

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan terutama dalam cara mereka berbelanja. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, telah menjadi solusi utama bagi konsumen untuk membeli produk dan layanan dengan lebih efisien, tanpa harus meninggalkan rumah. Dalam konteks ini, marketplace seperti Shopee telah muncul sebagai salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Shopee menawarkan berbagai produk dari berbagai kategori, mulai dari fashion, elektronik, hingga kebutuhan sehari-hari dengan fasilitas yang memudahkan transaksi, seperti pengiriman yang cepat dan metode pembayaran yang beragam. Dan perkembangan teknologi yang semakin pesat ini juga telah menjadikan internet sebagai salah satu media yang tidak hanya berfungsi untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk berbelanja. Menurut penelitian Dharma yang dikutip oleh Wafrotur Rohmah, terdapat sejumlah manfaat E-commerce bagi perusahaan atau organisasi, di antaranya adalah kemampuan untuk menjangkau wilayah pemasaran yang luas tanpa harus mengeluarkan biaya yang signifikan untuk pemasangan iklan. Selain itu, manfaat tersebut juga dirasakan oleh masyarakat sebagai konsumen, yang dapat memilih barang atau jasa yang diinginkan selama 24 jam tanpa batasan waktu. Bagi calon konsumen yang berada cukup jauh dari lokasi penjualan, mereka tidak perlu

datang secara langsung untuk membeli barang yang diinginkan, sehingga hal ini dapat lebih menghemat waktu dan biaya.¹

Shopee telah berkembang menjadi salah satu kekuatan dominan dalam lanskap e-commerce di Indonesia, mencapai popularitas melalui serangkaian strategi yang terintegrasi dan efektif. Pertama, pendekatan pemasaran agresif Shopee, yang mencakup promosi besar-besaran, diskon yang menarik, serta program loyalitas yang solid, telah berhasil menarik perhatian jutaan konsumen di seluruh Indonesia. Selain itu, kerjasama dengan selebriti dan influencer ternama telah meningkatkan visibilitas merek Shopee di berbagai platform media. Kedua, Shopee menempatkan pengalaman pengguna sebagai prioritas utama, dengan antarmuka yang intuitif dan fitur-fitur inovatif, seperti Shopee Live, yang menciptakan pengalaman belanja yang interaktif dan menghibur. Jangkauan Shopee yang luas, mencakup daerah-daerah terpencil di Indonesia, juga merupakan faktor penting dalam popularitasnya, karena memungkinkan akses yang mudah bagi berbagai lapisan masyarakat. Terakhir, Shopee menyediakan berbagai fitur menarik bagi konsumen, seperti pengiriman gratis, garansi Shopee, dan beragam pilihan pembayaran, yang meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh dari DataIndonesia. id, tren e-commerce di Indonesia menunjukkan bahwa Shopee secara konsisten menduduki peringkat

¹ Wafrotur Rohmah, "KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE KONSUMEN SHOPEE DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI," *Journal Competency of Business* 5, no. 1 (2021): hal 89–105, <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.877>.

teratas dalam hal jumlah pengunjung, yang menegaskan posisinya sebagai pemimpin pasar e-commerce di Indonesia.²

Namun, meskipun Shopee menyediakan platform yang menarik dan mudah digunakan, fenomena kelalaian konsumen terhadap barang yang dibeli tetap menjadi masalah yang signifikan. Kelalaian ini dapat diartikan sebagai kurangnya perhatian dari konsumen terhadap informasi penting yang relevan dengan produk yang mereka beli. Banyak konsumen yang terjebak dalam semangat berbelanja online tanpa melakukan riset yang cukup atau mengabaikan detail produk, yang akhirnya dapat mengakibatkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang kelalaian konsumen terhadap barang yang dibeli, khususnya dalam konteks marketplace Shopee, serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut.³

Berdasarkan data terbaru, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai sekitar 202,6 juta orang pada tahun 2023, yang mencerminkan pertumbuhan signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Sementara itu, Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia, memiliki sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan pada tahun yang sama. Angka ini menunjukkan bahwa Shopee berhasil menarik perhatian konsumen di tengah persaingan yang ketat di pasar e-commerce.⁴ Data ini diperoleh dari survei yang

² *Tren E-Commerce Indonesia: Shopee Teratas Berdasarkan Jumlah Pengunjung*, t.t., <https://dataindonesia.id/digital/detail/tren-e-commerce-indonesia-shopee-teratas-berdasarkan-jumlah-pengunjung>.

³ Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, 15 ed. (Erlangga, 2017).

⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Laporan Survei Pengguna Internet Indonesia 2023," *Jurnal Komunikasi dan Informatika*, 1, vol. 15 (2023): hal 1–15.

dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) serta laporan tahunan dari Shopee. Survei tersebut menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia terus mengalami peningkatan, didorong oleh aksesibilitas yang lebih baik serta penggunaan smartphone yang meluas. Selain itu, Shopee juga mencatat pertumbuhan pengguna yang pesat berkat berbagai promosi dan fitur yang menarik bagi konsumen.⁵

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh konsumen dalam berbelanja secara daring adalah kurangnya informasi lengkap atau evaluasi yang mendalam terhadap produk yang ditawarkan. Banyak konsumen yang cenderung memilih produk berdasarkan promosi atau harga tanpa melakukan pemeriksaan yang lebih teliti terhadap deskripsi produk, spesifikasi, serta ulasan dari pengguna lain. Berdasarkan survei yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, sekitar 70% konsumen menyatakan pernah merasa menyesal setelah melakukan pembelian produk secara online, baik akibat produk yang diterima tidak sesuai dengan harapan maupun disebabkan oleh keterbatasan informasi yang mereka peroleh sebelum melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan pentingnya pemahaman yang mendalam mengenai perilaku konsumen dalam konteks e-commerce serta potensi dampak dari kelalaian tersebut.⁶

⁵ “Laporan Tahunan Shopee 2023,” *Jurnal Manajemen E-Commerce*, 2, vol. 8 (2023): hal 30–45.

⁶ Prasetyo, Angga and Anjasromo, Mahendra, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Online di Marketplace,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 8 (2020): hal 45--56.

Dari data yang telah disajikan, dapat disimpulkan adanya kebutuhan mendesak untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan kelalaian ini. Apakah hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan mengenai cara berbelanja secara efektif, pengaruh iklan, keterbatasan waktu, atau bahkan karakteristik pribadi dari konsumen itu sendiri? Penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai aspek tersebut guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen di marketplace Shopee.

Adapun Hadis dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu:

"رَأَاهُ إِذَا الْخِيَارُ فَلَهُ يَرَهُ لَمْ شَيْئًا اشْتَرَى مِنْ"

"Barangsiapa membeli sesuatu yang belum ia lihat, maka ia memiliki hak khiyar (pilih) apabila ia telah melihatnya."⁷

Hadis ini secara langsung mengatur hak bagi pembeli yang belum memeriksa barang sebelum kesepakatan untuk mendapatkan opsi setelah melihatnya. Ini berfungsi sebagai perlindungan bagi pembeli supaya tidak mengalami kerugian atau ketidakpuasan karena ketidakjelasan tentang keadaan barang yang dijual.⁸

Penelitian ini memfokuskan pada Kelalaian Konsumen dalam hal ini pembatasan Penelitian ini secara khusus membatasi diri pada analisis kelalaian yang dilakukan oleh konsumen dalam proses transaksi pembelian di platform

⁷ Zayla'ī, Jamāluddīn Yūsuf ibn 'Abdullāh az, *Naṣb ar-Rāyah fī Takhrīj Aḥādīth al-Hidāyah*, 4 vols. (Dār al-Ḥadīth, t.t.). hlm. 441.

⁸ "Pengertian Khiyar Majelis, Syarat, Aib, Ta'yin, Ru'yah," *Gramedia Blog*, t.t., diakses 19 Juni 2025, <https://www.gramedia.com/literasi/khiyar-majlis-adalah/?srsltid=AfmBOorcOVZhJIH8NjeA9Jbnk5VkdDjojY5U8GUx8m-uFio3Y8Jy7A5FA>.

Shopee. Aspek kelalaian yang ditimbulkan oleh pihak penjual atau oleh platform Shopee itu sendiri tidak menjadi fokus utama dalam kajian ini.

Adapun pembatasannya itu seperti Studi Kasus Marketplace Shopee yang Dalam penelitian ini, Shopee dipilih sebagai objek studi kasus, dengan menjauhkan analisis dari marketplace lain seperti Tokopedia, Lazada, atau Bukalapak. Dan wilayah Penelitian dimana penelitian ini kemungkinan akan dibatasi pada konsumen yang berdomisili di wilayah tertentu, misal akan saya ambil di Kota Banjarmasin utara. Pendekatan ini diambil untuk mempersempit ruang lingkup penelitian dan meningkatkan kedalaman analisis yang dilakukan.

Meskipun tidak terdapat undang-undang yang secara khusus mengatur tentang "kelalaian konsumen" dalam konteks belanja, terdapat beberapa undang-undang dan peraturan lain yang relevan serta dapat diterapkan dalam kasus-kasus tertentu, terutama yang berkaitan dengan transaksi elektronik dan perlindungan konsumen. Berikut adalah beberapa di antara undang-undang dan peraturan tersebut antara lain yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) kitab ini merupakan perangkat hukum yang mengatur hubungan hukum antara individu, termasuk dalam konteks perjanjian jual beli. Pasal 1365 KUHPerdata yang mengatur mengenai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) dapat diterapkan dalam situasi di mana kelalaian yang dilakukan oleh konsumen menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Selain itu, prinsip-prinsip hukum perdata, seperti perjanjian dan tanggung jawab perdata, dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan tingkat tanggung jawab dalam kasus kelalaian yang dilakukan oleh

konsumen.⁹ Dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 mengenai Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengatur aspek-aspek perdagangan melalui sistem elektronik. Dalam peraturan ini, diinstruksikan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen. Adanya peraturan ini sangat relevan dalam konteks potensi kelalaian konsumen, mengingat informasi yang tidak jelas atau menyesatkan dapat berkontribusi terhadap terjadinya kelalaian tersebut.¹⁰

Dan konsekuensi Jika Dibiarkan Kerugian Finansial Konsumen adalah Konsumen akan terus mengalami kerugian finansial akibat praktik penipuan, produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, atau biaya pengembalian barang yang tinggi, penurunan Kepercayaan Konsumen Kepercayaan konsumen terhadap platform Shopee akan mengalami penurunan, yang dapat berdampak negatif terhadap jumlah transaksi serta reputasi platform tersebut.

Peningkatan Sengketa Hukum juga berarti Jumlah sengketa hukum antara konsumen dan pihak penjual atau Shopee diperkirakan akan meningkat, yang berpotensi membebani sistem peradilan. Hambatan Pertumbuhan E-commerce yaitu Kelalaian dalam perlindungan konsumen dapat menghambat pertumbuhan

⁹ “Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,” KUHPerdata Pasal 1365 (t.t.).

¹⁰ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Permendag No. 50 Tahun 2020 (2020).

industri e-commerce di Indonesia, karena konsumen mungkin akan lebih memilih untuk berbelanja dengan cara konvensional.¹¹

Adapun dari hasil wawancara saya dengan rekan saya yaitu ada beberapa orang yang sempat saya wawancara mereka menjelaskan kenapa bisa terjadi kelalaian tersebut dan wawancara awal saya kepada Gerald Saka Putra selaku teman dekat saya dia menjelaskan secara singkatnya dia membeli sebuah barang di shoppe yaitu sen depan suzuki spin dan dia tergiur dengan harga murah jadi tidak membaca deskripsi apapun tentang barang tersebut, alhasil barang yang datang tidak sesuai, dikira ori ternyata barang yang sampai kw alias palsu.¹² Dan selanjutnya dilanjut dengan wawancara oleh Ridwan Annaufal pada tanggal 10 Desember 2024 dia menerangkan bahwasanya dia telah lalai dalam berbelanja online di marketplace Shoppe pada tahun lalu. Singkatnya dia membeli sebuah celana Long Chino warna hitam yang harganya murah tanpa dicek terlebih dahulu celana itu berbahan apa, ketika barang sudah sampai aman dan bisa dipakai namun ketika sudah di laundry celana tersebut mengkrucut. Akibat lalai yang dia perbuat celana yang dibeli tidak dipakai nya lagi.¹³ Dan yang terakhir adalah wawancara dengan teman perempuan saya yang bernama Fira, selaku teman saya melalui whatsapp pada tanggal 11 Desember 2024. Saat dia membeli sebuah celana di shoppe dengan model kargo panjang. Dia tergiur harga yang murah pas barang

¹¹ Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Gramedia Pustaka Utama, 2003). 24

¹² Gerald Saka Putra, "Wawancara dengan Teman Via whatsapp."

¹³ Ridwan Annaufal, "Wawancara Teman dekat," 10 Desember 2024.

sudah sampai kerumah ternyata warna tidak sesuai yang dipesan. Mau komplain juga tidak bisa karena lupa mengaktifkan fitur cod cek dulu.¹⁴

Terkait dari hasil penelitian diatas saya tertarik untuk meneliti dengan judul Kelalaian konsumen terhadap barang yang dibeli di Marketplace Shopee.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tindakan dan perilaku apa saja yang paling sering menyebabkan terjadinya kelalaian konsumen dalam berbelanja di marketplace Shopee ?
2. Bagaimana bentuk-bentuk kelalaian yang dialami konsumen ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Perilaku apa saja yang paling sering menyebabkan terjadinya kelalaian konsumen dalam berbelanja di Marketplace
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk kelalaian yang dialami konsumen

D. SIGNIFIKASI PENELITIAN

Suatu penelitian harus memberikan manfaat. Maka penelitian ini akan bermanfaat bagi para pembaca dan penulis juga. Bagi orang yang membaca sekaligus orang yang pernah lalai dalam berbelanja online agar dapat menjadi acuan

¹⁴ Fira Rezky, "Wawancara Teman dekat," 11 Desember 2024.

untuk lebih teliti lagi dalam berbelanja online. Dan secara garis besarnya penelitian ini bermanfaat sebagai berikut:

A. Secara teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperdalam pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam konteks e-commerce, khususnya terkait dengan fenomena kelalaian. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan atau memodifikasi teori-teori yang telah ada mengenai perilaku konsumen, seperti teori pengambilan keputusan, teori risiko, ataupun teori literasi digital.
- b. Penelitian ini diharapkan juga dapat bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kelalaian konsumen dalam transaksi online di platform Shopee. Identifikasi terhadap faktor-faktor tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman mengenai proses kognitif, emosional, dan sosial yang mendasari perilaku kelalaian tersebut.

B. Secara praktis

- a. Bagi kesadaran konsumen. Penelitian ini dapat memberikan manfaat serta informasi untuk meningkatkan kesadaran konsumen mengenai risiko kelalaian dalam berbelanja secara daring serta metode untuk menghindarinya. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan dalam pengembangan materi edukasi konsumen yang efektif.

- b. Bagi Shoppe. Penelitian ini akan memberikan manfaat dan menyajikan rekomendasi praktis kepada Shopee mengenai langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengurangi tingkat kelalaian konsumen serta meningkatkan pengalaman berbelanja secara daring. Rekomendasi tersebut dapat mencakup strategi edukasi bagi konsumen, perbaikan pada antarmuka pengguna, pengembangan fitur-fitur keamanan, serta peningkatan layanan pelanggan.

E. DEFINISI OPERASIONAL

1. Kelalaian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kelalaian didefinisikan sebagai suatu keadaan atau tindakan yang kurang hati-hati, tidak memperhatikan kewajiban, pekerjaan, dan hal-hal lainnya, serta dapat diartikan sebagai keadaan lengah. Dengan demikian, kelalaian merujuk pada situasi di mana seseorang tidak melaksanakan suatu tugas atau kewajiban dengan semestinya, yang disebabkan oleh kurangnya perhatian atau kehati-hatian.¹⁵
2. Adapun konsumen yang dimaksud disini yaitu yang beralamat di sekitaran wilayah Banjarmasin Utara. Pengertian konsumen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumen dapat diartikan sebagai pemakai barang hasil produksi (seperti bahan pakaian dan makanan), penerima pesan iklan, atau pemakai jasa (seperti pelanggan).

¹⁵ *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016).

Dengan kata lain, konsumen merujuk pada individu atau entitas yang menggunakan, membeli, atau memanfaatkan barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.

3. Marketplace Shopee merupakan sebuah aplikasi belanja online yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk melakukan transaksi melalui smartphone dengan cepat dan praktis. Platform ini menawarkan berbagai jenis produk yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna, baik yang bersifat primer, sekunder, maupun tersier.¹⁶

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan judul yang akan diteliti penulis adalah tentang, maka peneliti menelusuri beberapa skripsi dan jurnal yang dapat dijadikan sebagai masukan atau rujukan bagi penelitian penulis.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang penulis telusuri, terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya antara lain :

1. Skripsi Sarjana Hukum Universitas Muslim Indonesia Makassar yang disusun oleh Sri Wahyuni Syahabuddin tahun 2023 dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap konsumen Shoppe(E-commerce) yang menerima produk berbeda dengan yang diperjanjikan (Studi Kasus Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan)”. Dari hasil penelitian Skripsi ini secara mendalam menganalisis kompleksitas perlindungan hukum bagi

¹⁶ Hanna Vennsalvanya Azzahra dan Jurry Hatammimi, *Pengaruh penggunaan E-commerce Shopee Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Telkom University*, t.t. hal 13.

konsumen Shopee yang mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian produk dengan perjanjian pembelian. Penelitian ini mengkaji secara tuntas berbagai permasalahan yang sering dihadapi oleh konsumen, seperti perbedaan signifikan antara produk yang diterima dengan deskripsi serta gambar yang ditampilkan di platform tersebut. Selain itu, skripsi ini juga menguraikan hak-hak konsumen yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Analisis mendalam dilakukan terhadap aspek hukum yang relevan, khususnya terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dengan penekanan pada penerapan peraturan-peraturan ini dalam konteks sengketa konsumen di platform Shopee.

Skripsi ini juga menyoroti peran krusial Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan dalam menangani sengketa konsumen di Shopee, serta menganalisis efektivitas upaya-upaya yang telah dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Penelitian ini menyajikan studi kasus nyata yang memberikan gambaran tentang bagaimana permasalahan konsumen dapat diselesaikan oleh Dinas Perdagangan. Lebih lanjut, implikasi hukum dari kasus-kasus sengketa konsumen di platform Shopee dibahas secara komprehensif, disertai dengan rekomendasi mengenai cara

meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan yang rinci mengenai perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen Shopee yang menerima produk yang tidak sesuai dengan perjanjian, serta menganalisis peran Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada fokus keduanya yang mencermati konsumen dalam konteks transaksi e-commerce di platform Shopee, serta penggunaan studi kasus untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh konsumen.¹⁷ Namun, perbedaan utama antara kedua penelitian ini terletak pada fokus spesifik yang diambil. Penelitian tersebut lebih menekankan pada ketidaksesuaian produk dan peran Dinas Perdagangan dalam penanganannya, sedangkan penelitian saya memiliki fokus yang lebih luas atau berbeda terkait dengan kelalaian konsumen secara umum, tidak terbatas pada isu ketidaksesuaian produk semata.¹⁸

¹⁷ Sri Wahyuni Syahbuddin, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (E - COMMERCE) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Yang Di Perjanjikan (Studi Kasus Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan)” (Skripsi, Universitas Muslim Indonesia, 2023), http://repository.umi.ac.id/4553/1/Sri%20Wahyuni%20Syahbuddin_04020190088.pdf.

¹⁸ Rima Indah Rahmawati, “Penyelesaian Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui E- COMMERCE (Studi Kasus Pada Marketplace Tokopedia)” (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung, 2022).

2. Skripsi Sarjana Hukum Universitas Skripsi Sarjana Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang ditulis oleh Rima Indah Rahmawati yang berjudul "Penyelesaian Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui E- COMMERCE (Studi Kasus Pada Marketplace Tokopedia)" secara mendalam membahas mekanisme penyelesaian wanprestasi atau cidera janji yang terjadi dalam transaksi jual beli daring melalui platform e-commerce Tokopedia. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis dengan metode deskriptif untuk menganalisis data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak Tokopedia serta observasi transaksi, di samping pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber hukum dan literatur yang relevan. Analisis dilakukan secara kualitatif untuk memahami bagaimana perjanjian elektronik dirumuskan dan bagaimana sengketa wanprestasi diselesaikan melalui mediasi dan negosiasi daring yang dianggap lebih efektif dari segi efisiensi biaya dibandingkan dengan penyelesaian sengketa secara langsung. Kesamaan dengan penelitian saya yang berjudul "Kelalaian Konsumen Terhadap Barang yang Dibeli (Studi Kasus Marketplace Shopee)" terletak pada konteks transaksi jual beli online melalui marketplace dan fokus pada permasalahan yang muncul setelah transaksi. Namun, perbedaannya sangat signifikan karena penelitian skripsi ini

berfokus pada wanprestasi dari sisi penjual atau platform dalam memenuhi janji, dengan studi kasus pada Tokopedia, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Sementara itu, penelitian saya berfokus pada kelalaian konsumen sebagai penyebab permasalahan dalam pembelian di Shopee, yang melibatkan aspek perilaku dan tanggung jawab konsumen itu sendiri, bukan pada kegagalan pemenuhan janji dari pihak penjual atau platform.¹⁹

3. Skripsi yang ditulis oleh Indah Nurbaya Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dengan judul Praktik Jual Beli Grup Facebook (Studi Kasus pada Marketplace Shopee) ini secara komprehensif mengkaji praktik jual beli yang berlangsung di grup Facebook dalam konteks marketplace Shopee, dengan tujuan untuk memahami dinamika transaksi tersebut serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya. Skripsi yang ditulis oleh Indah Nurbaya ini pertama-tama mengawali penjelasan dengan memberikan latar belakang mengenai fenomena ini, di mana grup Facebook mengalami transformasi dari sekadar platform komunikasi menjadi sarana yang menguntungkan untuk jual beli dan

¹⁹ Indah Nurbaya, “Praktik Jual Beli Grup Facebook (Studi Kasus pada Marketplace Shopee)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2024), <https://idr.uin-antasari.ac.id/27656/>.

promosi. Penelitian ini menyoroti pemanfaatan grup Facebook oleh individu dan bisnis dalam berinteraksi, berbagi informasi, dan melakukan transaksi, sekaligus menciptakan peluang ekonomi baru.²⁰ Di dalam skripsi itu juga dia melakukan analisis terhadap kebijakan komunitas Facebook yang melarang praktik jual beli di grup, yang dianggap berpotensi mengancam keamanan, stabilitas, serta kegunaan layanan. Kebijakan tersebut mencakup larangan terhadap tindakan spam dan penjualan hak istimewa grup, yang dapat merugikan pengguna lainnya. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada kebijakan Facebook, tetapi juga mengeksplorasi interaksi praktik jual beli di grup Facebook dengan hukum Islam, serta regulasi yang ditetapkan oleh Shopee sebagai platform e-commerce. Melalui pendekatan ini, penulis berharap dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perekonomian digital, serta dampak praktik jual beli di grup Facebook terhadap pengguna dan pelaku usaha, beserta implikasi hukum yang mungkin timbul dari transaksi tersebut. Adapaun persamaan dan perbedaannya sebagai berikut yaitu persamaannya adalah terjadi pada fokus pada Marketplace Shopee, Kedua skripsi ini

²⁰ Aulia Bimo Wicaksono, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang mengalami Kerugian setelah melakukan Transaksi E- Commerce melalui Marketplace (Studi Kasus Pembelian Genteng di Tokopedia)” (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2023), <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/46520>.

membahas fenomena yang terjadi di marketplace Shopee, yang merupakan salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia. Keduanya melakukan penelitian terkait mekanisme transaksi yang berlangsung di platform tersebut serta dampaknya terhadap pengguna dan pelaku usaha. Dan yang kedua adalah Aspek Hukum dan Kebijakan, Keduanya juga mengkaji aspek hukum dan kebijakan yang berhubungan dengan transaksi yang dilakukan di platform ini. Skripsi pertama menganalisis kebijakan Facebook yang melarang praktik jual beli di grup, sedangkan skripsi yang kedua, yang diteliti oleh Anda, mungkin lebih berfokus pada regulasi perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia. Perbedaannya terletak pada Objek Penelitian, yaitu Skripsi pertama terfokus pada praktik jual beli di grup Facebook, yang melibatkan barang non-fisik atau digital, sementara skripsi Anda, yang berjudul "Kelalaian Konsumen Terhadap Barang yang Dibeli," menekankan pada barang fisik dan bagaimana kelalaian dalam transaksi dapat memengaruhi konsumen. Hal ini menunjukkan perbedaan dalam jenis barang yang diteliti, di mana satu skripsi berfokus pada produk digital dan yang lainnya pada produk fisik. Dan yang kedua adalah pendekatan Analisis, yaitu skripsi pertama menganalisis kebijakan Facebook dan implikasinya terhadap praktik jual beli di grup, serta interaksinya dengan hukum Islam.

Di sisi lain, skripsi yang saya buat lebih berfokus pada perilaku konsumen, tanggung jawab penjual, dan dampak kelalaian terhadap kepuasan konsumen. Ini mencakup analisis mengenai bagaimana kelalaian dalam transaksi dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen serta upaya perbaikan yang dapat dilakukan melalui regulasi yang lebih baik.

4. Jurnal Ilmu Hukum yang ditulis oleh Revi Ardila dan Reni Budi Setianingrum Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia yang berjudul Perlindungan Hukum terhadap konsumen atas barang tidak sesuai pesanan di Marketplace Zalora. Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan pesanan di platform marketplace Zalora, dengan penekanan pada masalah kelalaian dan kecurangan yang sering dilakukan oleh pelaku usaha dalam konteks transaksi e-commerce. Dalam era digital yang semakin maju, marketplace seperti Zalora menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja secara online, namun juga menghadirkan risiko yang berkaitan dengan kualitas dan kecocokan barang yang diterima. Penulis melakukan analisis mengenai ketidakpatuhan penjual dalam memberikan informasi yang akurat dan jelas seputar produk, yang dapat merugikan konsumen, serta menerangkan hak-hak konsumen yang diatur

dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan terkait lainnya. Penelitian ini juga mengeksplorasi potensi akibat hukum yang dapat muncul jika hak-hak konsumen tidak terpenuhi, termasuk tindakan wanprestasi yang dapat diambil oleh konsumen untuk memperoleh ganti rugi. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya transparansi dan itikad baik dalam transaksi online, serta prosedur yang dapat ditempuh oleh konsumen untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan penyelesaian sengketa melalui mekanisme yang telah ditetapkan. Persamaan dengan penelitian saya yang berjudul "Kelalaian Konsumen Terhadap Barang yang Dibeli (Studi Kasus Marketplace Shopee)" terletak pada fokus keduanya terhadap transaksi di platform e-commerce. Keduanya menekankan pentingnya hak-hak konsumen dalam transaksi online dan dampak kelalaian dalam memberikan informasi yang dapat berpengaruh negatif terhadap pengalaman berbelanja. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian; penelitian ini lebih mengedepankan tanggung jawab penjual di Zalora, disertai dengan analisis terhadap kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh marketplace tersebut untuk melindungi konsumen. Sementara itu, penelitian Anda lebih berfokus pada perilaku konsumen dan dampak kelalaian dalam transaksi di Shopee, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi kepuasan

dan keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, meskipun kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam tema perlindungan konsumen, pendekatan dan fokus analisis yang berbeda memberikan kontribusi yang unik terhadap pemahaman tentang dinamika e-commerce di Indonesia.²¹

5. Skripsi yang ditulis oleh Aulia Bimo Wicaksono Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2003 yang berjudul *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang mengalami Kerugian setelah melakukan Transaksi E-Commerce melalui Marketplace (Studi Kasus Pembelian Genteng di Tokopedia)* Penelitian ini mengkaji secara komprehensif mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian setelah melakukan transaksi e-commerce melalui marketplace, dengan penekanan khusus pada studi kasus pembelian genteng di Tokopedia. Dalam kajian ini, penulis menganalisis berbagai aspek yang berhubungan dengan tanggung jawab penjual dan hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta peraturan-peraturan terkait lainnya. Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana ketidakpatuhan penjual dalam memenuhi kewajiban mereka, seperti penyediaan informasi yang akurat dan pelaksanaan janji pengiriman, dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Untuk lebih lanjutnya, penelitian ini juga mengeksplorasi mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh oleh konsumen, termasuk upaya hukum yang dapat diambil untuk memperoleh kompensasi atau

²¹ Revi Ardila dan Reni Budi Setianingrum, *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG TIDAK SESUAI PESANAN DI MARKETPLACE ZALORA*, 5, no. 10 (2025).

ganti rugi, serta peran penyelenggara sistem elektronik dalam menjamin hak-hak konsumen. Penelitian ini menyoroti pentingnya transparansi, itikad baik, dan kejelasan dalam transaksi daring, dan bagaimana aspek-aspek tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce. Kesamaan dengan penelitian saya dengan penelitian ini adalah terletak pada fokus dari kedua penelitian ini terhadap transaksi di platform e-commerce. Keduanya menekankan pentingnya hak-hak konsumen dalam transaksi daring, serta dampak negatif dari kelalaian dalam memberikan informasi yang tepat pada pengalaman berbelanja. Namun, perbedaan terletak pada objek penelitian yang berarti penelitian ini lebih menekankan tanggung jawab penjual di Tokopedia, termasuk analisis terhadap kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh marketplace tersebut untuk melindungi konsumen. Sementara itu, penelitian yang dimaksud lebih berfokus pada perilaku konsumen dan dampak kelalaian dalam transaksi di Shopee, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian tersebut mungkin juga akan mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih untuk berbelanja di Shopee, serta bagaimana pengalaman negatif dapat berdampak pada loyalitas konsumen terhadap platform tersebut. Dengan demikian.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar kiranya dapat memberikan kejelasan pada penelitian yang akan dilakukan ini, maka perlu ada sistematika penulisan yang isinya adalah rangkaian informasi terkait dengan materi hingga hal yang nantinya akan dibahas disetiap bab, sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I, yaitu pendahuluan yang berisikan gambaran atau biasa sering disebut latar belakang penelitian ini dibuat disertai dengan alasan melakukan penelitian. Setelahnya ada rumusan masalah yang mana isinya adalah pertanyaan-pertanyaan yang akan diteliti oleh peneliti. Kemudian tujuan masalah yang isinya adalah tujuan penulis dalam melakukan penelitiannya. Lalu ada definisi operasional yang didalamnya memberikan informasi terkait definisi beberapa istilah yang digunakan pada judul. Selanjutnya ada kajian pustaka yang isinya menjelaskan perihal perbedaan dari penelitian-penelitian yang telah lalu. Terakhir disebut sistematika penulisan karena didalamnya menjelaskan tentang kaidah atau aturan dalam penulisan.

BAB II berisi tentang landasan teori yang mana didalamnya berisikan teoriteori yang dapat memberikan penjelasan mengenai topik yang dibahas dalam suatu penelitian yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti seperti: Pengertian perilaku konsumen, definisi kelalaian konsumen, Literasi digital konsumen yang berhubungan dengan judul penelitian saya.

BAB III, yaitu berisi tentang metode penelitian yang isinya memuat hal-hal yang diperlukan ketika melakukan penelitian seperti jenis penelitian, sifat penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik dalam mengumpulkan data dan analisis data.

BAB IV, yaitu berisi tentang penyajian data laporan hasil dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode dan sistematika penulisan yang sudah dirancang sebelumnya. Laporan hasil penelitian ini menguraikan dengan jelas hasil penelitian, yang terdiri dari identitas si konsumen yang berada di sekitaran wilayah Banjarmasin Utara beserta uraian mereka yang pernah mengalami lalai tersebut. Laporan hasil penelitian ini juga akan memuat analisis.

BAB V, yaitu adalah penutup yang berisi tentang simpulan umum dari analisis penelitian yang telah dilakukan sekaligus menunjukkan keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Tujuannya agar dapat memudahkan para pembaca nantinya yang ingin tahu hasil dari penelitian. Kemudian ada saran yang tujuannya untuk memberikan masukan yang dirasa perlu atau masih adanya kekurangan dalam penelitian yang perlu ditingkatkan.