ABSTRAK

Ryaas Mahendra. *Kelalaian Konsumen terhadap Barang yang Dibeli di Marketplace Shopee (Studi Kasus Kecamatan Banjarmasin Utara),* skripsi, pembimbing: Fajrul Ilmi, S.Pd. I., M,Sy., Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah, UIN Antasari Banjarmasin, 2024.

Kata Kunci : Kelalaian Konsumen, Marketplace, Shopee.

Pesatnya pertumbuhan e-commerce, terutama melalui marketplace seperti Shopee, telah mengubah kebiasaan belanja masyarakat secara drastis. Namun, di balik kemudahan ini, seringkali muncul masalah kelalaian konsumen dalam bertransaksi daring yang berujung pada rasa kecewa. Data tahun 2022 menunjukkan bahwa sekitar 70% konsumen di Indonesia pernah mengalami penyesalan pasca-pembelian online karena produk yang diterima tidak sesuai ekspektasi atau informasi yang didapat kurang lengkap. Hal ini seringkali disebabkan oleh kurangnya ketelitian terhadap detail produk, riset yang tidak optimal, atau bahkan pengabaian informasi krusial.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua fokus utama, yaitu: (1) mengetahui tindakan dan perilaku apa saja yang paling sering menyebabkan terjadinya kelalaian konsumen dalam berbelanja di *marketplace* Shopee , dan (2) menganalisis bagaimana bentuk-bentuk kelalaian yang dialami konsumen. Penelitian ini menggunakan metode hukum empiris dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan empat informan yang memiliki pengalaman kelalaian saat berbelanja di Shopee dan studi dokumen. Analisis data dilakukan secara kualitatif untuk menjelaskan fenomena yang diteliti..

Metode penelitian yang digunakan adalah hukum empiris dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan empat informan yang memiliki pengalaman kelalaian saat berbelanja di Shopee dan studi dokumen terkait akun Shopee serta identitas informan. Analisis data dilakukan secara kualitatif untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku penyebab kelalaian dominan adalah tidak membaca deskripsi, tidak melihat ulasan toko, dan terpengaruh harga murah. Bentuk kelalaian yang dialami berupa kurang teliti, tergesa-gesa, dan kesalahan memilih detail produk (ukuran/warna). Konsumen yang lalai umumnya memilih tidak mengajukan komplain karena mengakui kesalahan pribadi. Solusi yang disarankan adalah peningkatan ketelitian dan pemeriksaan detail produk sebelum melakukan transaksi.