

ABSTRAK

Amin Fonda Astiti Rob Rahayu, 2025, *Analisis Perlindungan Konsumen dan Syarat & Ketentuan Berdasarkan Konsep Khiyār : Kasus E-Commerce Shopee*. Pembimbing: Assoc. Prof. Dr. Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A

Kata Kunci: Perlindungan konsumen, e-commerce, Shopee, *Khiyār*, *terms and conditions*.

Dampak dari perkembangan digital teknologi adalah hadirnya e-commerce, salah satunya Shopee yang menjadi platform belanja online dengan pengguna terbanyak khususnya Indonesia. Data dari edot.id menunjukkan bahwa pada Mei 2024, Shopee mencatatkan 235,9 juta kunjungan, jauh melampaui Tokopedia dan Lazada. Melalui fitur live video, Shopee menyatakan dirinya telah berhasil membantu UMKM dalam penjualan produk lebih dari 1 miliar dalam setahun terakhir. Meski demikian, tidak semua berjalan mulus. Berdasarkan data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Shopee menyumbang 14,7% dari total pengaduan konsumen di sektor e-commerce pada tahun 2023. Keluhan yang paling umum adalah terkait proses refund yang rumit (23,4%), penipuan (14,8%), dan barang yang tidak sampai (5,5%).

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *terms and conditions* di Shopee dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, dan melakukan analisis hak *khiyār* yang dapat memperkuat perlindungan tersebut.

Kualitatif deskriptif adalah metode yang digunakan pada penelitian ini dengan pendekatan studi kasus di Shopee. Data diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan konsumen, penjual, kurir serta pihak layanan Shopee. Dimana total informan yang diwawancarai sebanyak 13 orang, didukung oleh analisis dokumen kebijakan platform. Kemudian data dianalisis menggunakan perangkat lunak Atlas.ti 9.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee telah menerapkan berbagai bentuk hak *khiyār* yang sejalan dengan konsep perlindungan konsumen dalam Islam. *khiyār al-majlis* diterapkan melalui fitur pembatalan pesanan yang dapat dilakukan sebelum barang diproses oleh penjual. *Khiyār al-syarṭ* diwujudkan dalam kebijakan pengembalian barang dengan batas waktu tertentu. *Khiyār al-ru'yah* memungkinkan konsumen untuk melihat deskripsi dan ulasan produk sebelum melakukan pembelian, meski masih terdapat kendala informasi yang kurang akurat dari penjual. *Khiyār al-'ayb* diterapkan melalui kebijakan return produk yang rusak atau berbeda dari yang dipesan. Dan *khiyār al-ta'yin* memungkinkan pembeli memilih variasi produk yang diinginkan dari berbagai pilihan yang disediakan. Namun, terdapat kendala pada transparansi informasi produk serta proses penyelesaian sengketa yang memerlukan waktu cukup lama. Selain itu, tingkat literasi konsumen terhadap syarat dan ketentuan masih rendah, yang menyebabkan banyak hak mereka tidak tersalurkan dengan baik. Penelitian ini merekomendasikan agar Shopee meningkatkan transparansi informasi produk dan mempercepat proses mediasi sengketa. Penjual diharapkan lebih transparan dan jujur dalam menyampaikan deskripsi produk, sedangkan konsumen perlu berhati-hati sebelum melakukan transaksi secara online, dan berusaha memahami syarat dan ketentuan yang ada.

ABSTRACT

Amin Fonda Astiti Rob Rahayu, 2025, *Analysis of Consumer Protection and Terms & Conditions Based on the Khiyār Concept: A Case of Shopee E-Commerce*. Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A

Keywords: Consumer Protection, e-commerce, Shopee, *Khiyār*, terms and conditions.

The impact of digital technology development has led to the emergence of e-commerce, with Shopee being one of the most widely used online shopping platforms, particularly in Indonesia. Data from edot.id indicates that in May 2024, Shopee recorded 235.9 million visits, far surpassing Tokopedia and Lazada. Through its live video feature, Shopee claims to have successfully assisted SMEs in selling over 1 billion products in the past year. However, not everything runs smoothly. According to data from the Indonesian Consumers Foundation (YLKI), Shopee accounted for 14.7% of all consumer complaints in the e-commerce sector in 2023. The most common complaints were related to complicated refund processes (23.4%), fraud (14.8%), and undelivered goods (5.5%).

This analysis aims to examine the implementation of terms and conditions on Shopee in providing consumer protection and to analyse the application of *khiyār* rights, which could further strengthen such protection.

A qualitative descriptive method was employed in this research, using a case study approach focused on Shopee. Data was collected through structured interviews with consumers, sellers, couriers, and Shopee's customer service representatives. A total of 13 informants were interviewed, supported by an analysis of the platform's policy documents. The data was then analysed using Atlas.ti 9.0 software.

The findings indicate that Shopee has implemented various forms of *khiyār* rights that align with consumer protection principles in Islam. *Khiyār al- majlis* is applied through an order cancellation feature that allows buyers to cancel their purchase before the seller processes it. *Khiyār al- syarʿ* is reflected in the return policy with a specific time limit. *Khiyār al-ru'yah* enables consumers to review product descriptions and customer feedback before making a purchase, although there remain issues with inaccurate seller-provided information. *Khiyār al-ʿayb* is implemented through return policies for defective or incorrect products. Lastly, *Khiyār al- ta'yīn* allows buyers to select product variations from the available options. However, challenges persist regarding product information transparency and the lengthy dispute resolution process. Moreover, consumer literacy regarding terms and conditions remains low, leading to unexercised rights. This study recommends that Shopee enhance product information transparency and expedite the dispute mediation process. Sellers should be more transparent and honest in product descriptions, while consumers must exercise caution before making online transactions and strive to understand the applicable terms and conditions.