

BAB III

PROFIL PUSAT RESOLUSI DI APLIKASI *SHOPEE*

3.1 Profil Aplikasi *Shopee*

Shopee merupakan *Platform* perdagangan elektronik atau *marketplace* yang dimiliki oleh SEA Group, entitas yang sebelumnya dikenal sebagai Garena dan didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009. Dengan kantor pusat di Singapura, perusahaan ini telah memperluas operasionalnya ke sejumlah negara, termasuk Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Saat ini, kepemimpinan *Shopee* dijabat oleh Chris Feng, seorang mantan eksekutif Rocket Internet yang sebelumnya telah memimpin *Zalora* dan *Lazada*.

Shopee memasuki pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan secara resmi memulai operasionalnya di negara tersebut pada akhir bulan Juni 2015. Kantor *Shopee* Indonesia berlokasi di Gama Tower, Jalan H. R. Rasuna Said No. 2 Lantai 8, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940, Indonesia (*Shopee Karier* 2024).

Shopee awalnya diluncurkan di Singapura pada 2015 sebagai *Platform* yang menghubungkan konsumen dengan konsumen (C2C). Seiring berjalannya waktu, *Platform* ini berubah menjadi model campuran C2C dan *Business to Consumer* (B2C) melalui peluncuran *Shopee Mall*, sebuah *marketplace* yang fokus pada merek-merek populer dan pembeli dengan daya beli tinggi. Pada 2017, *Shopee* berhasil mencapai 80 juta unduhan aplikasi, dengan lebih dari empat juta pedagang dan lebih dari 180 juta *item* yang tersedia (Alamin, et al, 2023, 122).

Shopee dapat dioperasikan melalui aplikasi *smartphone* maupun *situs web*, sehingga memudahkan pengguna dalam berbelanja secara *daring*. Berbagai fitur yang disediakan *Platform* ini memberikan kemudahan dan

kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan transaksi. *Shopee* juga menyediakan beragam produk yang memenuhi kebutuhan sehari-hari.

1. Profil Pendiri *Shopee*

Gambar 3.1
Pendiri *Shopee*



Sumber : [Forrest Li - Wikipedia](#)

Kesuksesan *Shopee* tidak lepas dari peran pendirinya yang bernama Forrest Li. Nama Forrest Li merupakan sosok yang dikenal luas di kalangan pebisnis digital international. Terlebih Forrest Li juga tercatat sebagai salah satu orang terkaya di Singapura dengan kekayaan mencapai 13, 2 miliar dollar AS atau sekitar Rp 193 triliun berdasarkan data dari Forbes. Forrest Li, yang memiliki nama asli Li Xiaodong, lahir di Tianjin, Tiongkok, pada tahun 1977. Sekitar 18 tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 2005, ia pindah dan menetap di Singapura serta memperoleh kewarganegaraan negara tersebut. Sebagai seorang pengusaha, ia dikenal dengan sebutan Mr. Li atau Li. Dalam perjalanan pendidikannya, ia menempuh studi di bidang teknik di Universitas Shanghai, kemudian melanjutkan pendidikan ke Stanford University dan meraih gelar Magister di bidang Administrasi Bisnis (Wikipedia, 2025)

Ketika menempuh pendidikan di Stanford University, Li memutuskan untuk menggunakan nama panggilan baru, yaitu Forrest, karena para

dosennya mengalami kesulitan dalam membaca nama aslinya. Nama trebut diambilnya dari film *Forrest Gump* yang dibintangi oleh aktor Tom Hanks.

Setelah menyelesaikan pendidikannya, Forrest Li memulai kariernya sebagai perekrut di perusahaan Motorola yang berlokasi di Shanghai. Rutinitas yang monoton membuatnya sering menghabiskan waktu malam di kafe internet untuk bermain *game*. Siapa yang menyangka bahwa aktivitas ini kemudian menjadi titik awal kesuksesannya sebagai seorang konglomerat. Di bawah kepemimpinannya, *Sea Limited* didirikan pada Mei 2009 sebagai perusahaan teknologi konsumen yang awalnya fokus ke *Platform* gim melalui anak perusahaan Garena. Selanjutnya, pada Februari 2015, ia meluncurkan *Shopee* sebagai *Platform mobile-first e-commerce* di Singapura, yang kemudian berkembang ke Asia Tenggara dan wilayah lainnya.

Forrest Li dikenal sebagai sosok pemimpin yang agak tertutup secara media tetapi visioner dalam bisnis. Ia memposisikan teknologi dan pasar *e-commerce* sebagai alat pemberdayaan bagi konsumen dan pelaku usaha kecil menengah, terutama di Asia Tenggara (*The Straits times*, 2020). Dalam sebuah wawancara, ia menyebut bahwa penetrasi *e-commerce* di kawasan Asia Tenggara masih rendah dibanding AS atau Tiongkok, sehingga masih banyak ruang untuk pertumbuhan (CNA, 2024).

Lewat *Sea Limited*, ia membawa perusahaan ini terdaftar di *Bursa Efek New York* (NYSE) dan menjadikannya salah satu perusahaan teknologi konsumen terbesar dari Singapura. Ia dianugerahi penghargaan "*Businessman of the Year*" Singapura untuk tahun 2019/2020 atas perannya mengembangkan *Sea* dan anak perusahaannya. *Platform Shopee* di bawah arahan dan strategi yang dikembangkan olehnya telah menjadi pemimpin pasar *e-commerce* di banyak negara Asia Tenggara (KrASIA, 2022). Meski sukses besar, Forrest Li dan perusahaannya juga menghadapi tantangan dari persaingan sengit, regulasi yang semakin ketat serta tekanan untuk menjaga profitabilitas. Ia pun menekankan pentingnya inovasi teknologi (termasuk

kecerdasan buatan dan *blockchain*) untuk masa depan *Platformnya* (CNA, 2024).

Dengan demikian, Forrest Li adalah tokoh sentral di balik pertumbuhan pesat *Shopee* dimulai dari latar belakang teknik, meraih gelar MBA supaya bisa menavigasi dunia bisnis global, hingga membangun ekosistem teknologi yang melampaui *e-commerce* menjadi juga gaming dan layanan keuangan digital.

2. Logo *Shopee*

Gambar 3.2
Logo *Shopee*



Sumber : <https://logos-world.net/Shopee-logo/>

Logo *Shopee* merepresentasikan nilai-nilai aksesibilitas, kemudahan, dan keberagaman, yang mencerminkan komitmen merek dalam menyediakan pengalaman berbelanja *daring* yang praktis dan menyenangkan bagi seluruh lapisan pengguna. Desain visualnya mengkomunikasikan kesan dinamis dan modern, sejalan dengan orientasi perusahaan dalam merespons kebutuhan konsumen di era digital yang terus berkembang.

Secara visual, logo *Shopee* mengusung bentuk yang sederhana namun efektif dalam membangkitkan asosiasi dengan aktivitas belanja. Elemen utama berupa tas belanja berbentuk trapesium, yang telah lama menjadi simbol universal dalam dunia ritel, dirancang dengan garis-garis halus dan pegangan melengkung yang memberikan kesan familiar dan mudah dikenali. Di bagian tengah tas tersebut, terdapat huruf "S" berwarna putih yang

mencolok dengan latar merah dan oranye cerah, menciptakan kesan energik dan membangkitkan emosi positif.

Di samping ikon tas belanja, terdapat tulisan "*Shopee*" yang disusun dalam satu garis horizontal. Tipografi yang digunakan bersifat ringan dan kontemporer, dengan huruf kecil yang membulat memberikan kesan lembut dan bersahabat, sementara huruf kapital "S" menggemakan simbol pada tas, memperkuat kesan konsistensi dan kenyamanan visual.

Palet warna yang digunakan terdiri dari putih dan merah-oranye cerah. Warna putih melambangkan kebersihan dan kesederhanaan, sedangkan warna utama yang mencolok berfungsi menarik perhatian serta menegaskan karakter aktif dari *Platform* tersebut. Kombinasi warna ini menciptakan atmosfer yang sesuai dengan identitas *Shopee* sebagai layanan belanja *daring* yang inklusif dan dinamis. Nama "*Shopee*" sendiri merupakan hasil penggabungan kata "toko" dengan akhiran yang ringan dan mudah diingat, memperkuat citra merek sebagai penyedia pengalaman belanja *daring* yang ceria dan nyaman.

Secara keseluruhan, logo *Shopee* dirancang secara lugas dan komunikatif. Ikon tas belanja menegaskan fokus utama perusahaan, sementara perpaduan warna cerah dan tipografi minimalis menonjolkan aspek modernitas serta kemudahan penggunaan. Logo ini tidak sekadar berfungsi sebagai simbol grafis, melainkan sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan filosofi *Shopee*: menjadikan belanja *daring* sebagai aktivitas yang mudah, menyenangkan, dan dapat diakses oleh semua kalangan.

3.2 Prosedur Operasional Transaksi Jual Beli di *Shopee*

Sebagai *Platform marketplace* yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai kalangan, *Shopee* menyediakan ekosistem bisnis inklusif yang dapat diakses secara gratis oleh seluruh penggunanya. Keberagaman produk yang ditawarkan mulai dari kebutuhan pokok, produk digital seperti pulsa dan *voucher*, hingga perangkat elektronik dan

perlengkapan rumah tangga yang menjadikan *Shopee* sebagai solusi belanja yang komprehensif. Untuk menjaga keteraturan dalam transaksi yang masif tersebut, *Shopee* menerapkan sistem operasional yang terstandarisasi. Prosedur jual beli ini mengatur setiap interaksi antara penyedia barang dan konsumen guna menjamin keamanan, kecepatan, serta transparansi di setiap tahapan pesanan.

1. Prosedur Berjualan di Aplikasi *Shopee*

Setelah proses pembuatan akun *Shopee* selesai, pengguna dapat segera memulai aktivitas berjualan di *Platform* tersebut dengan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan. Adapun langkah-langkah pembukaan toko di *Shopee* dijelaskan sebagai berikut:

- a. Akses menu “Jual” yang terletak di bagian kiri atas halaman utama *Shopee*, atau kunjungi langsung laman resmi penjual melalui tautan [seller.Shopee.co.id](https://seller.shopee.co.id).

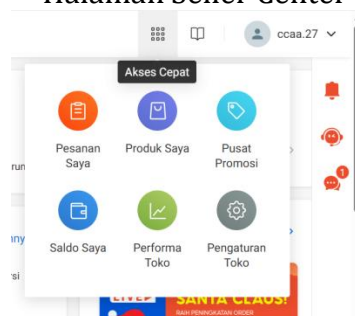
Gambar 3.3
Halaman Ikon untuk Berjualan



Sumber : Screensnapshottool situs *Shopee*

- b. Pengguna akan melihat 6 Menu Seller *Shopee*

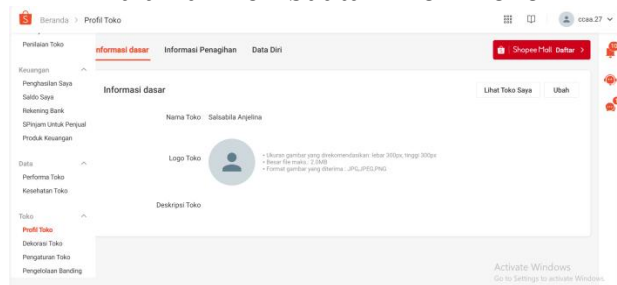
Gambar 3.4
Halaman Seller Center



Sumber : Screensnapshottool situs *Shopee*

- c. Pilih Menu Pengaturan Toko, Kemudian Selanjutnya, calon penjual diminta untuk melengkapi informasi yang diperlukan, seperti nama toko, deskripsi singkat, gambar pendukung, logo atau foto toko, serta banner toko, kemudian klik simpan.

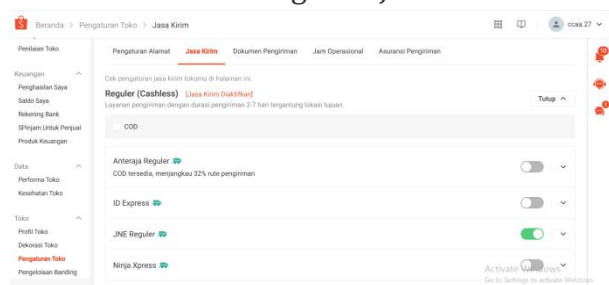
Gambar 3.5
Halaman Pembuatan Profil Toko



Sumber : Screensnapshottool situs Shopee

- d. Selanjutnya, pilih menu Jasa Kirimku untuk menentukan layanan pengiriman yang akan digunakan. Para penjual bisa memilih beberapa kurir antara lain Anteraja Reguler, ID Express, JNE Reguler, Ninja Express, Pos Reguler, SiCepat REG, SPX Standard, dan Express.

Gambar 3.6
Halaman Pengisian Jasa Kirim



Sumber : Screensnapshottool situs Shopee

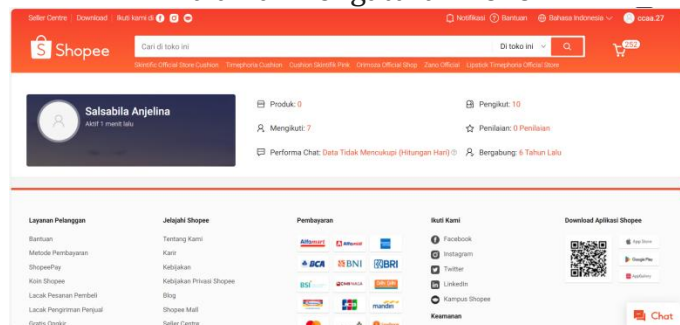
- e. Selanjutnya, Pilih Menu Kartu/Rekening Bank. Tambahkan Rekening untuk menerima hasil penjualan maupun melakukan pembayaran.

Gambar 3.7
Halaman Pengisian Data Rekening

Sumber : *Screensnapshottool* situs *Shopee*

- f. Setelah Aktivasi Penjual berhasil, maka jadilah Toko. Untuk pengaturan lain, bisa mengaturnya di pengaturan bawah seperti gambar berikut

Gambar 3.8
Halaman Pengaturan Toko

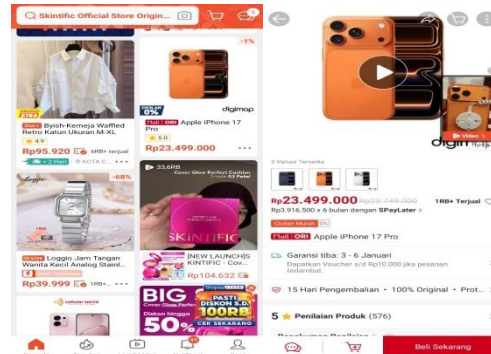


Sumber : *Screensnapshottool* situs *Shopee*

2. Prosedur Berbelanja di Aplikasi *Shopee*

Sebelum berbelanja di aplikasi *Shopee*, pastikan pembeli sudah memiliki akun dan masuk ke dalamnya. Setelah itu, pembeli bisa mulai menjelajahi berbagai produk dengan mengetik kata kunci di kolom pencarian atau menelusuri kategori yang tersedia. Ketika menemukan produk yang menarik, buka halaman produknya untuk melihat detail seperti harga, deskripsi, ulasan pembeli, serta pilihan variasi dan metode pengiriman yang ditawarkan.

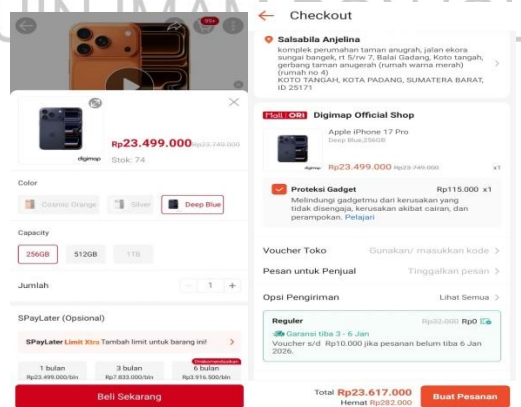
Gambar 3.9
Halaman Iklan *Shopee*



Sumber : *Screensnapshottool* situs *Shopee*

Langkah pertama dalam berbelanja di aplikasi *Shopee* adalah memilih produk yang diinginkan. Klik pada produk tersebut untuk melihat detailnya, seperti harga, deskripsi, ulasan dari pembeli lain, serta ongkos kirim yang berlaku. Setelah yakin dengan pilihan, Anda dapat menentukan cara untuk melanjutkan pembelian. Jika masih ingin mencari produk lain, tekan “Tambah ke Keranjang” agar produk tersebut tersimpan sementara. Namun, jika ingin segera membelinya, pilih opsi “Beli Sekarang”.

Gambar 3.10
Halaman *Checkout* untuk Membuat Pesanan



Sumber : *Screensnapshottool* situs *Shopee*

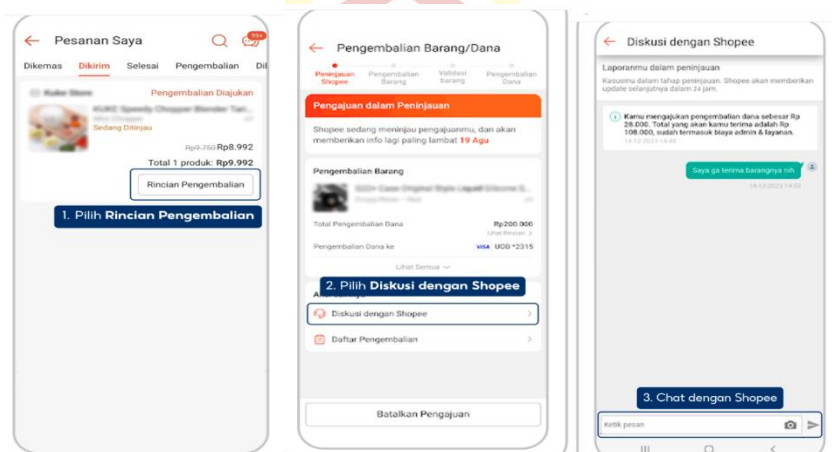
Setelah memilih produk yang diinginkan, langkah berikutnya adalah mengatur variasi dan jumlah produk yang akan dibeli. Pada tahap ini, pembeli dapat menyesuaikan pilihan sesuai kebutuhan, seperti memilih ukuran, warna, atau jenis produk lain jika tersedia. Pastikan variasi yang

dipilih sudah sesuai dengan keinginan sebelum menentukan jumlah barang yang ingin dibeli. Dengan demikian, pesanan yang dilakukan akan tepat dan sesuai dengan preferensi pembeli, sehingga menghindari kesalahan saat proses pembelian berlangsung.

3.3 Layanan Pusat Resolusi *Shopee*

Pusat Resolusi merupakan fitur yang disediakan oleh aplikasi *Shopee* untuk memfasilitasi proses diskusi dan penyelesaian masalah antara pembeli dan penjual terkait pengembalian barang atau dana. Fitur ini dirancang agar pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dengan penjual dalam rangka mencari solusi yang adil dan transparan atas permasalahan transaksi.

Gambar 3.11
Tampilan Menu Diskusi pada Halaman Rincian Pengembalian *Shopee*



Sumber: [\[Pengembalian Barang/Dana\] Apa itu Pusat Resolusi? | Pusat Bantuan Shopee ID](#)

Untuk mengakses halaman diskusi Pusat Resolusi, pengguna dapat membuka menu *Diskusi* pada bagian *Rincian Pengembalian* pesanan yang sedang diproses. Melalui fitur ini, pengguna memiliki beberapa opsi layanan, antara lain melakukan komunikasi langsung dengan penjual, mengajukan atau menolak usulan solusi pengembalian dana, serta mengajukan banding kepada pihak *Shopee* apabila terjadi ketidaksepakatan atau permasalahan lanjutan (*Shopee*, 2025).

Dalam pelaksanaannya, terdapat batas waktu tertentu yang harus diperhatikan oleh pengguna selama proses diskusi berlangsung. Pembeli atau penjual diberi waktu sekitar tiga hingga lima hari untuk memberikan tanggapan dan menyertakan nomor resi pengiriman barang, serta tujuh hari untuk melakukan konfirmasi terkait status penerimaan barang. Apabila penjual mengajukan banding selama proses negosiasi, maka tim *Shopee* akan melakukan peninjauan menyeluruh terhadap bukti yang diajukan oleh kedua belah pihak guna menentukan solusi yang paling adil sesuai dengan kebijakan *Platform (Shopee help, 2025)*.

Setelah menerima permintaan pengembalian barang/dana, *Shopee* meninjau kembali kasus tersebut dan mengambil penyelesaian setelah meninjau bukti yang diajukan oleh Pembeli atau Penjual. Proses ini memakan waktu sekitar 5 hari kerja (tidak termasuk Sabtu, Minggu, dan tanggal merah) sejak tanggal pengajuan pengembalian barang atau dana diajukan, yang dapat berubah tergantung pada alasan pengembalian: (*Shopee help, 2025*)

- a. Produk tidak lengkap atau barang hilang : Untuk kasus di mana Pembeli menerima produk dengan bagian yang hilang atau paket dengan barang yang hilang, mereka dapat memilih antara dua solusi yaitu pengembalian dana saja (tanpa pengembalian) atau pengembalian barang dan dana. Setelah meninjau kasus tersebut, *shopee* mengambil keputusan menyetujui atau menolak permintaan pengembalian atau pengembalian dana Pembeli.
 - 1) *Shopee* menyetujui permintaan pengembalian dana saja. Setelah permintaan disetujui, Penjual dapat menerima atau membantah hasilnya. Jika Penjual mengajukan banding, *shopee* menyelidiki kasus tersebut lebih lanjut untuk menentukan penyelesaian dalam waktu 5 hari kerja.
 - 2) *Shopee* menyetujui permintaan pengembalian barang dan dana. *Shopee* mewajibkan Pembeli untuk mengembalikan produk ke Penjual, sebelum pengembalian dana diproses. Produk yang dikembalikan

harus menjalani pemeriksaan kualitas oleh Penjual untuk memastikan produk tersebut memenuhi kriteria pengembalian. Banding dapat diajukan jika produk yang dikembalikan dianggap tidak sesuai untuk pengembalian dana. *Shopee* kemudian akan menyelidiki kasus tersebut untuk menentukan penyelesaiannya dalam waktu 5 hari kerja.

- b. Produk rusak/cacat/salah: Setelah permintaan pengembalian barang atau dana disetujui, Pembeli akan diminta untuk mengembalikan produk. Sebelum produk dikirim untuk pengembalian, Penjual dapat menawarkan pengembalian dana sebagian kepada Pembeli. Jika Pembeli memilih untuk berdiskusi langsung dengan Penjual, *Shopee* tidak akan ikut campur dalam diskusi ini. Pembeli harus memutuskan apakah akan menerima penawaran tersebut atau melanjutkan proses untuk pengembalian dana penuh. Jika tidak ada respon dari Pembeli atau Penjual, negosiasi akan dihentikan dan Pembeli akan diminta untuk melanjutkan pengembalian. Produk yang dikembalikan akan dikirim ke Penjual dan diperiksa kualitasnya untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi kriteria pengembalian. Jika produk tidak memenuhi kriteria pengembalian, Penjual dapat mengajukan banding. *Shopee* kemudian akan menyelidiki kasus tersebut dan menentukan penyelesaiannya dalam waktu 5 hari kerja.
- c. Produk palsu: Semua permintaan pengembalian barang/dana untuk produk palsu akan ditinjau secara menyeluruh oleh *Shopee*, di mana bukti pendukung akan diminta dari Pembeli dan Penjual sebelum keputusan dibuat. Ada 3 kemungkinan hasil:
 - 1) *Shopee* menyetujui permintaan pengembalian dana saja. Pembeli akan menerima pengembalian dana setelah *Shopee* menyetujui permintaan tersebut. Penjual dapat mengajukan banding setelah produk dikembalikan oleh Pembeli. *Shopee* kemudian akan menyelidiki kasus tersebut dan menentukan penyelesaiannya dalam waktu 5 hari kerja.

- 2) *Shopee* menyetujui permintaan pengembalian barang dan dana. Pembeli akan diminta untuk mengembalikan produk yang akan diperiksa kualitasnya oleh Penjual untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi kriteria pengembalian. Banding dapat diajukan jika produk ini dianggap tidak cocok untuk dikembalikan. *Shopee* kemudian menyelidiki dan menentukan penyelesaiannya dalam waktu 5 hari kerja.
- 3) *Shopee* menolak permintaan. *Shopee* akan menolak permintaan jika bukti pendukung awal Pembeli tidak sah atau tidak mendukung alasan pengembalian barang atau dana yang dipilih.

Setelah resolusi tercapai, *Shopee* akan memberi tahu Pembeli dan Penjual mengenai hasilnya melalui email. Untuk memfasilitasi proses penyelesaian banding, *Shopee* dapat meminta Pembeli atau Penjual untuk menyerahkan bukti pendukung dalam jangka waktu yang ditentukan sebelum peninjauan dimulai.

3.4 Kasus Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan Mediasi Internal Melalui Pusat Resolusi di Aplikasi *Shopee*

Perkembangan pesat perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia membawa konsekuensi berupa potensi peningkatan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terkait pelaksanaan hak dan kewajiban transaksional. Untuk merespons tantangan tersebut, *Platform* digital seperti *Shopee* menerapkan mekanisme penyelesaian sengketa yang dilakukan secara *daring* dengan memanfaatkan teknologi, yang dikenal sebagai Mediasi Internal melalui layanan Pusat Resolusi.

Kasus *Pertama*, melibatkan seorang konsumen yang melakukan pembelian pakaian secara *pre-order* dari toko *Igoods.johnny*, yang berstatus sebagai *star seller* di *platform shopee*. Setelah produk diterima, konsumen mendapati bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum pada laman penjualan. Meskipun produk diklaim sebagai 100%

original, kenyataannya menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam aspek desain dan kualitas jahitan, termasuk bentuk serta panjang renda yang tidak menyerupai ilustrasi produk yang ditampilkan. Konsumen berupaya menghubungi pihak penjual melalui fitur pesan yang disediakan oleh *platform*, namun tidak memperoleh respon yang memadai. Selama proses komunikasi berlangsung, sistem *shopee* memberikan notifikasi bahwa toko sedang dalam masa libur. Tiga hari kemudian, penjual menolak permintaan pengembalian barang dan dana dengan alasan bahwa produk telah dikirim sesuai pesanan. Sebagai tindak lanjut, konsumen memanfaatkan fitur pengajuan komplain dan permohonan pengembalian dana yang tersedia di *platform shopee*, disertai dengan bukti pendukung berupa foto produk yang menunjukkan ketidaksesuaian dengan deskripsi. *Shopee* dalam kapasitasnya sebagai mediator, melakukan proses evaluasi terhadap pengaduan tersebut. Namun, hasil akhir menunjukkan bahwa permohonan pengembalian dana ditolak tanpa disertai penjelasan yang rinci maupun kesempatan bagi konsumen untuk menyampaikan tanggapan lebih lanjut. Keputusan ini menimbulkan ketidakpuasan dari pihak konsumen, yang merasa bahwa proses mediasi tidak dijalankan secara objektif dan cenderung berpihak kepada penjual tanpa mempertimbangkan bukti yang telah disampaikan secara menyeluruh.

Gambar 3.12
Kasus Barang Tidak Sesuai Deskripsi



Sumber : [Barang yang Dikirimkan Tidak Sesuai Foto Tetapi Komplain Ditolak oleh Tim Mediasi Shopee](#)

Kasus *Kedua*, dialami oleh Wiji Lestari yang mengajukan pengembalian dana atas pesanan 2505064P532EPB di *Shopee*. Konsumen telah mengembalikan produk dalam kondisi baik dan sesuai, namun penjual mengklaim produk rusak setelah diterima. Bukti menunjukkan bahwa kerusakan hanya terjadi pada kemasan, bukan pada produk itu sendiri, dan kemungkinan besar disebabkan oleh proses pengiriman. Meskipun demikian, *Shopee* menolak permohonan pengembalian dana dan melepaskan dana kepada penjual tanpa memberikan penjelasan rinci. Laporan lanjutan dari konsumen juga ditutup dengan alasan keputusan bersifat final. Upaya komunikasi dengan penjual tidak membuahkan hasil karena penjual mengarahkan kembali ke pihak *Shopee*. Namun, pihak *Shopee* tidak menindaklanjuti dugaan kerusakan akibat jasa pengiriman. Akibatnya, konsumen merasa dirugikan karena tidak ada pihak yang bertanggung jawab. Proses penyelesaian sengketa dinilai tidak transparan dan tidak memberikan perlindungan yang adil bagi konsumen.

Gambar 3.13

Kasus Pengembalian Dana yang Ditolak

Laporan Ditutup 05 Juni 2025 14:00

Laporanmu telah selesai.
Pengajuan pengembalian dana telah ditolak pada tanggal 04 Juni 2025 karena pengajuan pembeli tidak memenuhi Syarat & Ketentuan yang berlaku.

Penjual telah mengirimkan kembali produk menggunakan jasa kirim SAP Express dengan nomor resi M...YT. Status pengiriman saat ini telah diterima oleh ... Juni 2025.

Keputusan ini bersifat final dan sudah tidak dapat diubah ya, kak.

Saat ini pihak penjual telah mengirimkan kembali produk menggunakan jasa kirim SAP Express dengan nomor resi MMQIKCPYT.

Kami sarankan agar kamu dapat menghubungi pihak penjual melalui fitur Chat untuk menemukan solusi bersama antara penjual dan pembeli terkait kendala kamu.

Demikian kami sampaikan, sehat selalu

Salam hangat,
Timi

Tim Mediasi Shopee Tidak Adil dan Merugikan Pembeli

KELUHAN Tim Mediasi Shopee Tidak Adil dan Merugikan Pembeli - oleh Wiji • dibaca dalam: 1 menit

Sumber : <https://mediakonsumen.com/2025/06/09/surat-pembaca/tim-mediasi-Shopee-tidak-adil-dan-merugikan-pembeli>

Kasus *Ketiga*, Kasus ini melibatkan konsumen yang membeli Xiaomi 13 Ultra melalui *Shopee* (No. Pesanan: 250418JCTKMM1K) dan menerima produk yang tidak sesuai, yakni kotak HP Oppo. Konsumen langsung mengajukan komplain disertai video *unboxing*. *Shopee* menjanjikan panggilan klarifikasi, namun dua kali tidak ditepati. *Shopee* kemudian meminta foto kotak dalam waktu hanya 1 sampai 2 jam, berbeda dari kebijakan biasanya yang memberi waktu 1×24 jam. Saat konsumen tidak sempat mengirim bukti karena sedang bekerja, *Shopee* menyelesaikan pesanan secara otomatis dan menolak pengajuan pengembalian. Konsumen mengalami kerugian sebesar Rp7.185.000 dan merasa dijejek karena tidak diberi kesempatan yang adil untuk menyelesaikan masalah.

Gambar 3.14
Kasus Pesanan Xiaomi 13 Ultra



Sumber : [Mediasi Shopee Merugikan Saya sebagai Pembeli dengan Total Kerugian Rp7,2 Juta](#)

Kasus *Keempat*, Pada 12 September 2025, pembeli dengan akun *Khanza01galery* melakukan pemesanan produk case Oppo A96 yang merupakan barang *pre-order* dari Tiongkok. Setelah dilakukan pengecekan, diketahui bahwa stok Oppo A96 versi global kosong dan hanya tersedia Oppo A96 China version. Penjual telah menyampaikan kondisi tersebut kepada pembeli dan menyarankan pembatalan pesanan. Namun, pembeli tetap meminta agar produk versi China dikirim dengan keyakinan pribadi bahwa

produk tersebut cocok dengan ponsel miliknya. Penjual telah menjelaskan perbedaan dimensi kedua versi serta melampirkan bukti melalui chat. Sebelum pengiriman, penjual dan pembeli menyepakati bahwa tidak akan dilakukan pengembalian apabila produk tidak cocok. Barang dikirim dan diterima pembeli pada 29 November 2025. Akan tetapi, pada 30 November 2025 pembeli tetap mengajukan pengembalian dengan alasan produk tidak sesuai ukuran. Tanpa mempertimbangkan kesepakatan awal dan bukti chat, pihak *shopee* langsung memproses pengembalian dan mengembalikan dana kepada pembeli. Penjual mengajukan banding dengan melampirkan bukti kesepakatan, video pengemasan, dan video *unboxing* barang *retur*. Namun, *Shopee* menolak banding dengan alasan pengembalian sesuai dengan Syarat dan Ketentuan *platform*, serta hanya memberikan kompensasi sebesar Rp5.000.

Gambar 3.15

Shopee memproses pengembalian tanpa mempertimbangkan kesepakatan awal



Sumber: <https://mediakonsumen.com/2025/12/24/surat-pembaca/Shopee-menolak-banding-dan-menyetujui-pengembalian-dana-padahal-sudah-ada-kesepakatan-dengan-pembeli-barang-tidak-akan-dikembalikan>

Kasus *Kelima*, Kasus ini dialami oleh penjual dengan akun *Tangerinellia* yang menjual produk poster K-Pop melalui *platform shopee*. Sejak awal, penjual telah mencantumkan deskripsi serta foto kelengkapan barang secara jelas dan rinci pada halaman produk. Kelengkapan barang yang dijual meliputi *box*, *photocard* (PC), *photofilm*, *poster* atau *postcard*,

serta foto *member*, yang seluruhnya telah ditampilkan sesuai dengan kondisi barang sebenarnya. Setelah barang diterima oleh pembeli, pembeli mengajukan pengembalian dengan alasan barang tidak sesuai. Penjual menilai *klaim* tersebut tidak berdasar, karena barang yang dikirim telah sesuai dengan deskripsi dan foto produk yang ditampilkan pada saat pembeli melakukan *checkout*. Untuk itu, penjual mengajukan banding kepada pihak *shopee* dengan melampirkan bukti berupa foto produk, deskripsi barang, serta tampilan halaman *checkout* pembeli yang menunjukkan kesesuaian antara barang yang diterima dan yang ditawarkan. Dalam proses sengketa tersebut, penjual juga mengalami tekanan berupa spam chat dan ancaman melalui *WhatsApp* dari pihak pembeli. Saat ini, sengketa masih dalam tahap peninjauan oleh tim mediasi *shopee*, sementara dana hasil penjualan masih ditahan oleh pihak *shopee* hingga dikeluarkannya keputusan akhir melalui pemberitahuan *email* resmi.



Sumber: *Screensnapshottool* Akun X @ruaemai