



Tanggung Jawab Hukum Atas Produk Cacat Tersembunyi Penjualan Online Pada Marketplace Shopee

Sheilva Syahputri Assagaf¹, Sarah Selfina Kuahaty², Marselo Valentino Giovani Pariela³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : sheilvaassagaf@gmail.com

ABSTRACT: Online buying and selling transactions have a higher risk than conventional buying and selling transactions. The risk of loss due to goods not arriving even though the shipping status has been completed or consumers who do not receive a refund to the wrong order number are examples of weaknesses in the online buying and selling transaction system. Another example that is most often encountered is hidden defective goods. This is because in online buying and selling, buyers cannot physically touch the goods purchased. Certainly, these incidents directly interfere with or injure consumer rights, especially the right to obtain accurate, clear information about the products offered. The purpose of this writing is to find out and explain the legal responsibility of traders for hidden defective products in the Shopee marketplace and to find out and explain the compensation given to consumers in the Shopee marketplace. The research method used is a normative legal research type. The problem approach used is the statutory approach and the conceptual approach. The legal materials used are primary, secondary and tertiary legal materials. The procedure for collecting legal materials through literature studies, which will be linked to legal facts and legal consequences so that they will be analyzed based on qualitative methods. The results of the study indicate that the seller's responsibility for hidden defective products is included in contractual liability. Civil liability based on agreements/contracts from companies and business actors (both goods/services) for losses experienced by consumers. While the compensation in question is in the form of a refund or replacement of goods and/or services of the same type or equivalent value, or health care and/or provision of compensation in accordance with the provisions of applicable laws and regulations. Compensation is carried out within a period of 7 days after the transaction date. Furthermore, consumers as regulated in the UUPK have the right to receive compensation, damages and/or replacement, if the goods and/or services received do not comply with the agreement or are not as they should be

Keywords: Legal Liability; Compensation; Defective Products

ABSTRAK: Transaksi jual beli online memiliki risiko yang lebih tinggi daripada transaksi jual beli konvensional. Risiko kerugian karena barang tak sampai padahal status pengiriman telah selesai atau konsumen yang tidak menerima pengembalian dana ke nomor pesanan yang salah adalah contoh dari kelemahan sistem transaksi jual beli online. Contoh lainnya yang paling sering dijumpai adalah barang cacat tersembunyi. Hal ini disebabkan dalam jual beli online pembeli tidak dapat menyentuh fisik barang yang dibeli. Pastinya, kejadian tersebut secara langsung mengganggu atau menciderai hak konsumen, terutama hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas tentang produk yang di tawarkan. Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pertanggungjawaban hukum pedagang atas produk cacat tersembunyi di marketplace Shopee dan untuk mengetahui dan menjelaskan ganti rugi yang diberikan kepada konsumen di marketplace Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian yuridis normatif. Pendekatan masalah yang digunakan yakni pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Prosedur pengumpulan bahan hukum melalui studi kepustakaan, yang akan dikaitkan dengan fakta hukum dan akibat hukum sehingga akan dianalisa berdasarkan pada metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tanggung jawab penjual terhadap produk cacat tersembunyi termasuk dalam pertanggungjawaban kontraktual (contractual liability). Tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari perusahaan dan pelaku usaha (baik barang/jasa) terhadap kerugian yang dialami konsumen. Sementara ganti rugi yang dimaksud berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam

tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi. Selanjutnya, konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Hukum; Ganti Rugi; Produk Cacat Tersembunyi.

PENDAHULUAN

Dewasa ini dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat maka terjadi perubahan dalam banyak aspek kehidupan tak terkecuali dalam perdagangan. Media internet membuat perilaku jual beli menjadi berubah dari semula di mana penjual dan pembeli harus bertemu tatap muka secara fisik kini berubah menjadi jual beli online menggunakan media *handphone*. Kegiatan perdagangan dengan menggunakan internet kemudian dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*.

Electronik commerce, juga disebut *e-commerce*, adalah jenis bisnis yang berhubungan dengan konsumen, manufaktur, penyedia layanan, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan komputer, yaitu internet. Transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis adalah beberapa contoh bisnis *e-commerce*.¹

Transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis adalah beberapa contoh *e-commerce*. Jenis komunikasi ini termasuk transaksi yang dilakukan secara elektronik melalui komputer, ATM, PDA (Personal Data Assistant), atau peralatan elektronik lainnya. Dengan mengakses sistem produk yang diinginkan melalui jaringan internet, transaksi elektronik dapat dilakukan kapan saja.

Menurut Pasal 1 angka 2 UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah tindakan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Konsumen dalam transaksi online adalah setiap orang yang menggunakan internet untuk membeli barang dan jasa. Menurut Pasal 1 Angka 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, tidak untuk diperdagangkan, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain². Oleh karena itu, berdasarkan beberapa rumusan di atas, dapat disimpulkan bahwa internet hanyalah media atau fasilitas untuk melakukan transaksi jual beli yang biasanya dilakukan secara konvensional ketika transaksi terjadi antara penjual dan pembeli melalui internet.

Dalam praktik, transaksi jual beli yang dilakukan secara online tidak lagi melibatkan penjual dan pembeli. Transaksi ini dapat dilakukan secara online, melalui email, sosial media, atau surat menyurat. Pembayaran juga dapat dilakukan melalui internet, mobile banking, atau transfer antar bank, serta mini market yang tersedia. Dalam hal transaksi jual beli online, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sangat mirip dengan model kontrak jual beli konvensional di Indonesia – baik yang didasarkan pada sistem hukum adat dan hukum perdata (KUHPer)³. Perbedaan lain yang signifikan antara jual beli online dan jual beli konvensional adalah media yang digunakan; pelanggan harus membayar

¹ Muhammad Zakaria, *Pengertian, Fungsi, dan Manfaat Internet*. <http://www.nesabamedia.com>, 2015.

² Ahmad Miru dan Sutarmanto Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 4

³ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, (Bandung: Nusa Media, 2017), h. 41

terlebih dahulu, dan mereka tidak dapat memastikan apakah barang yang mereka pesan benar-benar ada atau kualitasnya.

Shopee.co.id adalah salah satu *Marketplace* jual beli online yang paling populer di Indonesia. Shopee adalah aplikasi mobile yang berfungsi sebagai wadah dan tempat belanja online berbasis mobile, memungkinkan pengguna melakukan pencarian, pembelian, dan penjualan langsung melalui ponsel mereka. Banyak produk yang ditawarkan oleh *platform* ini, bersama dengan layanan pengiriman yang terintegrasi, metode pembayaran yang aman, fitur inovatif dan kreatif menjadikan belanja lebih menyenangkan, aman, dan masuk akal.

Transaksi jual beli online memiliki resiko yang lebih tinggi daripada transaksi jual beli konvensional. Risiko kerugian karena barang tak sampai padahal status pengiriman telah selesai atau konsumen yang tidak menerima pengembalian dana ke nomor pesanan yang salah adalah contoh dari kelemahan sistem transaksi jual beli online. Contoh lainnya yang paling sering dijumpai adalah barang cacat tersembunyi. Hal ini disebabkan dalam jual beli online pembeli tidak dapat menyentuh fisik barang yang dibeli. Pastinya, kejadian - kejadian tersebut secara langsung mengganggu atau menciderai hak konsumen, terutama hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas tentang produk yang di tawarkan.

Dalam bukunya yang berjudul *Protection of Consumers Economic Interest by the EC Contract Law*, Narberth Reich menyatakan bahwa sikap pelaku usaha yang bertindak curang saat kontrak jual beli dilakukan adalah masalah yang sering dihadapi konsumen dalam transaksi jual beli online, termasuk ketidakjelasan isi kontrak standard, produk yang rusak dan jasa yang tidak memuaskan⁴.

Pasal 4 huruf c UUPK menegaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang lengkap, akurat, dan dapat dipahami dengan baik terkait barang atau jasa yang mereka beli atau gunakan. Informasi ini mencakup berbagai aspek seperti kondisi barang (misalnya, spesifikasi, bahan, fungsi, asal-usul) serta jaminan yang mungkin terkait dengan kualitas atau keamanan produk. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur berarti bahwa produsen atau penjual tidak boleh menyembunyikan fakta penting mengenai produk yang ditawarkan, melakukan klaim yang menyesatkan, atau memberikan informasi yang bisa membuat konsumen salah dalam mengambil keputusan. Hal ini sangat penting untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat ketidaktahuan atau kesalahan informasi.

UUPK melindungi hak-hak konsumen selain, mewajibkan perusahaan untuk mengiklankan barang dan jasa mereka. Dalam Pasal 17 UUPK, perusahaan dilarang mengelabui pelanggan tentang kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, harga, atau tarif barang dan/atau jasa; waktu penerimaan yang tepat, jaminan atau garansi, informasi yang tidak akurat tentang barang atau jasa, dan menggunakan kejadian yang tidak dapat diprediksi.

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik (Selanjutnya disingkat PP PSTE), pasal 7 dan 49 ayat [1] secara eksplisit menetapkan kewajiban seorang pelaku bisnis atau penjual untuk menjamin kepercayaan konsumen dalam setiap transaksi. Secara garis besar, pasal ini menetapkan bahwa perusahaan yang menjual produk harus memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang produk yang mereka jual.

⁴ classic.austlii.edu.au/journals/SydLawRw/2006/3.html#fn2, Diakses pada 21 Maret 2024

Selain itu, Ayat (3) Pasal 49 PP PSTE mengatur garansi khusus untuk konsumen dalam kasus di mana barang yang dibeli memiliki cacat tersembunyi. Secara spesifik, ayat tersebut menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan jaminan ganti rugi jika barang atau jasa yang diterima ternyata tidak sesuai dengan kesepakatan atau memiliki cacat yang tidak terlihat pada saat pembelian. Dengan demikian, aturan ini memberikan kepastian hukum bagi konsumen agar mereka tidak dirugikan dalam transaksi elektronik, khususnya jika barang yang diterima ternyata memiliki cacat yang tidak langsung terlihat. Hal ini juga mengatur agar penyedia barang atau jasa harus bertanggung jawab dalam kondisi seperti itu.

Banyak kasus barang yang cacat tersembunyi pada marketplace shopee. Seorang konsumen melaporkan bahwa ia membeli laptop dari penjual di Shopee dengan klaim kondisi "baru". Di deskripsi produk, spesifikasi menyebutkan laptop tersebut memiliki RAM 8GB, prosesor Intel i5, dan SSD 512GB, dengan jaminan performa cepat. Penampilan produk di foto terlihat sempurna, dan harga yang ditawarkan lebih rendah daripada di toko fisik. Namun, setelah satu minggu penggunaan, laptop mulai sering mati sendiri dan mengalami crash ketika menjalankan aplikasi berat. Setelah dibawa ke teknisi, ditemukan bahwa ada masalah pada pendingin internal (*cooling system*) yang menyebabkan laptop mudah overheat, meskipun tampak baru dan baik-baik saja dari luar.

Kasus lainnya adalah ketika seorang konsumen membeli kulkas dua pintu di Shopee dengan deskripsi "baru dan bergaransi resmi". Setelah beberapa hari dipakai, konsumen menyadari bahwa bagian freezer tidak bekerja dengan baik – makanan yang disimpan di dalamnya tidak beku sebagaimana mestinya. Meskipun bagian luar kulkas tampak berfungsi normal, kompresor kulkas ternyata tidak bekerja dengan benar, dan suhu tidak mencapai tingkat yang diperlukan untuk membekukan barang.

Dua kasus di atas memperlihatkan bagaimana cacat tersembunyi dapat memengaruhi pengalaman konsumen saat membeli barang di marketplace Shopee. Meskipun barang tampak baik secara visual atau dijelaskan dengan spesifikasi tertentu, cacat tersembunyi yang hanya terungkap setelah penggunaan menyebabkan konsumen dirugikan. Namun, dengan adanya perlindungan konsumen seperti yang diatur dalam Pasal 49 PP PSTE dan kebijakan marketplace, konsumen memiliki hak untuk mengajukan pengembalian, penggantian, atau kompensasi jika cacat tersebut mempengaruhi barang yang diterima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif yang dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sumber bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan bahan hukum yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melalui studi kepustakaan dan internet, dan terakhir dianalisis menggunakan metode kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Prosedur Transaksi Jual Beli Pada Produk Cacat Tersembunyi Pada Marketplace Shopee

1. Profil PT. Shopee Internasional Indonesia

Shopee adalah *marketplace* atau perdagangan elektronik yang merupakan bagian dari ekosistem aplikasi dan *platform* sosial yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan

SEA Group. Sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* dengan memanfaatkan marketplace, shopee merupakan aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaannya untuk melakukan kegiatan berbelanja dan menawarkan berbagai macam produk mulai dari *fashion* hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari secara langsung melalui *smartphone* tanpa harus menggunakan perangkat komputer. Selain itu, perusahaan yang berpusat di Singapura ini memiliki tujuan untuk terus berkembang menjadi platform *e-commerce* pilihan utama di Indonesia pada khususnya dan menjadi platform *e-commerce* pilihan utama di Asia Tenggara dan Taiwan pada umumnya. Shopee berkomitmen untuk terus meningkatkan platform dalam bidang *e-commerce* dengan memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan menyenangkan bagi semua penggunaannya. Di mana untuk mendukung hal itu Shopee memiliki beragam pilihan kategori produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai kebutuhan bulanan.

Total dari semua produk yang disediakan oleh shopee yakni 26 kategori di antaranya: Pakaian Pria, Pakaian Wanita, Handphone & Aksesories, Kecantikan, Komputer & Aksesories, Perlengkapan Rumah Tangga, Fashion Bayi & Anak, Ibu & Bayi, Sepatu Pria, Sepatu Wanita, Tas Pria, Tas Wanita, Jam Tangan, Fashion Muslim, Elektronik, Aksesories Fashion seperti kacamata, Kesehatan, Hobi & Koleksi, Fotografi, Makanan & Minuman, Olahraga & *Outdoor*, *Otomotif*, *Voucher*, Buku & Alat Tulis, Serba Serbi, Souvenir & Pesta⁵.

Dari 26 kategori yang telah disebutkan, masing-masing kategori di dalamnya masih terdapat berbagai macam item yang jika dihitung dari total keseluruhan lebih kurang 242 item yang tersedia di shopee. Tentunya hal ini semata-mata untuk meningkatkan dan memudahkan pengguna dalam mencari dan memenuhi semua barang ataupun kebutuhannya. Di mana hal ini senada dengan selogan utamanya "Shopee apa aja ada".

Sebagai salah satu platform raksasa dalam bidang *e-commerce*, Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, di bawah naungan SEA group Ltd atau dulu dikenal dengan nama Garena yang merupakan sebuah perusahaan internet berbasis di Singapura yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Di mana Chris Feng terpilih sebagai CEO (*Chief Executive Office*) shopee pada saat itu dan dipercaya sampai sekarang. Dia merupakan salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada.

Awal kemunculan shopee dalam dunia *e-commerce* merupakan akibat dari perubahan nama asal Perusahaan dari Garena menjadi SEA Group yang menjadikan shopee sebagai platform *e-commerce* mobile first SEA group. Selain itu shopee juga disebut sebagai pasar mobile-sentris sosial pertama. Karena pengguna dapat menjelajahi, berbelanja, menjual kapan saja dan melakukan pembayaran di manapun. Hal ini tentunya karena terintegrasi dengan baik dukungan logistik dan pembayaran yang bertujuan untuk membuat belanja online mudah dan aman bagi para penggunaannya baik penjual maupun pembeli.

Selain faktor dukungan integrasi yang baik, faktor yang mendukung perkembangan shopee ialah ekspansi perusahaan dalam memperluas jangkauannya secara serentak di 7 negara Asia yakni: Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Tentunya perluasan ini didukung oleh masuknya sejumlah investor baru seperti Cathay Financial⁶ dan GDP Venture, yang mendukung dorongan agresif SEA group.

⁵ Rincian Kategori Produk Shopee. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7882> Diakses pada 21 Maret 2024.

⁶ Bank yang dibentuk oleh penggabungan di United World Chinese Commercial Bank dan Cathay United Bank bermarkas di Taipei, Taiwan dan melakukan bisnis di seluruh Taiwan dengan lebih dari 108 kantor cabang menyediakan 4 lini produk utama: perbankan

Pencapaian shopee dalam bidang e-commerce tidak diragukan lagi, berbagai pencapaian seperti elemen mobile yang dibangun sesuai konsep perdagangan elektronik global, menjadikan Shopee menjadi salah satu dari 5 startup *e-commerce* yang paling disruptif atau dalam kata lain perusahaan yang sukses tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini, namun mengantisipasi kebutuhan mereka di masa depan.

Pengguna shopee di Indonesia pada tahun 2017 ada sekitar sepuluh juta lebih pengunduh yang telah berlangganan di shopee. Banyaknya pengguna aplikasi ini tentunya ada fasilitasi yang diberikan shopee, di mana kemudahan bagi penjual untuk memasarkan dagangannya serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Sehingga kepercayaan serta kemudahan dalam menarik para pengguna untuk memasang dan mendownload aplikasi shopee setiap harinya meningkat sebagai upaya untuk menunjang kebutuhan dalam berbelanja online.

Data terakhir yang dikutip dari hasil riset Snapcart soal e commerce di Indonesia, terkuak bahwa Shopee merupakan e commerce paling populer dan paling sering digunakan user tahun 2018⁷. Di mana dalam hal ini Shopee unggul dengan skor awareness 81 dan penggunaan terbanyak, mengalahkan Lazada yang berada di peringkat ke-2 dengan skor 78, diikuti oleh Tokopedia yang berada di posisi ke-3 dengan skor 80.⁸ Pada laman shopee di tahun 2019, menunjukkan angka lebih dari dua ratus juta kali pengunduhan aplikasi dilakukan dan lebih dari tujuh juta lebih penjual aktif dari tujuh pasar yang tersebar di beberapa Negara dengan fitur dan system operasional yang menjadi salah satu komitmen mereka yakni dengan menyesuaikan transaksi sesuai dengan budaya lokal⁹.

2. Sistem Transaksi Shopee

Berkaitan dengan sistem transaksi yang digunakan shopee, ada beberapa hal yang tentu berbeda dengan situs layanan jual beli online pada umumnya. Di mana transaksi yang sering digunakan pada *marketplace* atau situs jual beli online lainnya hanya menggunakan satu model transaksi bisnis yakni *consumer to consumer* (C2C). Sedangkan model transaksi bisnis yang digunakan pada shopee ialah menggunakan dua sistem transaksi bisnis yakni, C2C (*Consumer to Consumer*) dan B2C (*Business to Consumer*).

Model transaksi bisnis dengan model C2C atau *consumer to consumer* merupakan model transaksi bisnis di mana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya¹⁰, atau bisa dikatakan bahwa pada model bisnis C2C ini adalah, mereka yang melakukan transaksi jual beli adalah individu ke individu. Biasanya menggunakan media pihak ke 3 untuk menyimpan barang yang akan dijual. Dalam transaksi bisnis model ini shopee berperan sebagai pihak ke-3 yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, di mana shopee menyediakan sarana penjualan dari pengguna ke pengguna lain, di mana pun dan siapa pun dalam hal ini bisa membuka toko daring (*marketplace online*) untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk, seperti sepeda, ponsel, perlengkapan bayi, *gadget*, aksesoris *gadget*, komputer, tablet, perlengkapan rumah tangga, busana, elektronik, dan lain-lain.

korporasi, perbankan konsumen, manajemen kekayaan dan kartu kredit. Saat ini ada 8 kantor luar negeri yang berlokasi di Cina, Wilayah Asia Tenggara dan Amerika Serikat.

⁷ <http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>, diakses pada 19 Maret 2024.

⁸ <https://jurnaljakarta.com/berita-10676-dengan-hasil-riset-snapcart-shopee-menjadi-e-commerce-dengan-frekuensi-belanja-tertinggi.html>. diakses pada 19 Maret 2024.

⁹ <https://careers.shopee.sg/> diakses pada 19 Maret 2024.

¹⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, (Bandung: Nusamedia, 2017), h. 34

Berbeda dengan sistem transaksi bisnis C2C (*Consumer to Consumer*). Sistem transaksi bisnis dengan B2C (*Business to Consumer*) Pada model bisnis B2C ini, pelaku bisnis langsung menjual ke pelanggan dengan bantuan menggunakan fasilitas Internet, hal ini lantas banyak menguntungkan karena untuk menjangkau pelanggan tidaklah sulit, jarak dekat dan jauh pun dapat dijangkaunya.

Pelanggan tersebut dapat memilih produk yang ditampilkan pada situs tersebut, membelinya dan melakukan transaksi dalam situs tersebut. Biasanya sistem sudah dilakukan secara otomatis, pelaku bisnis akan memberikan konfirmasi via email untuk konfirmasi transaksi dan pengiriman barang yang sudah dibeli. dan biasanya pembelian produk/jasa ini langsung dibayar secara cash atau menggunakan pembayaran non tunai. Penggunaan system transaksi bisnis B2C (*Business to consumer*) ini merupakan akibat dari tambahan model transaksi yang dilator belakangi karena shopee menambahkan fitur *shopee.mall*.

3. Mekanisme Jual-Beli Online di Shopee

Setelah pengguna selesai mengunduh atau mengunjungi aplikasi shopee halaman awal yang akan shopee tampilkan ialah homepage dengan fitur-fitur yang tersedia yang bisa pengguna manfaatkan dan mempunyai fungsinya masing masing. Langkah selanjutnya pengguna cukup mendaftarkan diri sebagai syarat agar pengguna bisa melakukan transaksi jual beli. Jika pengguna sudah mendaftar dan sudah memiliki akun shopee, maka dengan itu pengguna sudah dapat melakukan transaksi di shopee baik itu menjual atau membeli produk yang ditawarkan. Langkah selanjutnya tentu pengguna tinggal memilih dan menekan barang/jasa yang pengguna butuhkan dengan mengklik gambar yang pengguna inginkan, dan secara otomatis akan dialihkan ke laman pembayaran, serta menyertakan dan memilih jasa pengiriman apa yang hendak pengguna gunakan untuk mengantarkan kerumah atau kealamat tujuan. Apabila telah selesai pengisian alamat serta pemilihan kurir yang pengguna pilih, dan metode pembayaran yang hendak pengguna gunakan. Maka pengguna klik *checkout* atau beli sekarang untuk menyelesaikan pesanan pengguna, dan dari sini pengguna akan tahu berapa banyak total uang yang harus pengguna bayarkan. Selanjutnya, jika semua proses sudah dilakukan maka barang yang pengguna pesan akan dikirim oleh jasa pengiriman yang pengguna pilih kealamat yang pengguna tuliskan dengan estimasi waktu yang sudah dituliskan oleh penjual di keterangan.

B. Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Marketplace Shopee

Hubungan hukum antara para pihak dalam marketplace terjadi karena didahului dengan adanya perjanjian, yang dalam perjanjian tersebut memuat mengenai perjanjian antara penjual selaku mitra *Shopee* dengan *marketplace Shopee* maupun perjanjian antara *marketplace Shopee* dengan pembeli selaku konsumen. Adapun dalam perjanjian tersebut berisi mengenai saling sepakat maupun berjanji mengikatkan diri antara penjual selaku mitra *Shopee* dengan *marketplace Shopee* dan *marketplace Shopee* dengan pembeli selaku konsumen dan penjual selaku mitra *Shopee* yang dalam hal ini di perjanjian *marketplace Shopee* dijadikan menjadi satu karena pembeli dan penjual merupakan pengguna *marketplace Shopee* itu sendiri. Saling sepakat maupun berjanji mengikatkan diri tersebut sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku dalam isi perjanjian marketplace tersebut. Syarat sah yang objektif berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata yaitu: a) Objek daripada perjanjian transaksi digital *marketplace Shopee* merupakan: 1) Barang yang dapat

diperdagangkan (Pasal 1332 KUHPerdota); 2) Barang yang dapat ditentukan jenisnya (Pasal 1333 KUHPerdota) Tidak menjadi masalah jika untuk sekarang jumlahnya tidak bisa ditentukan, yang jelas dikemudian hari jumlahnya dapat ditentukan; 3) Barang-barang yang akan ada dikemudian hari (Pasal 1334 ayat (2) KUHPerdota). b) Perjanjian transaksi digital marketplace Shopee merupakan objek perjanjian yang tidak dilarang oleh peraturan perundang-undangan dan dapat ditentukan jenisnya sebagaimana dijelaskan pada Pasal 1332 KUHPerdota dan Pasal 1333. Ketentuan Pasal 1337 KUHPerdota, yang berbunyi: Suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum.

Syarat sah yang subjektif berdasarkan pasal 1320 KUHPerdota: a) Adanya kesepakatan dan kehendak, Pasal 1321 KUHPerdota menjelaskan bahwa bahwa dikatakan tiada sepakat yang sah jika sepakat itu diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan. Perjanjian transaksi digital marketplace Shopee pada isi perjanjian sub bab pendahuluan dijelaskan bahwa marketplace milik Shopee diantaranya memuat tentang: "(1) Situs, (2) layanan yang disediakan oleh Situs dan oleh perangkat lunak klien Shopee yang tersedia melalui Situs, dan (3) semua informasi, halaman tertaut, fitur, data, teks, gambar, foto, grafik, musik, suara, video (termasuk siaran langsung (live stream), pesan, tag, konten, pemrograman, perangkat lunak, layanan aplikasi (termasuk, dengan tidak terbatas pada, setiap layanan aplikasi mobile) atau materi lainnya yang tersedia melalui Situs atau layanan terkait (Konten). Setiap fitur baru yang ditambahkan atau memperbesar Layanan juga tunduk pada Syarat Layanan. Hal ini berarti bahwa kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian transaksi digital *marketplace Shopee* jelas dan tidak adanya unsur paksaan; b) Perjanjian transaksi digital marketplace Shopee memuat ketentuan bagi para pihak yang akan mengikat diri yaitu minimal berusia 17 tahun, hal ini menggunakan peraturan Pasal. 63 Ayat (1) UU No. 23/2006 tentang Administrasi Kependudukan berusia 17 tahun atau sudah kawin. Bagi anak yang dibawah 17 tahun harus melalui persetujuan orang tua wali, hal ini sebagaimana dijelaskan pada Pasal 1331 KUHPerdota menyatakan bahwa orang-orang yang dalam dinyatakan tidak cakap untuk membuat persetujuan, boleh menuntut pembatalan perikatan yang telah mereka buat dalam hal kuasa untuk itu tidak dikecualikan oleh undang-undang.

Perjanjian marketplace Shopee menjadi sah karena telah memenuhi dan sesuai dengan syarat subyektif dan obyektif yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdota. Selanjutnya dalam suatu perjanjian yang sah diikuti oleh akibat dari perjanjian yang sah tersebut. Dimana menurut Pasal 1338 KUHPerdota akibat dari suatu perjanjian ialah: "Perjanjian mengikat para pihak, maksudnya, perjanjian yang dibuat secara sah oleh para pihak akan mengikat para pihak yang membuatnya dan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya".

Hak dan kewajiban daripada penjual memenuhi ketentuan dari pada UUPK, bahwa penjual memiliki Hak dan Kewajiban atau Tanggung Jawab, antara lain: Hak Penjual: a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan; b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik; c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen; d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang yang diperdagangkan; e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan. Perjanjian tidak dapat ditarik kembali secara sepihak karena merupakan kesepakatan di antara kedua belah pihak dan alasan-alasan

yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu (Pasal 1338 ayat 2 KUHPerdara). Maksudnya, perjanjian yang sudah dibuat, tidak bisa dibatalkan secara sepihak tanpa persetujuan dari pihak lain. Perjanjian transaksi digital marketplace Shopee menjelaskan bahwa perjanjian dapat dibatalkan jika memenuhi ketentuan Pelanggan terhadap Syarat Layanan Aplikasi Mitra ini dapat mengakibatkan berbagai tindakan, termasuk, dengan tidak terbatas pada penghapusan daftar, batasan diberlakukan pada hak akun, penangguhan dan pengakhiran akun, tuntutan pidana dan tindakan perdata.

Pasal 1339 KUHPerdara yang menyatakan bahwa, “kontrak tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang secara tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat kontrak, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan, dan undang-undang. Maka dari perjanjian tersebut telah memenuhi norma – norma yang ada di masyarakat, dimana dalam persyaratan mengadakan pendaftaran pengguna. Pihak marketplace telah menegaskan dan mengharuskan pengguna untuk membaca serta memperhatikan hal dalam bagian Prohibited and restricted items atau bagian terlarang dan terbatas yang berisi mengenai apa saja produk dan layanan yang tidak boleh diperdagangkan dalam marketplace Shopee.

Apabila terjadi perselisihan membantu upaya penyelesaian serta dapat memberikan kepastian dan jaminan hukum yang besar bagi para pihak serta menjadi bukti bahwa benar – benar telah diadakannya perjanjian, sehingga membantu kelancaran transaksi digital sistem marketplace. Kemudian perjanjian marketplace Shopee tersebut adalah sah karena telah memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian, sebagaimana yang telah tercantum dalam pasal 1320, 1338 dan 1339 KUHPerdara. Maka sebagaimana halnya perjanjian pada umumnya, perjanjian dalam marketplace Shopee ini secara tidak langsung juga menimbulkan akibat dari perjanjian yang sah.

C. Pertanggungjawaban Hukum Pedagang Atas Produk Cacat Tersembunyi

1. Karakteristik Jual Beli Online

Pada jual beli online, pembeli mengamati barang yang akan dibeli melalui gambar yang dipasang dan didekripsikan oleh penjual. Untuk itu, penjual harus mendeskripsikan secara teliti atas barang tersebut, dan memastikan dengan panca inderanya bahwa barang tersebut tidak cacat, serta tidak menutupi atau tidak menyembunyikan adanya kecacatan suatu barang yang dijual. Intinya, menjamin bahwa sepanjang sepengetahuan penjual bahwa barang tidak ada cacat baik yang kelihatan atau cacat yang tersembunyi (tidak terlihat panca indera). Setelah barang dipesan pembeli, maka penjual akan mengemas dan menyerahkan barang tersebut untuk dikirim melalui jasa ekspedisi. Jadi, apabila barang rusak atau cacat akibat proses pengiriman, bukan menjadi tanggung jawab penjual.

Berkaitan dengan tanggung jawab mutlak penjual tersebut, maka penjual dilarang menjual produk cacat tersembunyi. Pada transaksi jual beli daring, posisi pembeli berada pada posisi yang lemah. Hal ini dikarenakan saat melakukan pembelian barang, pembeli tidak dapat melakukan pengecekan terlebih dahulu terhadap barang yang mau dibelinya secara langsung melalui panca indera, tetapi pembeli hanya dapat mengamati berdasarkan gambar yang dipasang oleh penjual. Mengacu pada KUH Perdata Pasal 1505. “Penjual tidaklah diwajibkan menanggung terhadap cacat yang kelihatan, yang dapat diketahui sendiri oleh si Pembeli.” Pada kondisi ini, pembelilah yang bertanggung jawab dan tidak mendapatkan perlindungan hukum. Namun apabila barang yang dibeli terdapat cacat tersembunyi, maka penjual harus bertanggung jawab. Hal ini sesuai Pasal 1504 KUHPerdara yang menentukan bahwa “penjual selalu diharuskan untuk bertanggung

jawab atas adanya cacat tersembunyi dalam hal demikian". Mengacu Pasal 1505 dan 1504 KUH Perdata di atas, maka ada beberapa kemungkinan, yaitu: (1) penjual mengetahui bahwa barang yang dijual terdapat cacat tersembunyi dan tidak memberitahukan kepada calon pembeli; (2) penjual mengetahui bahwa barang yang dijual terdapat cacat tersembunyi dan memberitahukan kepada calon pembeli; (3) penjual tidak mengetahui bahwa barang yang dijual terdapat cacat tersembunyi. Sehubungan dengan adanya berbagai kemungkinan tersebut, maka bentuk tanggung jawab yang harus ditanggung oleh penjual mestinya juga berbeda¹¹.

2. Tanggung Jawab Mutlak Pedagang

Prinsip tanggung jawab mutlak dinyatakan sebagai bentuk tanggung jawab suatu produk didasarkan pada pengembangan doktrin perbuatan melanggar hukum seperti tercantum pada Pasal 1365 KUH Perdata. Oleh karena itu, di era globalisasi saat ini, perhatian yang lebih harus diberikan pada perlindungan konsumen. Tanggung jawab produk (*product liability*) menurut Hurs adalah tanggung jawab produk adalah tanggung jawab dari produsen produk, pengolah ataupun pihak yang terlibat proses produk termasuk penjual atas cedera yang dialami pembeli dan pihak ketiga, yang disebabkan oleh produk yang telah dijual¹².

Konsepsi tanggung gugat produk secara umum tidak jauh berbeda dengan konsepsi tanggung jawab seperti diatur dalam Pasal 1365 dan Pasal 1865 KUH Perdata. Perbedaannya yaitu tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi diperoleh setelah pihak yang dirugikan dapat membuktikan bahwa cacat produk dan kerugian disebabkan oleh kesalahan produsen. Selain itu, ketentuan tersebut tidak secara tegas mengatur pemberian ganti rugi atau beban pembuktian kepada konsumen, melainkan kepada pihak yang mempunyai hubungan hukum dengan produsen, seperti: konsumen, sesama produsen atau penyalur, pedagang atau instansi lain, sehingga materi tanggung gugat produk merupakan doktrin hukum baru untuk memperkaya khasanah dalam sistem hukum yang berlaku di Indonesia¹³.

Penjual memiliki kewajiban untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf a UUPK. Penjual harus bertanggung jawab untuk menciptakan iklim usaha yang sehat demi kemajuan Pembangunan nasional. Sebenarnya ada beberapa ketentuan di dalam UUPK yang bertujuan mengarahkan penjual agar berperilaku sehat demi kesuksesan pembangunan ekonomi nasional, khususnya pada bidang usaha. Untuk itu, setiap pelanggaran yang dilakukan oleh penjual, maka dapat dikenakan sanksi hukum atas pelanggaran yang dilakukan. Upaya menciptakan iklim usaha sehat membutuhkan keseriusan dan ketegasan. Oleh karena itu, setiap pelanggaran yang dilakukan oleh penjual harus diberikan sanksi. Pemberian sanksi ini penting untuk menciptakan iklim usaha yang sehat. Sanksi merupakan salah satu alat untuk menegakkan disiplin sekaligus sebagai alat preventif bagi pengusaha lainnya agar tidak melakukan perbuatan yang sama. Klaim atau tuntutan tanggung jawab produk dari penjual didasarkan pada hal hal seperti: pelanggaran (*breach of warranty*), tanggung jawab mutlak (*strict liability*), dan kelalaian (*negligence*)¹⁴. Tanggung jawab mutlak penjual atas produk akibat

¹¹ Erman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju 2000), h. 47

¹² Diederick-Verschoor, 'Similarities and Differences between Air and Space Law, Primarily in the Field of Private International Law' dalam Holijah, 'Pengintegrasian Urgensi dan Eksistensi Tanggung Jawab Mutlak Produk Barang Cacat Tersembunyi Pelaku Usaha Dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi' (2014) 14 (1) Jurnal Dinamika Hukum 176, 181.

¹³ *Ibid*, h. 23

¹⁴ Andrew Carl Spacone, 'The Emergency of Strict Liability: A Historical Perspective and Other Consideration Including Senate 100' dalam Holijah, 'Pengintegrasian Urgensi dan Eksistensi Tanggung Jawab Mutlak Produk Barang Cacat Tersembunyi Pelaku Usaha Dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi' (2014) 14 (1) Jurnal Dinamika Hukum 176, 183.

cacat tersembunyi merupakan tanggung jawab atas produk cacat tersembunyi yang telah dijual kepada konsumen dan menimbulkan kerugian. Tanggung jawab ini merupakan prinsip tanggung jawab mutlak penjual, yaitu tanggung jawab yang tidak didasarkan atas kesalahan sebagai unsur yang menentukan beban pembuktian terbalik penjual, yang meminta penjual secara moral dan hukum bertanggung jawab atas produk yang telah dijualnya. Namun, tanggung jawab ini berkaitan karena hal tersebut telah merugikan pihak konsumen. Tanggung jawab mutlak pada penjual ini terkait dengan produk cacat tersembunyi yang telah menyebabkan konsumen dirugikan. Hal ini sudah menjadi konsekuensi dari bentuk risiko dari penjual atas produk yang dijualnya.

3. Prinsip Tanggung Jawab berdasarkan Kesalahan (*Liability Based on Fault*)

Hukum perlindungan konsumen menganut prinsip tanggung jawab yang didasarkan atas kesalahan (*liability based on fault*) ini, prinsip tanggung jawab ini secara umum berlaku berdasarkan hukum pidana dan perdata. Pasal 1365, Pasal 1366 dan Pasal 1367 KUH Perdata dinyatakan bahwa seseorang baru dapat diminta untuk bertanggung jawab secara hukum apabila ia telah melakukan kesalahan¹⁵. Tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*negligence*) merupakan suatu prinsip tanggung jawab yang sifatnya subjektif, yaitu merupakan bentuk tanggung jawab yang ditentukan oleh penjual atau produsen. Bentuk sifat subjektif ini menyarankan kepada penjual untuk bersikap berhati-hati dalam menjual produk agar tidak merugikan konsumen¹⁶.

Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) berhubungan dengan klausul antara subjek yang bertanggung jawab dengan kesalahan yang telah diperbuat. Tanggung jawab ini dalam perspektif hukum perlindungan konsumen digunakan untuk menjerat para penjual yang dianggap merugikan konsumen, dan prinsip ini dikenal dengan istilah *product liability*. Prinsip ini menegaskan bahwa produsen atau penjual bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen atas penggunaan produk. Gugatan *product liability* dapat dilakukan berdasarkan 3 (tiga) hal yaitu ada unsur kelalaian, melanggar jaminan, dan tanggung jawab mutlak.

Apabila ada hubungan perjanjian antara konsumen dengan penjual, dan prestasi pemberi jasa tidak dapat terukur serta merupakan perjanjian ikhtiar, maka bentuk tanggung jawab penjual akan didasarkan tanggung jawab profesional, yaitu bentuk tanggung jawab perdata secara langsung atau *strict liability* dari penjual yang telah menyebabkan kerugian pada konsumen. Namun, jika terdapat hubungan perjanjian antara penjual dengan konsumen, dan prestasi pemberi jasa tersebut tidak terukur dan merupakan perjanjian hasil, maka bentuk tanggung jawab penjual didasarkan atas tanggung jawab profesional, yaitu bentuk tanggung jawab perdata atas perjanjian kontrak yang telah dibuat.

4. Prinsip Pembatasan Tanggung Jawab (*Limitation of Liability*)

Prinsip pembatasan tanggung jawab ini biasanya dicantumkan pada penjual sebagai bentuk klausul eksonorasi dalam perjanjian standar, dengan tujuan untuk membatasi nilai ganti rugi. Pada pelaksanaannya, prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini dikombinasikan dengan prinsip tanggung jawab secara umum. Pada hukum perlindungan konsumen, prinsip tanggung jawab mutlak (*product liability*) digunakan untuk menjerat penjual atau produsen yang menjual barang yang dapat merugikan konsumen. *Product liability* telah diatur pada KUH Perdata pada Pasal 1322, Pasal 1473, Pasal 1474, Pasal 1491, Pasal 1504, dan Pasal 1511. Namun KUH Perdata tidak mengatur secara lebih rinci dan

¹⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2004), Hlm. 24.

¹⁶ Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan penerapan Tanggung Jawab Mutlak* (Depok: Pascasarajana UI, 2004), hlm. 7.

khusus seperti UUPK. Pada KUH Perdata diatur mengenai tindakan atau perbuatan melanggar hukum, yaitu jika ada seseorang melakukan tindak perbuatan melanggar hukum, maka kepada orang tersebut diwajibkan untuk memberi ganti rugi kepada orang yang telah dirugikan. Pada Pasal 1365 KUH Perdata dinyatakan bahwa ada empat syarat jika suatu perbuatan tersebut dapat dimasukkan dalam kualifikasi perbuatan melanggar hukum, yaitu: ¹⁷ 1) Adanya tindakan atau perbuatan melawan hukum; 2) Terdapat unsur kesalahan; 3) Terdapat kerugian yang ditimbulkan; 4) Terhadap hubungan sebab akibat (kausalitas) antara kesalahan dengan kerugian yang ditimbulkan.

Keempat unsur di atas harus dapat terpenuhi, karena unsur-unsur tersebut bersifat menyeluruh dan saling berkaitan antara satu dengan lainnya. Artinya, apabila terdapat satu unsur yang tidak terpenuhi maka orang yang diduga berbuat salah dapat terlepas dari jeratan tanggung jawab hukum. Untuk itu, konsumen harus memiliki bukti-bukti yang kuat bahwa penjual benar-benar telah melakukan kesalahan dan merugikan dirinya. Pembuktian ini terkadang membuat konsumen merasa kesulitan untuk dapat membuktikan kesalahan yang telah diperbuat oleh penjual. Oleh karena itu, walaupun UUPK telah mengatur *strict liability*, dalam hal ini *product liability*, namun kenyataannya dalam penerapan di masyarakat, prinsip *product liability* dan *strict liability* masih kurang efektif dalam upaya memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Hal ini karena prinsip tanggung jawab mutlak pada penjual untuk bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen, semestinya konsumen tidak harus membuktikan bahwa penjual telah berbuat kesalahan, dan mestinya tanggung jawab ini harus bersifat melekat pada penjual¹⁸.

5. Tanggung Jawab Pedagang Atas Produk Cacat Tersembunyi

Kemajuan teknologi komputer dan internet telah memberikan perkembangan yang cukup pesat terhadap jual beli daring, sehingga konsumen dapat berbelanja dari rumah tanpa harus ke luar rumah. Selain itu, berbagai pilihan produk (barang dan jasa) yang ditawarkan oleh penjual cukup beragam dengan harga yang relatif murah. Hal ini memunculkan tantangan yang bersifat positif dan negatif. Tantangan bersifat positif berkaitan dengan kemudahan konsumen untuk memilih produk yang diinginkan tanpa harus datang ke tempat penjual, tetapi cukup dengan fasilitas internet, sedangkan tantangan negatifnya adalah menyebabkan posisi konsumen yang semakin lemah di hadapan penjual, karena produk yang akan dibeli konsumen tidak dapat dicek terlebih dahulu secara langsung, sehingga apabila cacat tersembunyi hal ini dapat merugikan konsumen¹⁹.

Pada UUPK saat ini secara definitif belum ada pasal yang memuat tentang produk barang cacat, khususnya tentang produk barang cacat tersembunyi. Walaupun secara implisit dapat ditafsirkan dari Pasal 19 ayat (1) bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Pada Pasal 19 ayat (1) UUPK ini, kata “kerusakan” terdapat kemungkinan penafsiran hukum yang bersifat argumentum analogi yaitu dapat dipersamakan memiliki makna cacat tersembunyi sebagai bagian dari suatu produk yang cacat²⁰.

¹⁷ Dian Afrilia dan Helena Primadianti Sulistyningrum, ‘Implementasi Prinsip Strict Liability (Prinsip Tanggung Jawab Mutlak) dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen’ (2017) 24 (3) Simbur Cahaya, Hlm. 4949 - 4960.

¹⁸ Dian Afrilia dan Helena Primadianti Sulistyningrum, *Op. Cit.*, Hlm. 4960

¹⁹ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visi Media, 2008), h. 3.

²⁰ Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum, Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Liberty, 2009). h. 7

Produk cacat tersembunyi sesuai Pasal 1504 KUH Perdata memiliki makna bahwa suatu produk dikatakan cacat tersembunyi apabila produk yang dijual oleh penjual memiliki cacat sehingga penggunaannya tidak sesuai lagi dengan tujuan yang semestinya. Produk cacat tersembunyi ini memiliki kemungkinan, yaitu dapat diketahui oleh penjual, tidak diketahui oleh penjual, dan dapat juga tidak diketahui oleh konsumen²¹. Suatu produk dikatakan cacat atau dinyatakan tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya, dikarenakan cacat produk (cacat manufaktur), cacat desain (cacat bentuk), dan cacat peringatan (cacat industri)²².

Berdasarkan batasan ketentuan di atas, maka tanggung jawab penjual terhadap produk cacat tersembunyi memiliki makna yang berbeda dengan tanggung jawab seperti pada umumnya. Letak tanggung jawab penjual terhadap produk cacat tersembunyi berada pada unsur bahwa produk tersebut dapat membahayakan atau merugikan konsumen atau tanggung jawab yang disebabkan karena terjadinya kerusakan atau tidak dapat berfungsinya produk itu sendiri. Kriteria produk cacat tersembunyi yang menjadi tanggung jawab penjual, yaitu: 1) Penjual mengetahui produk cacat akibat cacat manufaktur, berusaha menyembunyikan kepada konsumen, dan tetap menjualnya kepada konsumen; 2) Penjual tidak mengetahui produk cacat akibat cacat manufaktur, dan tetap menjualnya kepada konsumen; 3) Penjual mengetahui produk cacat akibat cacat desain/bentuk, berusaha menyembunyikan kepada konsumen, dan tetap menjualnya kepada konsumen; 4) Penjual tidak mengetahui produk cacat akibat cacat desain/bentuk, dan tetap menjualnya kepada konsumen; 5) Penjual mengetahui produk cacat akibat cacat peringatan (cacat industri), berusaha menyembunyikan kepada konsumen, dan tetap menjualnya kepada konsumen; 6) Penjual tidak mengetahui produk cacat akibat cacat peringatan (cacat industri), dan tetap menjualnya kepada konsumen.

Namun penjual online tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau cacat produk yang disebabkan oleh proses pengiriman barang dari penjual kepada konsumen akibat kesalahan pihak ekspedisi. Dengan catatan, penjual tidak termasuk dalam keenam kriteria di atas. Maksudnya, penjual sebelum mengirimkan barang telah mengecek dan memastikan bahwa barang yang akan dikirim adalah produk tidak merupakan barang cacat akibat cacat manufaktur, cacat desain/bentuk, dan cacat peringatan (cacat industri).

D. Bentuk Kerugian Pembeli Atas Produk Cacat Tersembunyi.

Setiap transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli akan diawasi oleh pihak Shopee, dan menjadi tanggung jawab Shopee²³. Shopee yang bertindak sebagai pengelola website dan sebagai pihak ketiga juga memiliki tanggung jawab kepada setiap konsumen. Tanggung jawab Shopee bukan berbentuk penggantian barang dalam bentuk fisik, melainkan tanggung jawab Shopee tercermin dalam hal-hal sebagai berikut, yaitu: 1) Menyediakan sarana pelaporan; 2) Melakukan penghapusan dan pemblokiran terhadap akun terlarang; 3) Perlindungan terhadap data pribadi konsumen; 4) Menyeleksi penjual yang hendak membuka toko di website Shopee; 5) Dalam hal penjual yang tidak mengirimkan barangnya dalam jangka waktu yang ditentukan; 6) Apabila terdapat barang yang cacat atau tidak sesuai dengan spesifikasi; 7) Penyediaan garansi Shopee.

E. Ganti Rugi Oleh Pedagang di Marketplace Shopee

²¹ Holijah, 'Pengintegrasian Urgensi dan Eksistensi Tanggung Jawab Mutlak Produk Barang Cacat Tersembunyi Pelaku Usaha Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi' (2014) 14 (1) Jurnal Dinamika Hukum, h. 176.

²² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika 2011) 103 - 104.

²³ Tim Shopee, "Aturan Penggunaan", www.shopee.co.id diakses pada 21 Maret 2024

Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Bab VI UUPK Pasal 19 sampai dengan Pasal 28. Dalam kaitannya dengan Shopee sebagai penyedia layanan jasa, Pasal 26 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan. Transaksi yang dilakukan dalam forum jual beli online akan menimbulkan hubungan hukum yang melibatkan setidaknya tiga pihak, yaitu pembeli (*buyer*), pedagang (*seller*), dan *website online* (yang dalam hal ini adalah Shopee).

Pertanggung jawaban shopee sebagai marketplace kaitannya dalam hal pemberian perlindungan terhadap konsumen, menurut penulis sudah bisa dikatakan mampu memenuhi hak yang patut diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian. Meskipun tanggung jawab marketplace terhadap konsumen maupun pelaku usaha dalam jual beli melalui internet atau *e-commerce* memang secara spesifik belum diatur, baik dalam UUPK maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Namun, dasar pertanggung jawaban yang diatur dalam Bab VI UUPK Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, yang dijadikan Shopee sebagai ketentuan yang mengikat bagi mereka yang dikatakan sebagai pelaku usaha, dan dipertegas dengan Pasal 26 UUPK menyatakan: "Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan."

Misalnya dalam UUPK hanya mengatur jual beli secara konvensional tradisional, di mana transaksi yang menemukan antara penjual dan pembeli secara langsung, sedangkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang transaksi elektronik pada umumnya yang tidak ada penyebutan secara khusus untuk jual beli online atau *e-commerce* maupun *marketplace*.

Jika mengacu pada prinsip perjanjian secara umum, perusahaan penyedia layanan, pelaku usaha tidak bisa lari dan mengabaikan tanggung jawabnya sebagai orang yang menjual atau menyediakan barang/jasa. Sesuai dengan kajian dari penulis, tanggung jawab perusahaan dan pelaku usaha terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online secara spesifik melingkupi pertanggungjawaban kontraktual dan pertanggungjawaban produk.

Pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*) adalah tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari perusahaan dan pelaku usaha (baik barang/jasa) terhadap kerugian yang dialami konsumen. Di mana dalam *contractual liability* terdapat suatu perjanjian atau kontrak (hubungan langsung) antara perusahaan dengan pelaku usaha, dan pelaku usaha dengan konsumen.

Pasal 1320 KUHPerdata menyebutkan ada 4 (empat) syarat sahnya suatu perjanjian yaitu; Kata sepakat antara para pihak yang membuat perjanjian; Kecakapan untuk melakukan tindakan hukum; Hal tertentu; Sebab yang halal (legal). Syarat ke-1 dan ke-2 disebut sebagai syarat subjektif yang apabila tidak terpenuhi maka salah salah pihak dapat meminta pembatalan perjanjian yang telah dibuat. Syarat ke-3 dan ke-4 disebut syarat objektif yang apabila tidak terpenuhi berakibat perjanjian tersebut batal demi hukum. Selain itu, identifikasi penjual dan juga pembeli adalah faktor esensial dalam menentukan tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*) yang muncul akibat perjanjian online. Karena dalam transaksi jual beli online baik penjual maupun pembeli tidak saling bertemu dan melakukan kontrak perjanjian secara langsung, melainkan mereka hanya dipertemukan lewat media internet.

Keuntungan dari adanya hal ini bagi konsumen ialah tentu penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*strict obligation*), yaitu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang

telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya, walaupun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Dengan demikian bukanlah Undang-Undang yang menentukan pembayaran ganti rugi dan berapa besarnya ganti rugi apabila dalam transaksi yang mereka lakukan mengalami sebuah kerugian diantara pihak, melainkan kedua belah pihak yang menentukan semuanya dalam perjanjian. Karena apa yang diperjanjikan tersebut, mengikat sebagai Undang - Undang bagi mereka yang membuatnya.

Pada marketplace Shopee konsumen dapat menggunakan fitur “Pengembalian Barang” di Shopee untuk mengklaim barang cacat tersembunyi. Jika penjual tidak menyetujui klaim tersebut, konsumen dapat mengajukan sengketa ke Shopee melalui fitur “Pusat Resolusi”. Jika masalah tidak terselesaikan di tingkat platform, konsumen dapat mengajukan pengaduan ke BPSK atau gugatan perdata ke pengadilan. Shopee sebagai platform memiliki kebijakan untuk menjadi mediator antara penjual dan pembeli jika terjadi perselisihan terkait barang cacat tersembunyi. Namun, Shopee bukan pihak yang memiliki tanggung jawab hukum langsung menurut UUPK atau KUHPperdata, melainkan sebagai fasilitator penyelesaian masalah.

Penyelesaian ganti rugi atas barang cacat tersembunyi di Shopee harus dilakukan sesuai dengan ketentuan UUPK dan KUHPperdata. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan penggantian barang atau pengembalian dana, sedangkan pedagang memiliki kewajiban untuk memenuhi tanggung jawab tersebut. Shopee berperan sebagai mediator, namun konsumen juga bisa menempuh jalur hukum jika penyelesaian melalui platform tidak berhasil.

KESIMPULAN

Tanggung jawab penjual terhadap produk cacat tersembunyi termasuk dalam pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*). Tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari perusahaan dan pelaku usaha (baik barang/jasa) terhadap kerugian yang dialami konsumen. Dalam *contractual liability* terdapat suatu perjanjian atau kontrak (hubungan langsung) antara perusahaan dengan pelaku usaha, dan pelaku usaha dengan konsumen. Letak tanggung jawab penjual terhadap produk cacat tersembunyi berada pada unsur bahwa produk tersebut dapat membahayakan atau merugikan konsumen atau tanggung jawab yang disebabkan karena terjadinya kerusakan atau tidak dapat berfungsinya produk itu sendiri. Ganti rugi yang dimaksud berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Selanjutnya, konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimanamestinya.

REFERENSI

Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung: Nusa Media, 2017.

Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika 2011.
- classic.austlii.edu.au/journals/SydLawRw/2006/3.html#fn2,
- Dian Afrilia dan Helena Primadianti Sulistyningrum, 'Implementasi Prinsip Strict Liability (Prinsip Tanggung Jawab Mutlak) dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen' *Simbur Cahaya* 24, no. 3 (2017).
- Erman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju 2000.
- Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visi Media, 2008.
- Holijah, 'Pengintegrasian Urgensi dan Eksistensi Tanggung Jawab Mutlak Produk Barang Cacat Tersembunyi Pelaku Usaha Dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi' *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 1 (2014): 176, 181.
- <http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan>.
- <https://jurnaljakarta.com/berita-10676-dengan-hasil-riset-snapcart-shopee-menjadi-econmmerce-dengan-frekuensi-belanja-tertinggi.html>.
- Muhammad Zakaria, *Pengertian, Fungsi, dan Manfaat Internet*. <http://www.nesabamedia.com>. 2015.
- Rincian Kategori Produk Shopee. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7882>.
- Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Depok: Pascasarjana UI, 2004.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2004.
- Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum, Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, 2009.