga kerap terjadi pada penjual sebagai pihak yang menyediakan produk. Seperti kasus Winnie, Sebagai penjual yang melakukan transaksi melalui *Platform Shopee*, penjual telah mengirimkan produk dengan nomor resi pengiriman SPXID051685080848 senilai Rp130.000. Setelah produk diterima, pembeli mengajukan permohonan pengembalian dengan alasan adanya cacat produksi dan melampirkan foto sebagai bukti kerusakan tersebut. Namun, pembeli tidak menyertakan video *unboxing* sebagai pendukung bukti klaimnya. Sebelum pengiriman, penjual telah melakukan dokumentasi menyeluruh terhadap kondisi produk beserta nomor resi pengiriman sebagai bukti bahwa produk dikirim dalam keadaan baik dan berfungsi sesuai standar. Penjual kemudian mengajukan banding dengan melampirkan bukti dokumentasi yang dimiliki untuk membuktikan bahwa produk tidak mengalami cacat saat dikirim. Meski demikian, banding tersebut ditolak dengan alasan bukti yang diajukan oleh pembeli dianggap lebih kuat, meskipun tidak disertai video *unboxing* dan foto cacat yang terkesan tidak meyakinkan. Penjual telah menjelaskan secara rinci dan mencoba melakukan mediasi secara baik-baik, namun pihak *Shopee* tampak kurang responsif dan mengabaikan ketidakadilan yang dialami oleh penjual. Penjual telah menjelaskan secara rinci dan mencoba melakukan mediasi secara baik-baik, namun pihak *Shopee* tampak kurang responsif dan mengabaikan ketidakadilan yang dialami oleh penjual.

Kasus di atas menunjukkan adanya tantangan mendasar dalam kebijakan penyelesaian sengketa di *Platform Shopee* yang kadang kurang memberikan ruang bagi penjual untuk mengemukakan dan membuktikan posisi mereka secara seimbang dan transparan. Keberadaan sistem ini

memang merupakan bentuk alternatif penyelesaian sengketa yang hemat waktu dan biaya melalui mekanisme mediasi internal yang dilakukan oleh pihak *Shopee* sebagai perantara. Mediasi internal bertujuan untuk menyelesaikan perselisihan secara cepat dan efisien tanpa harus melalui proses litigasi yang panjang dan mahal. Namun, efektivitas mekanisme ini patut dipertanyakan dari sudut pandang perlindungan konsumen, terutama jika mediasi tersebut tidak dijalankan secara objektif dan transparan.

Layanan pusat resolusi ini seharusnya mengacu pada prinsip-prinsip dasar dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, seperti asas keadilan, keseimbangan, dan keterbukaan. Konsumen memiliki hak-hak fundamental, antara lain hak atas informasi yang benar dan jelas, hak untuk mendapatkan perlakuan yang adil dan tidak diskriminatif, serta hak untuk mendapat penyelesaian sengketa yang efektif. Ketika mekanisme internal tidak memberikan solusi yang adil dan transparan, posisi konsumen menjadi lemah dan hak-haknya terancam untuk tidak terlindungi secara maksimal, sehingga mediasi internal tersebut tidak memenuhi tujuan perlindungan konsumen secara menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi permasalahan ini. Maka baik dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul ***“Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan Mediasi Internal Melalui Layanan Pusat Resolusi di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penyelesaian sengketa konsumen dengan mediasi internal melalui layanan pusat resolusi di aplikasi *shopee* dalam perspektif hukum perlindungan konsumen?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dengan mediasi internal melalui layanan pusat resolusi di aplikasi *shopee*?
2. Bagaimana tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi internal di aplikasi *shopee*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dengan mediasi internal melalui layanan pusat resolusi di aplikasi *shopee*.
2. Untuk menganalisis tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi internal di aplikasi *shopee*.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian penting dilakukan agar praktik transaksi digital dilakukan sesuai dengan mekanisme hukum perlindungan konsumen. Secara teoritis pentingnya penelitian ini diangkat sebagai tambahan wawasan kepada konsumen agar lebih memahami hak-hak mereka dalam transaksi digital, serta dapat menjadi dasar bagi *Shopee* dan *Platform e-commerce* lainnya untuk meningkatkan transparansi dan keadilan dalam penyelesaian sengketa konsumen.

1.6 Studi Literatur

Untuk menghindari kesalahpahaman dan supaya tidak terjadi pengulangan penelitian, maka penulis mencantumkan karya ilmiah sebelum penulis:

1. Skripsi yang ditulis oleh Fatimatun Nurillah BP: 1621030211 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul *"Konsep Online Dispute Resolution (ODR) dalam E-commerce Menurut Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perdata Indonesia"*. Skripsi ini meneliti konsep *online dispute resolution* (ODR) menurut hukum ekonomi syariah dan hukum positif indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa penyelesaian sengketa melalui *Online Dispute Resolution* (ODR) dalam *e-commerce* belum berjalan optimal karena pengaturannya masih bersifat umum dan belum diatur secara khusus dalam UU No. 30 Tahun 1999 dan UU ITE No. 11 Tahun 2008. Namun, dari perspektif fiqh muamalah, penyelesaian sengketa secara online tidak bertentangan dengan prinsip syariah karena telah memenuhi rukun akad (Nurillah, 2020). Berdasarkan uraian tersebut, terdapat persamaan dengan skripsi ini, yaitu sama-sama mengkaji penyelesaian sengketa konsumen e-commerce melalui mekanisme non-litigasi berbasis online. Adapun perbedaannya terletak pada fokus analisis dan sudut pandang hukum, di mana penelitian Nurillah menitikberatkan kesesuaian ODR dengan prinsip fiqh muamalah, sedangkan skripsi ini menekankan mekanisme mediasi internal melalui layanan pusat resolusi Shopee berdasarkan perspektif hukum perlindungan konsumen.
2. Skripsi yang ditulis oleh Athira Khansa Sufila BP: 2113040093 Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dengan judul *"Penyelesaian Sengketa Bisnis di Era Digital melalui Online Dispute Resolution (ODR) Perspektif Maqasid Syariah"*. Skripsi ini meneliti penyelesaian sengketa bisnis di era digital melalui *Online Dispute Resolution* (ODR) perspektif *maqasid syariah*. Penelitian ini menemukan bahwa ODR menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien, fleksibel dan adaptif melalui konsultasi *online*, negosiasi *online*, mediasi *online*, dan arbitrase *online*. Berdasarkan perspektif *maqashid syariah*, ODR berada pada tingkatan *al-hajiyyat* yang berfungsi untuk

meringankan kesulitan (*masyaqqah*) dalam penyelesaian sengketa secara cepat, mudah, dan hemat biaya bagi para pihak yang bersengketa (Sufila, 2025). Persamaan penelitian ini dengan skripsi penulis terletak pada kajian penyelesaian sengketa bisnis online melalui mekanisme Online Dispute Resolution (ODR). Adapun perbedaannya terletak pada fokus penelitian, di mana penelitian Athira lebih menitikberatkan pada kebijakan mediasi dan pengaturan perundang-undangan dengan pendekatan Maqasid Syariah tanpa menyoroti sudut pandang konsumen, sedangkan skripsi penulis mengkaji mediasi internal melalui layanan pusat resolusi pada aplikasi Shopee dengan analisis teori dan regulasi secara lebih komprehensif.

3. Skripsi yang ditulis oleh Ella Prasti Mawarni BP: 1902020006 Institut Agama Islam Negeri Metro dengan judul "*Prosedur Penyelesaian Komplain Konsumen dalam Sistem Jual Beli Online pada Aplikasi Shopee dalam Perspektif Hak Khiyar (Studi Kasus di Kecamatan Way Bungur, Kabupaten Lampung Timur)*". Skripsi ini meneliti prosedur penyelesaian komplain konsumen pada aplikasi Shopee dari perspektif hak khiyar dalam fikih muamalah, dengan temuan bahwa penyelesaian komplain cukup efektif apabila penjual responsif, namun efektivitasnya menurun ketika konsumen tidak melanjutkan proses mediasi akibat kurangnya pemahaman terhadap prosedur complain (Mawarni, 2024). Persamaan penelitian ini dengan skripsi penulis terletak pada kajian penyelesaian sengketa atau komplain dalam sistem jual beli *online*, khususnya pada aplikasi *Shopee*. Adapun perbedaannya terletak pada fokus dan metode penelitian, di mana skripsi Ella menekankan hak khiyar dan prosedur komplain konsumen melalui penelitian lapangan di Kecamatan Way Bungur, sedangkan skripsi penulis berfokus pada mediasi internal melalui layanan pusat resolusi Shopee dengan pendekatan studi pustaka serta analisis hukum perlindungan konsumen dalam Islam.

4. Skripsi yang ditulis oleh Fariz Rachma Ditya Putra BP: 1821030078 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul *"Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif tentang Penyelesaian Sengketa dalam Pengiriman Barang pada Jual Beli Online Shopee (Studi Kasus di J&T Kota Metro)"*. Skripsi ini meneliti penyelesaian sengketa dalam jual beli *online Shopee* yang berkaitan dengan pengiriman barang, dengan temuan bahwa konsumen sering mengalami kerugian akibat kelalaian jasa ekspedisi seperti kehilangan atau kerusakan barang, sementara mekanisme ganti rugi yang tersedia masih terbatas. Penyelesaian sengketa dilakukan melalui mekanisme non-litigasi dengan pendekatan hukum Islam dan hukum positif untuk menjamin keadilan bagi para pihak (Ditya, 2022). Persamaan penelitian ini dengan skripsi penulis terletak pada kajian penyelesaian sengketa konsumen dalam jual beli online di aplikasi *Shopee* melalui mekanisme damai atau mediasi. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan metode penelitian, di mana skripsi Fariz berfokus pada sengketa pengiriman barang dan kelalaian ekspedisi dengan pendekatan penelitian lapangan di J&T Kota Metro, sedangkan skripsi penulis mengkaji sengketa konsumen secara lebih luas melalui mediasi internal di layanan Pusat Resolusi *Shopee* dengan pendekatan studi pustaka.
5. Skripsi yang ditulis oleh Ulia Muflikah BP: 21103080040 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul *"Analisis Hukum Penyelesaian Sengketa Transaksi COD Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi Kasus Cash on delivery E-commerce Shopee)"*. Skripsi ini meneliti penyelesaian sengketa transaksi Cash on Delivery (COD) di aplikasi *Shopee* perspektif hukum positif dan hukum Islam. menunjukkan bahwa prosedur penyelesaian sengketa transaksi *Cash on Delivery* (COD) di *E-Commerce Shopee* belum berjalan efektif baik menurut hukum positif maupun hukum Islam, karena masih ditemukan ketidaksesuaian prosedur dan solusi yang kurang optimal bagi para

pelaku ekonomi. *Online Dispute Resolution* (ODR) ditawarkan sebagai alternatif penyelesaian sengketa yang lebih praktis dan solutif, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan *e-commerce*, serta sejalan dengan ketentuan hukum positif dan hukum Islam di Indonesia. Masalah utama dalam skripsi ini terkait ketidakefektifan penyelesaian sengketa dalam transaksi *Cash on delivery* (COD) di *Platform Shopee* (Muflikah, 2022). Persamaan penelitian ini dengan skripsi penulis terletak pada kajian penyelesaian sengketa konsumen di aplikasi *Shopee*. Adapun perbedaannya terletak pada fokus penelitian, di mana skripsi Ulia secara khusus membahas sengketa pada transaksi COD, sedangkan skripsi penulis berfokus pada mediasi internal melalui layanan pusat resolusi *Shopee* yang mencakup berbagai jenis sengketa konsumen dan tidak terbatas pada transaksi COD.

Berdasarkan penjabaran di atas, beberapa penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu mengkaji penyelesaian sengketa atau komplain dalam transaksi digital dengan mempertimbangkan hukum Islam dan regulasi hukum dan memperhatikan perlindungan hak konsumen atau pelaku bisnis secara adil dan efisien. Namun perbedaan muncul pada objek dan cakupan serta pendekatan masing-masing penelitian. Sebagian penelitian terdahulu lebih mengarah pada aspek hukum Islam dan *maqasid syariah* serta penerapan ODR secara umum. Sedangkan penelitian penulis menggunakan metodologis yang lebih teoritis dan komprehensif, sekaligus menitikberatkan pada mediasi internal sebagai mekanisme penyelesaian sengketa konsumen khususnya di aplikasi *Shopee*. Perbedaan ini menunjukkan bahwa penelitian penulis dapat melengkapi kajian sebelumnya dengan memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam tentang praktik mediasi internal yang kini banyak digunakan di *Platform e-commerce* serta analisisnya dari perspektif hukum perlindungan konsumen.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan; konsumen adalah setiap orang yang memakai "barang dan/atau jasa" yang tersedia dalam masyarakat," baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnnya dan tidak untuk diperdagangkan.

2. Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah suatu upaya untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen dilindungi dalam setiap transaksi yang dilakukan, terutama di era digital saat ini. Konsep dasar perlindungan konsumen mencakup berbagai aspek, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak untuk memilih, dan hak untuk mendapatkan ganti rugi. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen merupakan upaya untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Ihwanuddin. 2024, 267).

Menurut Az. Nasution, Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaanya dalam kehidupan bermasyarakat (Dajaan, et al. 2020: 3).

Berdasarkan pengertian hukum perlindungan konsumen di atas jika dikaitkan dengan definisi hukum menurut Mochtar Kusumaatmadja, maka hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah, lembaga dan proses yang mengatur kegiatan manusia dalam kaitannya dengan upaya perlindungan terhadap konsumen.

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Sesuai dengan pasal 4 Undang-undang perlindungan konsumen No.8 Tahun 1999, hak-hak konsumen adalah:

- 1) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) hak untuk didengar pendapat dan keluhanya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) hak-hak yang, diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya (UUPK,1999).

Dengan demikian konsumen perlu memiliki dan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan untuk melindungi dirinya. Sosialisasi Undang-undang perlindungan konsumen harus secara gencar dilakukan terutama kepada masyarakat tingkat bawa dan berpendidikan rendah. Karena permasalahan-permasalahan ini tentu akan terjadi akibat dari ketidak pahaman konsumen (Sukarna. 2016, 6). Untuk peningkatan kesadaran dan kewaspadaan konsumen, sesuai rumusan Pasal 5 Undang-undang perlindungan konsumen No.8 Tahun 1999, memiliki kewajiban sebagai berikut:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut (UUPK, 1999).

4. Asas-asas Perlindungan Konsumen dalam Islam

Untuk melindungi kepentingan para pihak yang terlibat dalam kegiatan perdagangan dan bisnis, hukum Islam telah menetapkan sejumlah asas yang berfungsi sebagai acuan dalam pelaksanaan transaksi jual beli maupun kegiatan bisnis. Asas-asas tersebut meliputi *at-tauhid*, *istikhlaf*, *al-ihsan*, *al-amanah*, *ash-shiddiq*, *al-adl*, *al-khiyar*, *at-ta'awun*, serta prinsip *keamanan*, *keselamatan*, dan *at-taradhin* (Nurhalis, 2015, 529).

1.7.2 Sengketa Konsumen

Sengketa pada umumnya terjadi apabila terdapat perbedaan pandangan atau pendapat antara para pihak tertentu tentang hal tertentu. Satu pihak merasa dirugikan hak-haknya oleh pihak lain, sedangkan pihak yang lain tidak merasa demikian. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak memberikan definisi mengenai sengketa konsumen. Definisi sengketa konsumen ditemukan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No: 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yang menyebutkan bahwa sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa (Kemendag, 2001).

Penyelesaian sengketa konsumen dalam UUPK diatur dalam Pasal 45 s.d Pasal 48 Bab X tentang Penyelesaian Sengketa. Pasal 45 UUPK menyebutkan: (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan

sukarela para pihak yang bersengketa. (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang. (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa (UUPK, 1999).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *library research* atau studi kepustakaan yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Dalam penelitian ini data-data didapatkan dari berbagai sumber seperti buku referensi, buku-buku teks, jurnal ilmiah, majalah, surat kabar, dokumen, dan sumber-sumber lainnya (Muhaimin 2020, 45).

Library research (penelitian kepustakaan) dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti buku referensi, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, artikel, catatan, serta berbagai jurnal yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Proses ini dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpulkan data dengan menggunakan metode atau teknik tertentu guna mencari jawaban atas permasalahan yang dihadapi (Sari & Asmendri, 2020, 44).

Penelitian ini menggunakan metode *library research* atau studi kepustakaan karena fokus penelitian bersifat normatif, yaitu mengkaji mekanisme penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi internal di *platform e-commerce Shopee*. Penelitian ini tidak menitikberatkan pada perilaku atau pengalaman langsung para pihak, melainkan pada norma hukum, kebijakan platform, asas-asas perlindungan konsumen dalam Islam,

serta kasus-kasus sengketa konsumen yang telah terdokumentasi secara tertulis. Oleh karena itu, data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui penelaahan peraturan perundang-undangan, buku dan jurnal ilmiah, dokumen kebijakan Pusat Resolusi *Shopee*, serta sumber tertulis lain yang relevan. Dengan demikian, metode *library research* dinilai sesuai untuk menganalisis permasalahan yang diteliti secara sistematis dan mendalam.

1.8.2 Sumber Data

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama pada objek penelitian (Triliantanto, 2020, 212-213). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber primer adalah buku “Hukum Perlindungan Konsumen” yang ditulis oleh Zulham, S.Hi., M.Hum (2013) dan *website Shopee*.
2. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber tercetak, di mana data tersebut telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya (Wibisino, 2003, 37). Berupa studi pustaka yang bersumber dari buku-buku, jurnal-jurnal, atau tulisan-tulisan dari internet yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di *e-commerce shopee*.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan penelusuran (*searching*) dan studi dokumentasi, baik melalui toko buku, perpustakaan dan media internet, serta media dan tempat-tempat (lembaga) lainnya yang mengeluarkan serta menyimpan arsip (dokumen) yang berkaitan permasalahan penelitian (Muhaimin, 2020, 64).

Teknik pengumpulan bahan hukum atau data sekunder dalam penelitian hukum normatif dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier dan atau bahan non hukum. Penelusuran bahan hukum tersebut dapat dilakukan dengan membaca, melihat, mendengarkan, maupun penelusuran bahan hukum melalui media internet atau website (Muhaimin, 2020, 65).

Penelusuran dilakukan untuk memperoleh sumber-sumber tertulis yang relevan, seperti peraturan perundang-undangan, literatur hukum, kebijakan Pusat Resolusi *Shopee*, serta kasus-kasus sengketa konsumen yang dipublikasikan secara terbuka. Selanjutnya, studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengkaji, mengklasifikasikan, dan menganalisis dokumen-dokumen tersebut guna memahami mekanisme penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi internal di *platform Shopee* serta menilainya berdasarkan asas-asas perlindungan konsumen dalam Islam.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Menurut Sari dan Asmendri yang dikutip dari Mirzaqon dan Purwoko (2017) mengemukakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kepustakaan bisa dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Sedangkan Fraenkel & Wallen (2007) menyatakan analisis isi adalah sebuah alat penelitian yang difokuskan pada konten aktual dan fitur internal media. Teknik ini dapat digunakan peneliti untuk mengkaji perilaku manusia secara tidak langsung melalui analisis terhadap komunikasi mereka seperti: buku teks, esay, koran, novel, artikel majalah, lagu, gambar iklan dan semua jenis komunikasi yang dapat dianalisis (Sari & Asmendri, 2020, 49).

Teknik ini digunakan untuk menganalisis isi dokumen dan teks tertulis yang berkaitan dengan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi internal di platform *Shopee*. Analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menafsirkan isi kebijakan platform, peraturan perundang-undangan, serta kasus-kasus konsumen, kemudian dikaitkan dengan asas-asas perlindungan konsumen dalam Islam untuk menilai kesesuaian dan kualitas perlindungan yang diberikan kepada konsumen.