

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Tingginya minat masyarakat terhadap belanja online menyebabkan banyak bermunculan website e-commerce baru di Indonesia, salah satunya adalah Shopee. Saat ini banyak platform pembelian dan penjualan retail di Indonesia seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, dan lain-lain yang sedang gencar menggunakan promosi *flash sale* sebagai senjatanya untuk menarik perhatian konsumen. *Flash sale* ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang menguntungkan pihak perusahaan dan konsumen. Namun di sisi lain, terdapat kekhawatiran akan adanya praktik penipuan atau yang disebut dengan *Tadlis*, kecurangan dan praktik lainnya yang dapat merugikan konsumen/pembeli ketika melakukan *flash sale* di shopee, lazada dan tokopedia, sehingga banyak masyarakat yang merasa risih saat melakukan hal tersebut. suatu kerugian tentu menghilangkan unsur kepentingan dalam kontrak. jual beli.¹

Hal ini juga berkaitan dengan permasalahan dalam transaksi *flash sale* dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung dan tidak yakin barang/produk apa yang diinginkan, yang hanya terlihat pada gambar yang ditampilkan. Maka informasi yang diberikan kurang valid. Misalnya, informasi mengenai jumlah produk yang dijual tidak diungkapkan secara jelas, sehingga pembeli yang ingin melakukan *flash sale* bingung apakah stok barang tersebut masih ada. Selain itu, harga yang tercantum tidak rinci sehingga menyebabkan konsumen berspekulasi mengenai harga spesifiknya,

¹ Holilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online* (Jakarta: Duta Media Publishing, 2020), 32.

dan terdapat juga kasus pembatalan sepihak oleh pasar setelah pembelian berhasil pada harga *flash sale*.

Padahal, praktik *flash sale* jelas mengacu pada jual beli dalam ketentuan dan dalil hukum. Seperti halnya praktek jual beli *flash sale* yang disebutkan oleh para ulama hukum Islam, ada 3 macamnya, yaitu: Jual beli tersebut dilakukan di tempat dimana barangnya dapat disaksikan/dilihat. Jual beli melalui sistem pesan atau menjelaskan ciri-ciri barang yang diinginkan pembeli. Jual beli barang yang tidak ada. Kemudian, harga yang dipatok dalam *flash sale* bisa jadi terjangkau bahkan menjadi rebutan para pembeli, karena beberapa harga yang dipatok bukanlah harga normal namun seringkali sangat murah. Oleh karena itu, di era globalisasi saat ini, ada dua sektor ekonomi yang belum terganggu oleh wabah tersebut, antara lain industri makanan dan jual beli online. Dunia online telah menjadi epidemi global bagi manusia modern untuk bertukar informasi dan sarana membujuk calon konsumen.²

Jual beli merupakan salah satu bentuk muamalah, suatu konsep dasar dalam kegiatan ekonomi yang dapat dilakukan dengan cara mengalihkan kepemilikan atas dasar kesepakatan bersama sesuai dengan hukum Islam. Pembeli harus saling menguntungkan dan memperoleh manfaat dari produk yang dijual. Produk juga harus mematuhi hukum Islam.

Format *flash sales* diyakini dapat memuaskan konsumen setia yang rutin menelusuri halaman platformnya, baik sekadar untuk membeli produk maupun bersaing menjadi penjual. Untuk bersaing secara komersial, tidak jarang pelaku komersial menggunakan konsep periklanan yang lebih baru, yaitu menarik setiap pembaca melalui harga visual. Salah satu pendekatannya adalah dengan meluncurkan produk kepada pelaku komersial, seringkali dengan menawarkan produk jangka pendek dengan

² M.A Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 23.

harga murah namun dalam jumlah terbatas. Dalam dunia e-commerce, istilah ini lebih dikenal dengan istilah *flash sale*. Para pebisnis berusaha menjual produk dengan cepat. Biasanya mereka menjual produk tersebut dengan promosi diskon, harga dasar yang lebih rendah dari biasanya, dan bonus menarik lainnya. Promosi ini akan diadakan pada waktu yang dijadwalkan dan akan berlangsung dalam jangka waktu yang relatif singkat.³

Shopee, Lazada dan Tokopedia menjadi beberapa platform belanja online yang paling banyak dicari di Indonesia karena tagline “Gratis Ongkos Kirim” dan program *flash sale*-nya. Dengan menawarkan promosi dalam waktu terbatas dan pesan iklan yang menciptakan rasa urgensi, konsumen cenderung melakukan pembelian impulsif. Praktek penjualan kilat ini sejalan dengan tujuan hukum syariah, yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat berdasarkan kepentingan umum, dengan tetap menghindari segala bentuk penipuan. Hal ini dicapai dengan menyelaraskan perilaku, keyakinan, perkataan dan tindakan dengan tujuan mewujudkan tujuan Allah SWT di dunia, yang membedakan antara tujuan yang baik dan yang buruk serta antara ibadah dan adat istiadat.

Konsep *flash sales* berupaya mewujudkan proses jual beli yang adil dan merata sehingga menguntungkan penjual dan pembeli. Praktek ini bertujuan untuk menjaga kesejahteraan kedua belah pihak dan menjaga keuntungan transaksi. Oleh karena itu, para peneliti tertarik untuk mempelajari faktor-faktor “*Tadlis*” dalam penjualan kilat.

Berdasarkan fenomena di lapangan banyak konsumen yang telah membeli barang dengan promo *flash sale* secara online tidak sesuai gambar dan spesifikasi yang di tentukan. Pada proses pengirimannya juga, ketika barangnya datang kepada konsumen, barang yang di datang tidak sesuai dengan barang yang di pesan, sehingga membuat para konsumen merasa

³ Hendri Tanjung, *Ekonomi Dan Keuangan Syariah: Isu-Isu Kontemporer* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020), 14.

tertipu dan merugikan karena promo *flash sale* tersebut. Terdapat beberapa komentar konsumen terhadap barang yang tidak sesuai.

Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Maulana seorang mahasiswa Uninus Bandung yang menyatakan bahwa ia pernah tertipu oleh penjual sampai uang hangus senilai Rp 800.000. kejadiannya pada saat promo *flash sale* shopee berlangsung, Maulana bermaksud mengikuti *flash sale* pada marketplace shopee untuk membeli peralatan motor, karena Maulana ini memiliki hobi modifikasi motor pribadi, singkat cerita Maulana menemukan *velg* motor pada promo *flash sale* di shopee seharga Rp 800.000 sepasang, harga *velg* ini pasarnya kisaran Rp 2.300.000, karena Maulana merasa harganya sangat murah iapun langsung *check out* tanpa berfikir panjang. Ia berharap hari itu juga atau besok barang sudah di proses akan tetapi beberapa jam kemudian setelah promo *flash sale* berakhir tiba-tiba barang Maulana di batalkan secara otomatis, Iapun terkejut karena posisi Maulana sudah bayar dengan nominal yang tidak sedikit. Kemudian Ia berusaha menghubungi adminnya untuk minta pertanggungjawaban akan tetapi tidak ada respon sama sekali dari admin penjual barang tersebut, hanya ada balasan otomatis terkait pembelian. Pada akhirnya Maulana sangat kecewa atas kejadian tersebut, terlebih uang itu hasil nabung kerja keras Maulana tapi seketika lenyap karna mengikuti promo *flash sale* tersebut.

Berdasarkan penjelasan mahasiswa tersebut menunjukkan bahwa dalam promo *flash sale* ini tidak menutup kemungkinan untuk melakukan penipuan oleh penjual kepada pembeli. Tidak hanya pesanan yang dibatalkan tetapi ada juga pembeli yang dikirim barang kosong oleh penjual. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan FIKA mahasiswi UIN Bandung:

Ceritanya pada saat itu Fika mengikuti temen kampusnya yang akan belanja barang di Lazada karna kebetulan Lazada sedang ,mengadakan

promo *flash sale* Fika bermaksud belanja barang kecantikan, pada saat itu Fika tertarik dengan promo pada *skin care* yang sudah satu paket. Iapun langsung *check out* dan kemudian keesokan harinya langsung di proses oleh pemilik toko. Fika merasa gembira karna bisa mendapatkan *skin care* yang diinginkan dengan harga yang sangat terjangkau. Singkat cerita kurang lebih 3 hari setelah Fika *check out* barang tersebut paket yang dinanti-nantipun datang ke rumah. Ketika Fika membuka barang tersebut ternyata tidak ada isinya hanya ada kertas-kertas, pada saat itu Fika benar-bener merasa kecewa yang tandinya merasa bahagia langsung kecewa seketika. Ketika Fika menghubungi pihak pemilik tokonya penjual tersebut dengan mudah mengatakan "bukan kesalahan dari kami mungkin ada yang menukar ketika proses packing", dan tidak ada balasan lain lagi kepada Fika. Hal ini penjual tidak bertanggung jawab atas perbuatannya, seharusnya barang *flash sale* kosong itu diganti dengan produk yang senilai/serupa dengan barang yang diikuti pada saat *flash sale* berlangsung.

Berdasarkan keterangan Fika yang tertipu oleh promo *flash sale*, jelas bahwa banyak pembeli yang merasa dirinya tertipu dengan barang yang ditawarkan pada saat mengikuti promo *flash sale*, ada yang dibatalkan secara tiba-tiba ada yang dikirim barang kosong. Hal ini juga berdasarkan hasil wawancara dengan kang Edo Mahasiswa UNPAD terkait cancel sepihak *flash sale*:

Pada suatu hari Edo mendapatkan *flash sale* Fossil (jam tangan) seharga 1k, Edopun merasa senang karena memperoleh *flash sale* dengan harga yang sangat murah. Selanjutnya 50 menit kemudian secara tiba-tiba barang milik Edo tersebut dicancel dan tidak lama kemudian akun Edopun dibatasi. Saat itu Edo merasa aneh dan dirugikan, kemudian Edo mencoba menelaah kembali karena kahawatir Edo yang melakukan salah, tapi tidak ada kesalahan yang Edo lakukan pada saat itu. Edopun langsung berfikir bahwa *flash sale* yang ia ikuti itu adalah penipuan, tidak hanya itu Edo

mencoba menghubungi admin toko akan tetapi tidak ada respon sama sekali. Dari kejadian tersebut Edopun tidak pernah mengikuti promo *flash sale* di berbagai marketplace karna sudah pernah tertipu dan merasa sangat dirugikan. Demikian Edopun mengingatkan pada teman-temannya untuk selalu berhati-hati saat membeli barang terutama saat mengikuti promo *flash sale* di berbagai marketplace.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penjual cenderung mengingkari lokasi transparansi dan kepastian informasi kepada konsumen. Asas manfaat bagi konsumen dipertanyakan ketika salah satu pihak mengalami kerugian dalam suatu transaksi, seperti yang dicontohkan pada penjelasan awal. Promosi *flash sale* tidak lepas dari syariat Islam dan fatwa DSN MUI no. 146/DSN-MUI/XII/2021 yang mengatur tentang toko online berdasarkan prinsip syariah. Agama Islam memberikan batasan muamalah yang diatur dalam Al-Qur'an, Hadits, dan etika bisnis Islam. Agama Islam yang rahmatan lil alamin mempunyai sifat komprehensif yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, baik sosial maupun ritual. Setiap transaksi dalam Islam, baik jual beli, maupun jasa, tidak boleh menimbulkan kerugian bagi diri sendiri maupun orang lain.⁴

Bukti-bukti menunjukkan bahwa pelaku usaha mungkin saja melanggar aturan jual beli dalam Islam sehingga berujung pada permasalahan hukum. Permasalahan ini banyak terjadi pada promosi *flash sale*, dimana pelanggan mungkin memiliki kekhawatiran mengenai keakuratan informasi yang diberikan dalam media promosi. Penting untuk membahas bagaimana hukum dapat melindungi hak-hak konsumen, khususnya dalam konteks hukum ekonomi Islam.

Jumlah marketplace yang ada di Indonesia berdasarkan Badan pusat statistik sebanyak 15 marketplace dengan jumlah pengguna marketplace

⁴ H Nasrun, *Fiqih Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 36.

Indonesia berdasarkan Badan Pusat Statistik sebanyak 212,200,000 pada tahun 2022, selanjutnya marketplace yang banyak digunakan sebanyak dan paling sering mengadakan *Flash sale* yaitu 3 marketplace diantaranya Shopee, Tokopedia dan Lazada yang dimana ketiga marketplace ini telah mengadakan *flash sale* dengan pengikut sekitar 85% setiap tahunnya. Hal ini mengakibatkan tidak sedikit konsumen yang merasakan kerugian akibat ketidaksesuaian barang atau produk yang diakankan oleh produsen atau penjual kepada pembeli.⁵ Berikut data yang didapatkan dari hasil wawancara Ketua Asosiasi E-commerce Indonesia Bima Laga terkait penggunaan Marketplace di Indonesia menunjukkan bahwa terdapat banyak terjadinya *Tadlis* yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen saat mengikuti *Flash sale* terutama pada pengguna Tokopedia, Shopee dan Lazada yang setiap bulannya memiliki banyak pengunjung dan pengguna *flash sale* terbesar di Indonesia serta kerugian terbesar saat konsumen mengikuti *flash sale* tersebut, sehingga konsumen banyak mengalami kerugian atau merasa dirinya tertipu hal ini dapat dilihat berdasarkan tabel data laporan tahunan hasil pegawai Asosiasi E-Commerce Indonesia Tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 1. Laporan Pengguna Flash Dan Kerugian Konsumen Per Tahun

Platform	Pengguna	Pengguna <i>Flash sale</i>	Kerugian Konsumen (per tahun)
Tokopedia	1,961,123,200	1,700,618,000	840,200,000
Shopee	1,704,820,100	1,599,762,000	692,410,000
Lazada	314,951,000	286,500,000	92,100,000
Bukalapak	259,578,000	246,357,000	40,150,000
Blibli	230,143,000	208,877,000	25,000,000
JD, ID	26,411,100	15,784,000	9,000,000
Istyle	10,952,000	7,760,900	3,000,000

⁵ Lulu'atul Munawaroh, 'Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi *Flash sale* Melalui Clearance Day Dalam Big Sale Shopee.Com', *Universitas NU Sunan Giri*, 2021, 6.

Berdasarkan tabel di atas adanya kerugian konsumen dalam mengikuti *flash sale* tersebut menunjukkan bahwa ada proses penipuan yang dilakukan oleh penjual saat melakukan *flash sale* di marketplace tersebut terutama Tokopedia, shopee dan Lazada yang memiliki pengunjung dan total kerugian konsumen terbesar serta genjar mengadakan *flash sale* setiap bulannya. Hal ini sebabkan oleh kurangnya tim pengawas dari asosiasi E-Commerce Indonesia pada pelaku penjualan pada marketplace tersebut sehingga kerap sekali pedagang atau penjual melakukan penipuan terhadap pembeli khususnya pada saat melakukan jual beli online melalui *flash sale*.

Setelah mempertimbangkan latar belakang di atas, terdapat kebutuhan mendesak untuk melakukan penelitian mendalam mengenai permasalahan hukum yang ada. Secara spesifik, terdapat indikasi bahwa perilaku pelaku usaha terhadap konsumen tidak sejalan dengan aturan akad jual beli dalam Islam, khususnya pada metode jual beli online melalui *flash sale*. Oleh karena itu, penulis cenderung untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini dan telah mengusulkan judul yang mencerminkan hal tersebut yaitu **Analisis Metode Jual Beli Online Melalui Metode *Flash sale* di Shopee, Lazada, dan Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas rumusan masalah pada penelitian ini yakni adanya indikasi antara perilaku yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang tidak sesuai dengan peraturan akad jual beli dalam Islam pada praktik *flash sale* yang merugikan sehingga timbul pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana sistem jual beli online melalui metode *flash sale* di marketplace Shopee, Lazada, dan Tokopedia?
- 2) Apa faktor penunjang dan penghambat dalam penyelenggaraan *flash*

sale dimarktplace Shopee, Lazada, dan Tokopedia?

- 3) Bagaimana hukum jual beli online melalui metode *flash sale* di marketplace Shopee, Lazada, dan Tokopedia dalam perspektif hukum ekonomi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu kepada rumusan masalah di atas yang menjadi tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menganalisis sistem jual beli online melalui metode *flash sale* di marketplace.
- 2) Untuk menganalisis faktor penunjang dan penghambat dalam penyelenggaraan *flash sale* dimarktplace Shopee, Lazada, dan Tokopedia
- 3) Untuk menganalisis produk hukum jual beli online melalui metode *flash sale* di marketplace dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat, baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut

- 1) Secara Teoritis:
 - a. Penulis menganggap penelitian ini sangat berharga karena memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan menjadi sumber untuk melahirkan ide-ide baru yang dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya di bidang hukum ekonomi syariah.
 - b. Tujuan dari upaya ini adalah untuk memperkenalkan kerangka kerja baru untuk mengkonseptualisasikan kontrak dalam domain hukum

ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan transaksi modern baik di kalangan akademisi maupun masyarakat pada umumnya. Kerangka kerja baru ini dimaksudkan sebagai tambahan yang berharga bagi pengetahuan yang ada di bidang hukum ekonomi syariah..

2) Secara Praktis:

- a. Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai informasi kepada masyarakat tentang urgensi promo *flash sale* pada marketplace Indonesia yang ditinjau dari hukum ekonomi syariah.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pelaku usaha online serta pada konsumen dalam melakukan transaksi jual beli yang memperhatikan hukum ekonomi syariah serta asas kemanfaatan dalam bertransaksi yang berlandaskan syariat.
- c. Penelitian ini berguna untuk mengetahui system promo *flash sale* pada marketplace Indonesia yang dilakukan oleh produsen kepada konsumen dalam praktiknya ditinjau dari akad hukum ekonomi syariah.

E. Penelitian Terdahulu

Memanfaatkan penelitian terdahulu sebagai landasan untuk melakukan dan menyelesaikan penelitian baru sangatlah penting. Fungsi utamanya adalah untuk mengungkap hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh ilmuwan lain. Selain itu, juga berfungsi untuk mengetahui faktor pembeda penelitian yang sedang dilakukan, baik dari segi objek penelitian maupun lokasi penelitian. Penelitian khusus ini akan fokus menganalisis praktik jual beli di pasar online Indonesia. Untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap teori-teori yang dikaitkan dengan judul penelitian, maka akan dilakukan tinjauan literatur, dengan tujuan agar dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penelitian. Yang termasuk dalam tinjauan literatur

adalah:

- 1) Dalam jurnal berjudul “Perlindungan Konsumen E-commerce di Lazada.co.id Tinjauan Hukum Ekonomi Islam dan Hukum Positif,” Didin Sumasyhari, anggota Departemen Hukum Ekonomi Syariah (muamalah) Fakultas Syariah Islam Negeri Surakarta Institute, menggunakan metode analisis deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini terutama berfokus pada langkah-langkah perlindungan konsumen yang ditawarkan Lazada.co.id kepada pelanggannya jika terjadi kesalahan. Syarat dan ketentuan penjualan Lazada mengharuskan penggantian dana dan pengembalian produk; selain itu, voucher disediakan untuk mengkompensasi ketidaknyamanan yang ditimbulkan. Langkah-langkah tersebut sejalan dengan hukum ekonomi Islam yang mencakup konsep khiyar dan tahkim, serta hukum positif yang secara jelas menguraikan informasi yang tersedia bagi konsumen di platform Lazada.⁶
- 2) Dalam jurnal berjudul “Analisis Hukum Islam dalam Jual Beli *Flash sale* di Tokopedia” Nur Fadila menggunakan metode analisis deskriptif sebagai pendekatan penelitian kualitatif. Kajian ini mendalami perspektif hukum Islam, yang mengkaji keselarasan dan syarat-syarat jual beli, sehingga menjamin kepatuhan terhadap hukum Islam dalam hal pihak-pihak yang berkontrak, *Sighad* (ucapan persetujuan dan penerimaan), nilai-nilai, dan pertukaran produk. Tentunya produk atau jasa yang dijadikan objek transaksi harus memiliki komponen halal dan tidak berkaitan dengan Al-Qur'an atau hadits. Namun pihak yang menjadi objek pembahasan peneliti pada judul jurnal tersebut telah melakukan penipuan. Oleh karena itu, pelanggar wajib mengembalikan produk yang

⁶ Didin Sumasyhari, ‘Perlindungan Konsumen E-Commerce Pada Lazada.Co.Id Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Dan Hukum Positif’, *Fakultas Syariah IAIN Surakarta*, 4.2 (2016), 24.

dibelinya untuk mengembalikan hak pelanggan yang dilanggar oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif.⁷

3) Jurnal berjudul “Review Hukum Ekonomi Syariah Transaksi *Flash sale* Via Clearance Day di Big Sale Shopee.Com” karya Lulu’atul Munawaroh ini menggunakan metode penelitian deskriptif analitis dengan jenis penelitian kuantitatif. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui Shopee *Flash sale*. Secara khusus, penelitian ini mengkaji manfaat yang dirasakan konsumen yang melakukan transaksi *flash sale* Shopee di Indonesia.⁸

Menurut penelitian, disarankan untuk membangun kepercayaan konsumen dengan membuat iklan menawan yang dapat memperkuat keputusan pembelian mereka selama *flash sale* Shopee. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa persepsi risiko tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen *flash sale* shopee. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa aman saat berbelanja online, khususnya di Shopee, karena platform tersebut menyediakan berbagai langkah keamanan. Oleh karena itu, menjaga persepsi risiko mengenai produk layanan mereka sangatlah penting.

Setelah menelaah penelitian-penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa penulis tidak menemukan kemiripan judul-judul berbagai literatur yang pernah mereka teliti mengenai promosi *flash sale* dalam konteks akad yang diatur dalam hukum ekonomi syariah, khususnya promo *flash sale* ditinjau dari akad hukum ekonomi syariah

⁷ Nur Fadila, ‘Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Flash Sale Di Tokopedia’ (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019).

⁸ Lulu’atul Munawaroh, ‘Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Flash Sale Melalui Clearance Day Dalam Big Sale Shopee.Com No Title’ (Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro, 2021).

studi kasus marketplace Indonesia. Oleh karena itu, menggali lebih jauh topik ini tetap relevan untuk studi lebih lanjut.

