

## Pertanggungjawaban Biaya Refund Produk Perspektif Masalah Mursalah: Studi Kasus Marketplace Tokopedia

Aidil Iza Mahendra, Abdurrahman Harahap

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

aidil0204192098@uinsu.ac.id, abdrahmanharahap@uinsu.ac.id

### ABSTRACT.

*The rapid development of e-commerce in Indonesia, especially through the Tokopedia platform, has raised new issues related to the accountability of product refund costs. One of the problems is the burden of product return costs which are often charged to buyers, even though the error is not theirs. This study aims to normatively examine the product return mechanism on Tokopedia and determine the most appropriate party to bear the refund costs based on the principle of masalah mursalah. The method used is a normative approach with a descriptive-analytical method, through a conceptual approach and an approach to relevant laws and regulations. The results of the study show that there is still inconsistency in the implementation of Tokopedia's refund policy, especially in terms of charging shipping costs. From the perspective of masalah mursalah, charging costs to innocent parties is contrary to the principles of justice and protection of property (hifz al-mal). Therefore, a fairer and firmer refund policy is needed, both from the perspective of the marketplace platform and government regulations, in order to create consumer protection that is oriented towards the public interest in digital transactions.*

**Keywords:** Marketplace; Masalah Mursalah; Product Refund

### ABSTRAK.

Pesatnya perkembangan e-commerce di Indonesia, terutama melalui platform Tokopedia, telah memunculkan permasalahan baru terkait akuntabilitas biaya pengembalian produk. Salah satu permasalahannya adalah beban biaya pengembalian produk yang seringkali dibebankan kepada pembeli, padahal kesalahan tersebut bukan kesalahan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara normatif mekanisme pengembalian produk di Tokopedia dan menentukan pihak yang paling tepat menanggung biaya pengembalian berdasarkan asas *masalah mursalah*. Metode yang digunakan adalah pendekatan normatif dengan metode deskriptif-analitis, melalui pendekatan konseptual dan pendekatan peraturan perundang-undangan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat inkonsistensi dalam penerapan kebijakan pengembalian produk di Tokopedia, terutama dalam hal pembebanan biaya pengiriman. Dari perspektif *masalah mursalah*, pembebanan biaya kepada pihak yang tidak bersalah bertentangan dengan asas keadilan dan perlindungan hak milik (hifz al-mal). Oleh karena itu, diperlukan kebijakan pengembalian produk yang lebih adil dan tegas, baik dari perspektif platform marketplace maupun peraturan pemerintah, guna menciptakan perlindungan konsumen yang berorientasi pada kepentingan umum dalam bertransaksi digital.

**Kata kunci:** Marketplace; Masalah Mursalah; Refund Produk

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma perdagangan secara global. Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce telah mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan kemudahan akses internet

dan adopsi teknologi digital yang masif (BPS, 2025). Tokopedia menjadi salah satu wujud nyata transformasi tersebut, bertindak sebagai platform pasar digital yang meminimalkan hambatan geografis bagi penjual dan pembeli. Namun, dibalik efisiensi yang ditawarkan, muncul persoalan krusial yang sering memicu sengketa, yaitu ketidakjelasan mekanisme *refund* atau pengembalian produk.

Urgensi permasalahan ini tercermin dari tren pengaduan konsumen di sektor digital yang tetap tinggi dalam beberapa tahun terakhir, termasuk salah satunya laporan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Laporan lembaga perlindungan konsumen menyoroti bahwa kendala dalam proses pengembalian barang dan dana (*refund*) menjadi keluhan yang paling dominan, dengan isu utama berkisar pada ketidakadilan biaya operasional pengembalian barang. Fenomena di lapangan menunjukkan adanya kecenderungan di mana konsumen tetap dibebani biaya pengiriman kembali (*return shipping fee*) meskipun barang yang diterima dalam kondisi rusak atau cacat. Situasi ini menunjukkan adanya celah dalam sistem perlindungan konsumen digital yang belum sepenuhnya memberikan kepastian hukum dan keadilan bagi pengguna. Hal ini diperkuat oleh fakta bahwa meskipun perkembangan teknologi informasi sangat masif, kerangka hukum tradisional sering kali belum mampu mengejar ketertinggalan zaman, ditambah lagi upaya mentransfer regulasi konvensional ke ranah internet masih dipenuhi dengan berbagai area abu-abu hukum (*legal gray areas*) (Zulham, 2023). Padahal secara teoritis, aktifitas ekonomi dalam islam bukan sekadar mengejar profitabilitas, melainkan juga harus berorientasi pada keadilan sosial. Sebagaimana diketahui, tujuan utama dari sistem ekonomi islam adalah realisasi keadilan yang memastikan tidak ada pihak yang dieksploitasi dalam interaksi pasar (Chapra, 2016).

Masalah biaya *refund* bukan sekadar persoalan teknis logistik, melainkan menyangkut aspek etika ekonomi dan hak atas kepemilikan harta. Ketidakjelasan mengenai siapa yang seharusnya memikul biaya pengiriman kembali berpotensi menciptakan kerugian (*darar*) yang mengikis kepercayaan masyarakat terhadap ekosistem digital. Tokopedia, sebagai salah satu pemimpin pasar, menghadapi tantangan besar dalam menyelaraskan kepentingan penjual dan pembeli. Sering kali, platform terjebak dalam kebijakan yang ambigu karena ketergantungan pada asuransi opsional, yang pada akhirnya menempatkan pembeli pada posisi tawar yang lemah. Dalam kerangka ini, kajian terhadap aspek hukum dan etika dalam mekanisme *refund* menjadi sangat relevan, terutama di tengah dinamika transaksi digital yang terus berkembang dan menuntut adanya kepastian hak-hak konsumen.

Dalam perspektif hukum Islam, persoalan kontemporer yang belum diatur secara eksplisit dalam *nash* (Al-Quran dan Hadis) dapat dianalisis menggunakan pendekatan *maslahah mursalah*. Prinsip ini berfokus pada penetapan hukum yang mendatangkan manfaat dan menolak kerusakan demi menjaga tujuan dasar syariat (*maqashid al-syariah*). Masalah biaya *refund* di Tokopedia merupakan representasi dari konflik kepentingan antara perlindungan hak milik konsumen (*hifz al-mal*) dan efisiensi operasional platform. Penerapan *maslahah mursalah* dalam mekanisme ini diharapkan mampu memberikan jalan tengah yang adil, sehingga biaya

pengembalian tidak menjadi beban yang menzalimi pembeli yang sudah dirugikan oleh barang rusak. Pendekatan ini menawarkan kerangka alternatif yang lebih dinamis dalam merespons ketimpangan pembagian biaya yang selama ini dianggap sebagai risiko yang wajar, padahal mengandung unsur ketidakadilan muamalah (Rosyadi & Basri, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pertanggungjawaban biaya *refund* di Tokopedia melalui kacamata Masalah Mursalah. Yang mana dapat diuraikan sebagai berikut: 1. Mekanisme *refund* produk yang diterapkan di Tokopedia; 2. Pertanggungjawaban biaya *refund* yang berlaku saat ini; 3. Yang bertanggung jawab atas biaya *refund* produk dalam perspektif *masalah mursalah*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis dalam memperkaya khazanah hukum ekonomi syariah, serta manfaat praktis berupa rekomendasi bagi pengelola *marketplace* dan pembuat kebijakan untuk menciptakan mekanisme *refund* yang lebih transparan dan berkeadilan bagi seluruh pemangku kepentingan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normative (Soekanto & Mamudji, 2018), penelitian ini menelaah tentang pertanggungjawaban biaya *refund* produk yang sampai saat ini belum diatur secara khusus oleh pemerintah, hanya sebatas kebijakan umum dan perihal pertanggungjawaban atas ongkir *refund* produk dikembalikan kepada kebijakan *marketplace* masing-masing. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analitis (ND & Achmad, 2010). Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan studi dokumen, yang mana data-data tersebut dihimpun dari informasi yang relevan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian, data-data tersebut diperoleh dari buku-buku literatur, karya tulis ilmiah, tugas akhir, penelitian-penelitian terdahulu, dan sumber-sumber lainnya. Kemudian di analisis secara deduktif. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) yaitu melihat siapa yang bertanggung jawab atas biaya *refund* produk jika ditinjau dari *Masalah mursalah*, apakah memang memberikan dampak yang memang kepentingan publik atau ternyata tidak berdampak pada kepentingan public (Marzuki, 2024). Dan pendekatan peraturan perundang-undangan (*Statute Approach*) yaitu menganalisis peraturan perundang-undangan terkait dengan perlindungan konsumen.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Mekanisme Biaya Ongkos Refund Produk Yang Diterapkan Di Tokopedia**

Marketplace Tokopedia sebagai salah satu penyedia layanan jual beli daring terbesar di Indonesia menerapkan sistem pengembalian barang (*refund*) yang terstruktur. Berdasarkan kebijakan resmi Tokopedia pengembalian barang dapat dilakukan apabila barang diterima dalam keadaan rusak, tidak sesuai dengan deskripsi, atau tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Proses *refund* ini mencakup

pengembalian barang oleh pembeli kepada penjual atau ke gudang Tokopedia, dan dalam beberapa kasus juga mencakup pengembalian dana.

Tokopedia menyediakan fitur *refund* melalui sistem komplain jika produk tidak sesuai dengan deskripsi atau rusak. Proses *refund* mencakup: pengajuan klaim oleh pembeli, verifikasi oleh Tokopedia, dan pengembalian barang. Dalam kebijakan resminya, Tokopedia menyatakan bahwa biaya pengembalian akan ditanggung oleh pihak yang bertanggung jawab atas kesalahan. Namun, dalam praktiknya, pembeli kerap tetap menanggung biaya kirim. Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebijakan formal dan implementasi praktis.

Dalam ketentuan Tokopedia, skema pembebanan biaya pengiriman ulang (ongkos kirim) *refund* dibedakan menjadi dua kondisi utama:

- a. Barang Rusak atau Tidak Sesuai Pesanan: Jika pembeli menerima barang yang rusak atau tidak sesuai dengan deskripsi produk, maka biaya pengembalian barang ditanggung oleh penjual atau oleh Tokopedia. Hal ini diatur dalam "Kebijakan Pengembalian Produk" yang dijelaskan dalam Pusat Bantuan Tokopedia.
- b. Perubahan Keputusan Pembeli (Buyer's Remorse): Jika pembeli ingin mengembalikan barang karena alasan pribadi (misalnya berubah pikiran, tidak jadi membeli, atau tidak cocok), maka seluruh biaya pengembalian, termasuk ongkos kirim, ditanggung oleh pembeli.

Namun demikian, dalam praktiknya tidak sedikit pengguna yang mengeluhkan bahwa pengajuan *refund* sering kali dipersulit, atau bahwa ongkos kirim tetap dibebankan kepada pembeli meskipun alasan *refund* adalah kerusakan barang yang bukan kesalahan mereka. Beberapa pengguna forum seperti Kaskus dan Twitter (X) bahkan menunjukkan pengalaman pribadi yang memperkuat asumsi bahwa kebijakan tersebut belum dijalankan secara konsisten.

### **Pertanggungjawaban Biaya *Refund* Produk Diatur dalam Praktik di Tokopedia**

Mekanisme pertanggungjawaban biaya *refund* di marketplace Tokopedia pada dasarnya tunduk pada syarat dan ketentuan platform. Namun, secara yuridis belum ada regulasi pemerintah yang mengatur secara khusus mengenai siapa yang wajib menanggung biaya *refund* dalam transaksi e-commerce (Alimudin, 2019). Hal ini membuat marketplace memiliki kekuasaan untuk menetapkan sendiri aturan *refund* berdasarkan kebijakan internal masing-masing.

Dalam praktiknya, Tokopedia berperan sebagai fasilitator, bukan sebagai pihak yang bertanggung jawab secara langsung atas barang yang dijual di platformnya. Hal ini juga ditegaskan dalam Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang menyebut bahwa marketplace hanyalah sebagai penyedia sarana transaksi, kecuali produk yang dijual merupakan produk "Official Store" atau dari Tokopedia sendiri.

Ketiadaan peraturan perundang-undangan khusus yang mengatur tanggung jawab atas biaya *refund* menciptakan kekosongan hukum (legal vacuum). Padahal, menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal

4 huruf (a) dan (c), konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur.

Ketika pembeli menerima produk yang rusak, tindakan penjual tersebut pada dasarnya dapat dikategorikan sebagai wanprestasi atau cidera janji, karena gagal menyerahkan barang yang sesuai dengan apa yang diperjanjikan dalam transaksi jual beli (Subekti, 2005). Akibatnya ketika pembeli kemudian dibebankan biaya pengembalian, hal ini tidak hanya melanggar hak konsumen tetapi juga merupakan bentuk pengalihan tanggung jawab dari pelaku usaha yang telah melakukan wanprestasi kepada konsumen (Irawan, 2022).

Kebijakan Tokopedia mengenai siapa pihak yang bertanggung jawab menanggung ongkos kirim pengembalian barang (retur) bersifat kompleks dan multifaktorial. Penentuan penanggung biaya ini bergantung pada beberapa elemen kunci, antara lain alasan pengembalian, penggunaan layanan asuransi pengiriman, jenis penjual (Official Store/Power Merchant di Tokopedia Mall atau penjual reguler), serta program-program khusus yang mungkin sedang berlaku di platform.

a. Alasan Pengembalian Barang:

1. Kesalahan Penjual (Produk Cacat, Rusak, Tidak Sesuai Deskripsi/Pesanan): Secara umum, apabila alasan pengembalian barang adalah karena adanya kesalahan atau kelalaian dari pihak penjual – seperti produk yang diterima pembeli dalam kondisi cacat, rusak saat diterima (bukan karena proses pengiriman jika tidak diasuransikan), tidak sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan, atau berbeda dengan pesanan yang dibuat, maka penjual diharapkan menjadi pihak yang menanggung ongkos kirim retur. Prinsip ini sejalan dengan tanggung jawab penjual untuk memastikan kualitas dan kesesuaian produk yang dijual (Mahmada & Susilowati, 2024). Tokopedia juga menyediakan layanan pengembalian barang rusak dengan gratis ongkos kirim, terutama jika pelanggan menggunakan asuransi pengiriman dan mengajukan komplain dalam batas waktu yang ditentukan, yaitu kurang dari 2x24 jam setelah barang diterima.
2. Perubahan Pikiran Pembeli ("Berubah Pikiran"/"Change of Mind"/"Tidak Lagi Diperlukan"): Kebijakan penanggungan ongkos kirim retur untuk alasan ini menunjukkan variasi yang signifikan:
  - a) Untuk Penjual Non-Mall (Penjual Reguler/Power Merchant di luar Tokopedia Mall): Dalam banyak kasus, apabila pembeli ingin mengembalikan barang karena berubah pikiran (bukan karena kesalahan produk atau penjual), maka pembeli tersebut yang umumnya diharapkan menanggung biaya ongkos kirim pengembalian. Pengalaman pengguna yang dibagikan di platform diskusi publik Quora mengindikasikan bahwa biaya pengembalian ditanggung sendiri oleh pembeli, dan Tokopedia terkadang hanya memberikan kompensasi dalam jumlah kecil (misalnya, Rp 5.000) yang mungkin tidak menutupi seluruh biaya ongkir retur. Sebuah studi tesis juga menyebutkan bahwa ongkos kirim retur ditanggung oleh pembeli jika alasan

pengembalian adalah karena perubahan pikiran dari pihak pembeli (Nuryani, 2019).

- b) Untuk Penjual Tokopedia Mall (Official Store/Power Merchant yang tergabung dalam program Tokopedia Mall): Terdapat perbedaan perlakuan yang signifikan untuk penjual yang berstatus sebagai bagian dari Tokopedia Mall. Berdasarkan Syarat dan Ketentuan Program Mall di Tokopedia, secara eksplisit dinyatakan bahwa "Dalam kasus yang berkaitan dengan alasan 'berubah pikiran', Tokopedia akan menanggung ongkir pengembalian barang" (Tokopedia, 2025b). Ini menunjukkan adanya fasilitas khusus bagi pembeli yang bertransaksi dengan penjual di Tokopedia Mall.
- c) Untuk Transaksi di TikTok Shop by Tokopedia: Kebijakan yang berlaku pada platform hasil kolaborasi antara TikTok dan Tokopedia ini juga menunjukkan bahwa untuk pengembalian produk dengan alasan "Tidak Lagi Diperlukan" (yang esensinya serupa dengan "berubah pikiran"), ongkos kirim pengembalian akan ditanggung oleh Pihak Platform (TikTok Shop/Tokopedia) (Tokopedia, 2025a).
- b. Penggunaan Asuransi Pengiriman:

Keberadaan asuransi pengiriman pada transaksi awal memainkan peran penting dalam menentukan siapa yang menanggung biaya ongkir retur. Apabila pembeli memilih untuk menggunakan fasilitas Asuransi Pengiriman saat melakukan pemesanan, mereka memiliki hak untuk mengajukan klaim penggantian ongkos kirim retur. Nominal penggantian yang diberikan umumnya maksimal sebesar nilai ongkos kirim awal yang tertera pada invoice pembelian (tidak termasuk biaya premi asuransi itu sendiri) (Tokopedia, t.t.-b). Dana klaim ongkos kirim ini biasanya akan dikreditkan ke Saldo *Refund* milik pembeli (Tokopedia, t.t.-c). Pentingnya asuransi ini juga ditekankan dalam kasus pengembalian barang rusak, di mana klaim gratis ongkir retur dapat dilakukan jika transaksi awal dilindungi oleh asuransi (Tokopedia, t.t.-d).
- c. Program Khusus yang Disediakan Platform:

Tokopedia terkadang meluncurkan program atau fitur khusus yang dapat memengaruhi penanggung biaya ongkir retur. Salah satu contohnya adalah fitur "Dijemput Tokopedia". Melalui fitur ini, untuk kasus penyelesaian komplain dengan solusi tukar barang yang telah disepakati antara pembeli dan penjual, produk yang akan ditukar dapat dijemput langsung oleh kurir yang bekerja sama dengan Tokopedia secara gratis. Dengan demikian, penjual tidak perlu mengeluarkan biaya ongkos kirim untuk proses retur atau pengiriman barang pengganti tersebut (Tokopedia, t.t.-a). Namun, ketersediaan fitur ini bergantung pada lokasi penjual dan jangkauan layanan kurir yang ditunjuk oleh Tokopedia.
- d. Kesepakatan antara Pembeli dan Penjual melalui Pusat Resolusi:

Pusat Resolusi Tokopedia berfungsi sebagai platform mediasi di mana pembeli dan penjual dapat berdiskusi dan mencari solusi atas permasalahan transaksi, termasuk sengketa terkait biaya pengembalian barang. Dalam beberapa situasi, terutama jika ongkos kirim retur yang sebenarnya lebih mahal daripada

ongkos kirim awal yang tercatat, selisih biaya tersebut dapat dibebankan kepada Penjual atau Pembeli berdasarkan kesepakatan yang dicapai atau berdasarkan keputusan yang diambil oleh tim Customer Care Tokopedia yang memediasi sengketa tersebut (Tokopedia, t.t.-e).

Kompleksitas dan variasi dalam kebijakan penanggungan biaya ongkos kirim retur ini, meskipun mungkin dirancang untuk mengakomodasi berbagai skenario transaksi yang mungkin terjadi, memiliki potensi untuk menciptakan kebingungan dan bahkan persepsi ketidakadilan di kalangan pengguna. Hal ini terutama berlaku jika informasi mengenai berbagai ketentuan tersebut tidak dikomunikasikan secara jelas, transparan, dan mudah diakses oleh seluruh pengguna. Perbedaan perlakuan antara penjual yang tergabung dalam Tokopedia Mall dengan penjual *non-Mall*, serta perbedaan kebijakan antara platform Tokopedia inti dengan TikTok Shop by Tokopedia, juga dapat menimbulkan pertanyaan lebih lanjut mengenai aspek konsistensi dan keadilan dalam penerapan kebijakan platform. Kejelasan dan kemudahan akses terhadap informasi menjadi krusial untuk menghindari timbulnya *mafsadah* berupa kebingungan dan potensi sengketa yang merugikan para pihak.

Berikut adalah tabel yang merangkum perbandingan kebijakan penanggungan ongkos kirim retur di Tokopedia berdasarkan berbagai skenario:

**Tabel 1 Perbandingan Kebijakan Penanggungan Ongkos Kirim Retur di Tokopedia Berdasarkan Skenario**

Sumber: Tokopedia Care, Agustus 2025

Alasan Return	Penanggung Ongkir (Umum)	Kondisi
Produk Rusak/Cacat/Tidak Sesuai Deskripsi	Penjual/Platfrom	Umumnya penjual; Bisa gratis jika pembeli pakai asuransi & complain cepat; Tergantung kesepakatan di Pusat Resolusi.
Berubah Pikiran (Pembeli)	Pembeli	Penjual Non-Mall (Regular/Power Merchant) tanpa asuransi atau kompensasi terbatas.
Berubah Pikiran (Pembeli)	Tokopedia (Platfrom)	Penjual Tokopedia Mall (Official Store/Power Merchant di Mall).
Berubah Pikiran (Pembeli)/Tidak Lagi Diperlukan	Platfrom	Transaksi di TikTok Shop by Tokopedia.
Semua Alasan (jika pembeli pakai asuransi)	Asuransi/Platfrom	Pembeli dapat klaim ongkir retur (maksimal

		senilai ongkir awal) jika transaksi awal menggunakan Asuransi Pengiriman.
Tukar Barang (Program Khusus)	Tokopedia (Platform)	Melalui program "Dijemput Tokopedia" untuk lokasi terjangkau (gratis untuk penjual).
Sengketa/Kondisi Spesifik	Sesuai Keputusan	Ditentukan melalui Pusat Resolusi atau oleh tim Tokopedia Care, selisih ongkir bisa dibebankan ke pembeli atau penjual.

Tokopedia memang menyediakan fitur "pusat resolusi" sebagai forum penyelesaian sengketa antara pembeli dan penjual. Namun, efektivitas forum ini sangat bergantung pada partisipasi aktif kedua belah pihak dan keputusan akhir cenderung tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat.

#### **Yang Bertanggungjawab atas Biaya Refund Produk Perspektif Masalah mursalah**

Dalam perspektif hukum Islam, khususnya melalui pendekatan *masalah mursalah*, suatu kebijakan atau ketentuan hukum yang tidak disebutkan secara eksplisit dalam nash (Al-Qur'an dan Hadis) namun bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan umum dapat dijadikan dasar penetapan hukum. *Masalah mursalah* berfungsi secara fundamental untuk menjaga lima tujuan utama syariah (*maqashid al-syari'ah*), yaitu: menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Auda, 2008).

Dalam konteks *refund* produk, terutama saat terjadi kerusakan barang yang bukan disebabkan kelalaian pembeli, pengenaan ongkos kirim pengembalian kepada pembeli merupakan praktik yang bertentangan dengan prinsip menjaga harta (*hifz al-mal*) (Afifah & Hidayat, 2024). Pembebanan beban finansial kepada pihak yang tidak bersalah secara esensial mencederai prinsip keadilan dalam bermuamalah dan keutuhan hak kepemilikan. Keadilan dalam muamalah menuntut adanya keseimbangan posisi antara penjual dan pembeli, di mana tidak boleh ada satu pihak pun yang dizalimi atau dirugikan secara sepihak (Suhendi, 2019). Pembebanan biaya pengiriman kembali atas barang yang cacat dapat dikategorikan sebagai bentuk pengambilan harta sesama dengan cara yang tidak benar (*akl amwal al-nas bi al-bathil*), karena pembeli tidak mendapatkan manfaat atas biaya yang ia keluarkan tersebut.

Argumen ini diperkuat dengan kaidah fiqih: "*Al-ghunmu bil ghurmi*" yang bermakna bahwa keuntungan harus disertai dengan risiko kerugian. Secara logis, apabila penjual memetik keuntungan dari transaksi tersebut, maka ia pula yang

secara moral dan hukum harus memikul risiko apabila terjadi kendala pada produk, termasuk kerusakan atau ketidaksesuaian deskripsi. Selain itu, prinsip "*la dharara wa la dhirar*" (tidak boleh ada bahaya dan membahayakan) menjadi sangat relevan dalam hal ini. Kebijakan pengembalian yang membebaskan pembeli justru menimbulkan *dharar* atau kerugian ekonomi yang berlapis bagi mereka. Oleh karena itu, berdasarkan pertimbangan *maslahat*, beban ongkos *refund* semestinya dialihkan kepada pihak yang bertanggungjawab atas kondisi dan kelayakan barang yang dikirim, yaitu penjual atau pihak ekspedisi, dan bukan dibebankan kepada pembeli (Rahmawati & Munawar, 2022).

Penerapan kebijakan *refund* yang adil di platform digital merupakan bentuk implementasi nyata dari prinsip *hifz al-mal* (menjaga harta), di mana setiap pelaku usaha atau pengelola platform memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk memastikan harta konsumen tidak berkurang akibat kesalahan sistem atau barang yang cacat. Hal ini sejalan dengan mandat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 4 mengenai hak atas keamanan dan Pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada pihak yang dirugikan (Trihafsari & Permata, 2024). Dengan demikian, pembebanan biaya pengiriman kembali kepada pembeli yang tidak bersalah bukan hanya melanggar hak hukum positif, tetapi juga bertentangan dengan tujuan dasar syariat untuk mewujudkan kemaslahatan dan keadilan dalam bermuamalah.

Lebih lanjut, ketika *marketplace* seperti Tokopedia mengambil komisi dari setiap transaksi yang terjadi, platform tersebut tidak dapat lagi dipandang hanya sebagai fasilitator pasif yang lepas tangan terhadap dinamika sengketa penjual dan pembeli. Dalam kerangka etika bisnis Islam, platform memiliki *mas'uuliyah* atau akuntabilitas untuk memastikan ekosistem transaksi berjalan secara adil dan transparan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa penyedia platform e-commerce memiliki peran krusial dan tanggung jawab moral untuk menjamin bahwa para penjual di dalamnya mematuhi regulasi perlindungan konsumen serta bertindak etis.

Secara *masalah*, platform bertanggung jawab untuk melakukan investigasi internal berbasis prinsip *bayyinah* (pembuktian yang jelas) untuk menentukan titik kerusakan barang. Akuntabilitas moral ini mengharuskan platform untuk mengembangkan sistem verifikasi yang canggih serta mekanisme pemantauan waktu nyata (*real-time monitoring*) untuk mendeteksi potensi kecurangan atau pelanggaran hak konsumen. Apabila terbukti kerusakan terjadi sebelum barang diterima dengan baik oleh pembeli, maka platform wajib menyediakan skema perlindungan yang membebaskan pembeli dari segala biaya tambahan, termasuk biaya pengiriman kembali. Langkah ini bukan hanya bentuk kepatuhan terhadap hukum positif, tetapi juga manifestasi dari integritas bisnis yang bertujuan melindungi kemaslahatan harta (*hifz al-mal*) dan menjaga kepercayaan publik dalam ekosistem digital sesuai dengan nilai-nilai *maqashid al-syari'ah* (Syafitri & Sativa, 2025).

Sebagai Langkah konkret, *marketplace* perlu merumuskan kebijakan yang secara tegas menetapkan penanggung jawab biaya *refund* berdasarkan hasil verifikasi

bukti yang objektif. Di tingkat makro, diperlukan adanya pedoman nasional mengenai mekanisme *refund* yang berbasis perlindungan konsumen dan prinsip syariah. Pemerintah juga perlu melakukan tinjauan yuridis terhadap UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar lebih lebih spesifik menjangkau dinamika transaksi digital, disertai kolaborasi dengan otoritas terkait seperti OJK dan BPSK untuk meningkatkan literasi hukum digital bagi masyarakat.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mekanisme *refund* produk di Tokopedia telah diatur dalam kebijakan internal perusahaan. Namun, implementasinya di lapangan masih menunjukkan ketidakkonsistenan, khususnya dalam hal pembebanan biaya pengiriman saat pengembalian barang. Dalam sejumlah kasus, pembeli tetap dibebani biaya pengiriman meskipun produk yang diterima mengalami kerusakan atau cacat, yang semestinya menjadi tanggung jawab penjual atau platform.

Dalam praktiknya, pertanggungjawaban biaya *refund* di Tokopedia belum memiliki dasar hukum yang kokoh secara nasional. Marketplace seperti Tokopedia masih memiliki keleluasaan penuh dalam menentukan skema *refund* tanpa ada rujukan yang jelas dari regulasi pemerintah. Kondisi ini menunjukkan adanya kekosongan hukum yang dapat merugikan konsumen, karena belum adanya aturan khusus yang secara tegas mengatur tanggung jawab biaya *refund* dalam transaksi e-commerce.

Dari perspektif *masalah mursalah*, biaya *refund* seharusnya ditanggung oleh pihak yang menyebabkan kerugian, bukan oleh pembeli yang tidak melakukan kesalahan. Prinsip keadilan, perlindungan terhadap harta (*hifz al-mal*), serta larangan menimbulkan bahaya dan kerugian (*la dharara wa la dhirar*) menjadi pijakan penting dalam menilai kebijakan *refund* yang adil. Oleh karena itu, dibutuhkan kebijakan pengembalian yang mengedepankan nilai-nilai *maqāsid al-syari'ah* dan sekaligus adanya regulasi nasional yang lebih tegas untuk menjamin perlindungan hak-hak konsumen.

Sebagai rekomendasi, penting bagi pemerintah untuk segera menyusun regulasi yang lebih komprehensif dan kontekstual mengenai *refund* dalam transaksi e-commerce. Tokopedia pun diharapkan dapat memperjelas ketentuan mengenai tanggung jawab biaya *refund* dalam kebijakan publiknya serta memperkuat sistem resolusi sengketa, agar kebijakan yang diterapkan tidak merugikan konsumen dan tetap selaras dengan prinsip-prinsip keadilan dalam syariat Islam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F., & Hidayat, R. (2024). PENGATURAN RETUR BARANG OLEH PIHAK EKSPEDISI PADA APLIKASI SHOPEE PERSPEKTIF MAQASHID SYARI'AH. 8, 1004–1015. <https://journal.umpo.ac.id/index.php/LS/article/view/10820/3394>

- Auda, J. (2008). Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach. Dalam *London: International Institute of Islamic Thought (IIIT)*.
- BPS. (2025, Januari 30). *Statistik E-Commerce 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/01/30/d52af11843aee401403ecfa6/statistik-e-commerce-2023.html>
- Chapra, M. Umer. (2016). *The Future of Economics: an Islamic Perspective*. Kube Publishing Ltd.
- Kemendag, JDIH. "Peraturan Pemerintah Nomer 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik." JDIH Kemendag. n.d. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019>
- Kemendag, JDIH. "Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." JDIH kemendag. n.d. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>
- Mahmada, E., & Susilowati, I. F. (2024). Seller's Responsibility for Non-Conforming Goods in an Online Sale and Purchase Agreement Online at Lazada. *Novum: Jurnal Hukum*, 11(1), 77-94. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/novum/article/view/53338>
- Marzuki, P. M. (2024). *Penelitian Hukum - Edisi Revisi*. KENCANA.
- ND, M. F., & Achmad, Y. (2010). *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif & Empiris*. Pustaka Pelajar.
- Nuryani. (2019). *Khiya'r dalam Transaksi Daring Perspektif Hukum Ekonomi Syariah [UIN Antasari]*. <https://idr.uin-antasari.ac.id/11083/>
- Rahmawati, D. A., & Munawar, F. A. Al. (2022). LEGALITAS REFUND DANA VOUCHER BLIBLI.COM PERSPEKTIF PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 80 TAHUN 2019 DAN MASLAHAH MURSALAH. *Journal of Islamic Business Law*, 6(3), 2021. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/jibl/article/view/2644>
- Rosyadi, I., & Basri, M. M. (2020). Usul Fikih Hukum Ekonomi Syariah. Dalam *MUP*.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2018). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Rajawali Pers.
- Subekti. (2005). Hukum Perjanjian. Dalam *Intermasa*.
- Suhendi, H. (2019). *Fiqh Muamalah*.
- Syafitri, R., & Sativa, A. (2025). *Protection Consumer to Perspective Brand Manipulation Maqashid Syariah (Shopee Marketplace Case Study)*. LEGAL BRIEF. <https://legal.isha.or.id/index.php/legal/article/view/1300/831>
- Tokopedia. (t.t.-a). *Baru! Tukar Produk yang Dikomplain Bisa Dijemput Tokopedia - Pusat Edukasi Seller Tokopedia*. Tokopedia Pusat Edukasi Seller . Diambil 21 Agustus 2025, dari <https://seller.tokopedia.com/edu/retur-dijemput-tokopedia/>
- Tokopedia. (t.t.-b). *Cara Ajukan Klaim Ongkir Retur di Pusat Resolusi Tokopedia / Tokopedia Care*. Tokopedia Care. Diambil 21 Agustus 2025, dari <https://www.tokopedia.com/help/article/cara-mengajukan-klaim-ongkir-retur-di-pusat-resolusi-baru>

- Tokopedia. (t.t.-c). *Cara Klaim Ongkos Kirim Return & Refund* | Tokopedia Care. Tokopedia Care. Diambil 21 Agustus 2025, dari <https://www.tokopedia.com/help/article/bagaimana-cara-mengajukan-klaim-biaya-pengiriman-return-refund>
- Tokopedia. (t.t.-d). *Cara Retur Barang ke Penjual* | Tokopedia Care. Tokopedia Care. Diambil 21 Agustus 2025, dari <https://www.tokopedia.com/help/article/cara-retur-barang-ke-penjual>
- Tokopedia. (t.t.-e). *Refund Ongkir dari Pusat Resolusi Tokopedia Belum Diterima* | Tokopedia Care. Tokopedia Care. Diambil 21 Agustus 2025, dari <https://www.tokopedia.com/help/article/saya-belum-menerima-pengembalian-dana-ongkos-kirim>
- Tokopedia. (2025a). *Kebijakan Pembatalan Pesanan serta Pengembalian Barang dan/atau Dana Pelanggan TikTok Shop by Tokopedia*. Seller Center Academy. [https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge\\_id=6837727601690370&default\\_language=en&identity=1](https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=6837727601690370&default_language=en&identity=1)
- Tokopedia. (2025b). *Syarat dan Ketentuan Program Mall di Indonesia*. Seller Center Academy. [https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge\\_id=1220088829462274&default\\_language=id-ID&identity=1](https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=1220088829462274&default_language=id-ID&identity=1)
- Trihafsari, W., & Permata, C. (2024). CONSUMER PROTECTION IN BEACH TOURISM OBJECTS FROM THE PERSPECTIVE OF MAQASHID SHARIA (STUDY IN THE SUB-DISTRICT OF MIRROR BEACH, SERDANG BEDAGAI DISTRICT). *Istinbath*, 23(1), 202–214. <https://istinbath.or.id/index.php/ijhi/article/view/746/194>
- Zulham. (2023). A Critical Review of Consumer Protection Online Shopping, False Advertising, and Legal Protection. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(5), e740. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i5.740>