

**ANALISIS KEBIJAKAN LAZADA DALAM MELINDUNGI KONSUMEN
DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF**

Nama_ Rahma Nur Fitri
Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia IAI AL-AZIS
Email : rahmanurfitri07@gmail.com,

Abstract

This research is motivated by the increasing number of e-commerce transactions in Indonesia, which brings both convenience and risks to consumers, such as fraud, mismatched products, and personal data leaks. Lazada, as one of the largest e-commerce platforms in Southeast Asia, has implemented various consumer protection policies. This study aims to analyze Lazada's policies in protecting consumers, examine their compliance with Islamic economic law, and assess their implementation within the framework of Indonesia's positive law.

This research uses a normative juridical method with a qualitative approach. Data were collected through literature studies, observation, and interviews with six respondents who are students of IAI AL-AZIS and users of Lazada. Data analysis was conducted descriptively and analytically by linking policy theory, consumer protection law, and Islamic muamalah principles.

The results of the study indicate that Lazada's policies include return mechanisms, refunds, product authenticity guarantees, personal data protection, as well as complaint and dispute resolution systems. From the perspective of Islamic law, these policies align with the principles of justice, trustworthiness, and the prohibition of gharar, although strict supervision of third-party sellers is still necessary. From the standpoint of positive law, Lazada's policies are in accordance with Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, but their implementation still needs to be strengthened to ensure consistency in the digital sphere.

Keywords: Lazada, Consumer Protection, Islamic Law, Positive Law, E-Commerce.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya transaksi e-commerce di Indonesia yang membawa kemudahan sekaligus risiko bagi konsumen, seperti penipuan, produk tidak sesuai, dan kebocoran data pribadi. Lazada sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara telah menerapkan berbagai kebijakan perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan Lazada dalam melindungi konsumen, meninjau kesesuaiannya dengan hukum ekonomi Islam, serta menilai implementasinya dalam kerangka hukum positif Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan, observasi, dan wawancara terhadap enam responden mahasiswa IAI AL-AZIS yang merupakan pengguna Lazada. Analisis data dilakukan secara deskriptif analitis dengan mengaitkan teori kebijakan, hukum perlindungan konsumen, dan prinsip muamalah Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan Lazada mencakup mekanisme retur, refund, garansi keaslian produk, perlindungan data pribadi, serta sistem pengaduan dan penyelesaian sengketa. Dari perspektif hukum Islam, kebijakan tersebut sesuai dengan prinsip keadilan, amanah, dan larangan gharar, meskipun perlu pengawasan ketat terhadap penjual pihak ketiga. Dari sisi hukum positif, kebijakan Lazada sejalan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun implementasinya masih perlu diperkuat agar konsisten di ranah digital.

Kata kunci: Lazada, Perlindungan Konsumen, Hukum Islam, Hukum Positif, *E-Commerce*.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah memberikan pengaruh besar terhadap pola kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang ekonomi dan perdagangan.

Munculnya perdagangan elektronik (e-commerce) mengubah cara masyarakat melakukan transaksi, dari sistem konvensional menjadi berbasis digital. Melalui platform e-commerce, konsumen dapat melakukan transaksi jual beli tanpa batas ruang dan waktu hanya melalui perangkat elektronik

yang terhubung ke internet. Fenomena ini memberikan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan, namun di sisi lain juga menimbulkan berbagai tantangan hukum dan etika bisnis yang perlu mendapatkan perhatian serius. (Bachtiar, E. Y., & Chairunnisa, M. D. , 2024)

Salah satu perusahaan e-commerce terbesar di Asia Tenggara adalah Lazada Group, yang beroperasi di Indonesia sejak tahun 2012. Dengan jutaan pengguna aktif setiap bulan, Lazada menjadi salah satu pelaku utama dalam perkembangan ekonomi digital nasional. Platform ini memfasilitasi ribuan pelaku usaha, baik skala besar maupun UMKM, untuk menjual produk mereka kepada konsumen di seluruh Indonesia. Namun, di balik kemajuan tersebut, terdapat berbagai permasalahan yang sering muncul, seperti produk yang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, barang palsu, serta penipuan oleh penjual pihak ketiga (third party seller). Kasus-kasus semacam ini sering kali menimbulkan kerugian material maupun immaterial

bagi konsumen. (Marjerison, R. K., H., & J.-M., Zheng,, 2025)

Dalam konteks hukum nasional, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang memberikan jaminan atas hak-hak dasar konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Selain itu, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga memperluas perlindungan tersebut dalam ranah digital dengan mewajibkan setiap pelaku usaha dan penyelenggara sistem elektronik untuk menjamin keamanan dan keabsahan transaksi online. Namun, dalam praktiknya, pelaksanaan regulasi ini masih menghadapi sejumlah kendala, terutama terkait penegakan hukum dan tanggung jawab hukum platform e-commerce terhadap kerugian yang dialami konsumen. (Haryono, N., 2024)

Sementara itu, dalam perspektif hukum Islam, perlindungan terhadap konsumen bukan sekadar kewajiban

hukum, tetapi juga merupakan tanggung jawab moral dan spiritual yang berpijak pada nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan amanah. Islam memandang transaksi jual beli sebagai kegiatan muamalah yang harus dilandasi oleh prinsip kerelaan (*antarāḍin minkum*), kejujuran (*ṣidq*), dan keterbukaan informasi (*tablīgh*). Setiap praktik yang mengandung penipuan (*tadlis*), ketidakjelasan (*gharar*), atau ketidakadilan (*ẓulm*) dianggap bertentangan dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, sistem perdagangan elektronik juga harus memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memperoleh hak dan kewajiban secara proporsional serta bebas dari unsur penipuan atau kerugian sepihak. (Yulianti, R. T., 2020)

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting karena mengkaji bagaimana kebijakan Lazada dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, serta bagaimana kebijakan tersebut dilihat dari dua perspektif hukum yang berbeda namun saling melengkapi, yakni hukum Islam dan hukum positif Indonesia. Kajian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen digital di Indonesia, sekaligus memperkaya literatur hukum ekonomi syariah dalam konteks perdagangan modern.

Untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk dan implementasi kebijakan Lazada dalam melindungi konsumen?
2. Bagaimana kesesuaian kebijakan Lazada tersebut dengan prinsip-prinsip hukum Islam?
3. Bagaimana kesesuaian kebijakan tersebut dengan hukum positif yang berlaku di Indonesia?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis kebijakan Lazada dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.
2. Mengkaji kebijakan tersebut berdasarkan prinsip hukum Islam, khususnya dalam konteks muamalah.

3. Menilai kesesuaian kebijakan Lazada dengan ketentuan hukum positif di Indonesia, terutama UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE.

Selain itu, manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan:

1. Manfaat teoritis, yakni memperkaya literatur hukum ekonomi Islam dalam konteks perdagangan digital dan perlindungan konsumen.
2. Manfaat praktis, yaitu memberikan rekomendasi kebijakan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih adil, transparan, dan sesuai nilai-nilai syariah.

Dengan adanya kajian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif bahwa antara hukum Islam dan hukum positif sesungguhnya memiliki semangat yang sama dalam melindungi konsumen, yaitu menegakkan keadilan dan mencegah kerugian di era ekonomi digital yang terus berkembang.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode yuridis normatif. Data diperoleh melalui:

1. Data primer: dokumen hukum seperti UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, kebijakan Lazada, serta hasil wawancara dengan pengguna aktif Lazada.
2. Data sekunder: literatur akademis, jurnal hukum, dan penelitian terdahulu.

Lokasi penelitian: Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS), Indramayu.

Subjek penelitian: enam mahasiswa pengguna Lazada yang pernah mengalami kendala dalam transaksi.

Teknik analisis data meliputi:

1. Reduksi data: menyaring informasi relevan.
2. Penyajian data: menyusun pola kebijakan dan pengalaman pengguna.

3. Penarikan kesimpulan: menghubungkan teori hukum Islam dan hukum positif dengan praktik perlindungan konsumen di Lazada.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Kebijakan Perlindungan Konsumen Lazada

Sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, Lazada menerapkan sejumlah kebijakan untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat transaksi digital. Berdasarkan hasil penelitian lapangan dan wawancara dengan pengguna aktif, kebijakan Lazada mencakup pengembalian barang (*retur*), pengembalian dana (*refund*), jaminan keaslian produk, perlindungan data pribadi, dan penyelesaian sengketa konsumen. (Lazada, Help Center Kebijakan Pengembalian Barang Lazada, 2025)

Kebijakan retur memberikan hak kepada konsumen untuk mengembalikan barang dalam 7–14 hari setelah penerimaan jika produk cacat, tidak sesuai

deskripsi, atau rusak. Proses ini dilakukan secara digital dan diverifikasi oleh Lazada. *Refund* dilakukan dengan waktu 3–7 hari kerja, tergantung metode pembayaran. Selain itu, fitur LazMall menjamin keaslian produk toko resmi dengan kebijakan pengembalian penuh bila terbukti palsu. Perlindungan data pribadi dilakukan melalui sistem Secure Payment dengan enkripsi dan verifikasi dua langkah untuk menghindari penyalahgunaan data. (Lazada, Help Center Kebijakan Pengembalian Barang Lazada, 2025)

2. Analisis dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam hukum ekonomi Islam, prinsip dasar perlindungan konsumen adalah keadilan (*‘adl*), kejujuran (*ṣidq*), dan amanah. Kebijakan Lazada telah merepresentasikan nilai-nilai tersebut melalui penerapan hak *khiyar* (hak pembatalan transaksi), larangan *gharar* (ketidakjelasan), serta menjaga harta (*hifz al-māl*) melalui keamanan pembayaran.

Namun, pengawasan terhadap penjual pihak ketiga masih perlu ditingkatkan agar tidak melanggar prinsip syariah, seperti menjual barang tidak sesuai atau melakukan penipuan. (Yulianti, R. T., 2020)

3. Analisis dalam Perspektif Hukum Positif

Dalam hukum positif Indonesia, perlindungan konsumen diatur oleh UU No. 8 Tahun 1999, UU ITE No. 11 Tahun 2008, dan PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kebijakan Lazada sejalan dengan pasal-pasal tentang hak atas keamanan, kenyamanan, dan informasi yang benar. Namun, tanggung jawab *platform* terhadap penjual independen masih menjadi celah hukum, karena posisi Lazada sebagai perantara membatasi tanggung jawab langsung terhadap pelanggaran yang dilakukan penjual. (Haryono, N., 2024)

4. Perbandingan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif

Hukum Islam dan hukum positif memiliki kesamaan dalam

prinsip perlindungan konsumen, yaitu keadilan, kejujuran, dan keamanan. Hukum Islam menekankan aspek moral dan spiritual, sedangkan hukum positif menekankan aspek formal dan administratif. Dalam praktiknya, Lazada telah menggabungkan keduanya melalui sistem *retur*, *refund*, dan proteksi data yang menyeimbangkan hak dan kewajiban konsumen serta penjual. (Lazada, Kebijakan Privasi, 2024)

5. Tantangan dan Implikasi

Meski kebijakan Lazada cukup baik, beberapa tantangan yang dihadapi adalah lemahnya penegakan terhadap penjual pihak ketiga, keterlambatan penyelesaian sengketa, dan rendahnya literasi digital konsumen. Implikasinya, perlu integrasi yang lebih kuat antara prinsip hukum Islam dan hukum positif untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen *e-commerce* yang lebih adil, transparan, dan beretika. (Pratama & Kansil, 2024)

4. Kesimpulan

1. Kebijakan Lazada telah mencakup *retur, refund, garansi, dan perlindungan data konsumen* yang memperkuat kepercayaan pengguna.
2. Dalam hukum Islam, kebijakan tersebut selaras dengan prinsip keadilan, amanah, dan hak khiyar.
3. Dalam hukum positif, kebijakan Lazada sejalan dengan UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, meski implementasi di lapangan masih memerlukan perbaikan.

5. Saran

1. Lazada perlu memperkuat sistem pengawasan penjual pihak ketiga agar kepatuhan terhadap aturan platform meningkat.
2. Pemerintah perlu memperketat regulasi perlindungan konsumen digital dan memperjelas tanggung jawab *platform e-commerce*.
3. Konsumen perlu meningkatkan literasi hukum dan digital agar dapat memahami hak-haknya dalam transaksi online.

Daftar Pustaka

Buku :

Marjerison, H., R. K., D., H., K., & J.-M., Zheng,. (2025). *Understanding User Acceptance of AI-Driven Chatbots in. System.*

Jurnal :

Bachtiar, E. Y., & Chairunnisa, M. D. . (2024). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan KUH Perdata. *SYNTAX IDEA,,* 6797-6798.

Haryono, N. (2024). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 3, 134.

Pratama, & Kansil. (2024). Perlindungan Hukum Layanan Grab Food Berdasarkan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2858-2859.

Yulianti, R. T. (2020). E-commerce Policies and Their Impact on Consumer Trust. International.

*Journal of E-Business
Research*, 14, 23.

Artikel :

Lazada, T. (2024, Desember 16). *Kebijakan Privasi*. Retrieved from [page.lazada.co.id: https://pages.lazada.co.id/wow/gcp/route/lazada/id/upr_1000345_lazada/channel/id/upr-router/id_upr?spm=a2o4j.tm80089997.footer_top.10.ed93EBYMEBYMZ5&hybrid=1&data_pre](https://pages.lazada.co.id/wow/gcp/route/lazada/id/upr_1000345_lazada/channel/id/upr-router/id_upr?spm=a2o4j.tm80089997.footer_top.10.ed93EBYMEBYMZ5&hybrid=1&data_pre)

[fetch=true&prefetch_replace=1
&at_iframe=1&wh_pid=/lazada/
channel/id/legal/PrivacyPolicy](https://helpcenter.lazada.co.id/fetch=true&prefetch_replace=1&at_iframe=1&wh_pid=/lazada/channel/id/legal/PrivacyPolicy)

Lazada, T. (2025, juli). *Help Center Kebijakan Pengembalian Barang Lazada*. Retrieved from [helpcenterlazada.co.id: https://helpcenter.lazada.co.id/s/faq/knowledge?categoryId=100027499&m_station=faq&questionId=1000142469](https://helpcenter.lazada.co.id/helpcenterlazada.co.id: https://helpcenter.lazada.co.id/s/faq/knowledge?categoryId=100027499&m_station=faq&questionId=1000142469)