

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi Informasi dan komunikasi memberikan manfaat yang sangat banyak bagi masyarakat untuk dapat menerima dan memberikan informasi. Perkembangan ini menyebabkan dunia tanpa batas dan perubahan sosial yang sangat signifikan. Manfaat dari Perkembangan teknologi komunikasi tidak hanya tentang komunikasi dan sosialisasi, tetapi juga tentang membuka mata dunia ke dunia baru. Perkembangan teknologi dan informasi tersebut mendukung efisiensi dan efektivitas operasional bisnis, terutama dalam perannya sebagai media komunikasi, publikasi dan perolehan informasi. Teknologi dunia maya sebagai sarana informasi dan komunikasi elektronik juga dapat dimanfaatkan untuk banyak fungsi, terutama dalam bisnis yang menggunakan media internet.

Sebelum berkembangnya teknologi internet, aktivitas antara manusia dalam perdagangan dilakukan secara konvensional, dimana penjual dan konsumen bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Hal ini mengharuskan konsumen untuk datang bertemu penjual maupun penjual datang menghampiri konsumen agar transaksi jual beli tersebut dapat terlaksana. Teknologi berkembang pesat, timbul inovasi berjualan melalui *platform-platform* yang tersedia di internet. Hal ini tentunya membawa banyak kemudahan bagi penjual dan konsumen untuk mencapai kesepakatan jual beli

dengan lebih efektif dan tidak memakan waktu. Transaksi bisnis yang dilakukan melalui internet ini kemudian disebut dengan *e-commerce*.

Electronic commerce atau disingkat *E-Commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur (*manufacturers*), *service provider*, dan perdagangan perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu *e-commerce* yang sudah meliputi seluruh spektrum aktivitas komersial. *E-commerce* dapat disebut sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui *e-mail* atau umumnya melalui *World Wide Web*. Di Indonesia contoh *e-commerce* paling umum yaitu Lazada, Shopee, Bukalapak dan lainnya.¹ Adapun ketentuan transaksi elektronik diatur dalam Pasal 1 Undang-undang 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi: “Transaksi Elektronik ialah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.

Mudahnya akses *e-commerce* yang berkembang pesat juga membuka akses baik untuk para penjual dan para konsumen untuk melakukan transaksi *e-commerce* secara lintas negara atau *cross border*, baik bagi penjual luar negeri dan konsumen dalam negeri maupun sebaliknya. *Cross border e-commerce* ini

¹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 1-2.

tentunya membawa banyak kontribusi kepada berbagai aspek seperti perpajakan, bea cukai, ekspor impor, maupun perlindungan konsumen.

Mencari barang yang diinginkan dari pihak pembeli dapat dengan mudah mengakses toko *online* melalui *website* atau mengunduh aplikasi, dan pembeli mengirimkan penawaran dan menentukan sistem pembayaran yang diinginkan kepada penjual untuk kemudian barang yang telah dipesan oleh konsumen, dikemas dan dikirim oleh penjual kepada konsumen. Salah satu sistem pembayaran yang sangat memudahkan saat ini yaitu *cash on delivery (COD)*.

Cash on Delivery (COD) adalah sebuah sistem pembayaran yang dilakukan seseorang dalam bertransaksi antara penjual dan pembeli di suatu tempat, dan waktu yang sebelumnya sudah disepakati. Maraknya ketertarikan masyarakat untuk membeli melalui *online*, menghadirkan berbagai layanan yang memberi kemudahan bagi pembeli dalam hal pembayaran, salah satunya yaitu ada *cash on delivery (COD)* yang tidak perlu menggunakan aplikasi *m-banking*, dan keluar rumah untuk pergi ke *Automated Teller Machine* atau yang biasa dikenal dengan istilah ATM.

COD atau bayar di tempat ini adalah metode pembayaran antara penjual dan pembelinya secara langsung. Tahapannya adalah setelah pembeli setuju untuk melakukan order barang, maka mereka akan menentukan tempat untuk bertemu dan melaksanakan transaksi di sana. Biasanya saat bertemu, pembeli akan melihat dan mengecek kondisi barang yang sudah diorder terlebih dahulu. Jika semuanya sudah setuju, maka selanjutnya pembeli langsung akan melakukan pembayaran secara tunai. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan

digitalisasi bisnis, konsep COD digunakan juga pada banyak bisnis *online* sehingga proses berbelanja menjadi lebih mudah.

Penjual di *marketplace* juga menggunakan metode COD dimana pengiriman barangnya melibatkan kurir, sehingga pembeli pun menitipkan pembayaran secara tunai kepada kurir yang mengantarkan pesanan tersebut. Kurir tersebut menyerahkan dana yang telah dititipkan kepada pihak kantor ekspedisi untuk diteruskan kepada *marketplace*, sehingga pembeli akan membayar harga barang dan juga ongkos kirim dari barang yang dipesannya tersebut.

Ketentuan Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli ditegaskan sebagai suatu perjanjian, dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah disepakati. Sifat konsensual dari jual beli ini disebutkan dalam Pasal 1458 KUH Perdata yang mengatakan bahwa jual beli itu dianggap telah terjadi di antara kedua belah pihak, seketika setelahnya kedua belah pihak ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan tersebut belum diserahkan atau harganya belum dibayar.² Pasal 1458 KUH Perdata, ketika sudah ada kesepakatan tentang kebendaan dan harganya, maka penjual dan konsumen wajib memenuhi kewajibannya masing-masing, sehingga terjadi timbal balik yang seimbang antara kedua belah pihak.

Para pihak mempunyai kewajibannya masing-masing yang harus dipenuhi, kewajiban dari penjual yaitu, penyerahan barang yang dijadikan objek dalam

² I Ketut Oka Setiawan, Hukum Perikatan, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hlm.158-159.

jual beli dan menjamin kondisi atas barang yang dijualnya, serta menjamin aman hukum bagi konsumen dari gangguan pihak lain dan kewajiban utama konsumen ialah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat sebagaimana disepakati menurut perjanjian (Pasal 1513 KUH Perdata).³ Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Slogan “The Customer is King”, bukan hanya bermaksud menarik sebanyak mungkin konsumen, melainkan mengungkapkan tugas pokok penjual atau penyedia jasa untuk mengupayakan kepuasan konsumen.

Kendali kuat antara penjual dan konsumen, dipegang oleh penjual, maka dari itu banyak konsumen yang lemah sehingga dirugikan, namun dalam transaksi menggunakan sistem pembayaran *cash on delivery* (COD) justru penjual yang lemah sehingga sering terjadi kerugian akibat perbuatan dari konsumen, karena sistem *cash on delivery* (COD) ini pembayarannya dilakukan ketika konsumen sudah menerima barang yang dibeli, jadi ketika konsumen tidak menerima barang yang dibeli dengan alasan kesengajaan atau ketidaksengajaan maka transaksi itu dibatalkan, dengan demikian barang akan dikembalikan kepada penjual, dan mengakibatkan kerugian terhadap penjual. Kerugian yang didapatkan oleh penjual adalah ruginya waktu dan ruginya barang yang seharusnya sudah bisa terjual tapi harus kembali lagi. Pada peristiwa ini artinya konsumen tidak memenuhi kewajibannya sebagai

³ I Ketut Oka Setiawan...., hlm.160.

konsumen dan melanggar kesepakatan yang terjadi pada saat jual beli. Hal ini jelas sangat merugikan bagi penjual, mengingat ada berbagai macam jenis penjual seperti penjual yang bertindak sebagai *reseller* atau penjual yang bergerak dibidang *crafting*.⁴ Definisi penjual dijabarkan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, penjual adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai usaha dalam bidang ekonomi.⁵

Perlindungan hukum bagi konsumen mutlak dilakukan oleh setiap negara sesuai dengan Resolusi Majelis Umum PBB⁶, tidak terkecuali negara Indonesia. Pengaturan hak-hak konsumen diatur berdasarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mana menetapkan hak konsumen, yaitu Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; Hak atas informasi; Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut; Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan

⁴ Bagus Made Bama Anandika Berata, *Perlindungan Hukum Terhadap Penjual Terkait Wanprestasi Yang Dilakukan Konsumen Dengan Cara Hit and Run*, hlm.2.

⁵ Fitrah Akbar Citrawan, *Hukum Persaingan Usaha* (Yogyakarta: Suluh Media, 2017), hlm. 95

⁶ Aman Sinaga, *Pemberdayaan Hak-Hak Konsumen di Indonesia*, Direktorat Perlindungan Konsumen DITJEN Perdagangan dalam Negeri Departemen Perindustrian dan Perdagangan Bekerjasama dengan Yayasan Gemainti, Jakarta, 2001, hlm 8.

konsumen; Hak untuk dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; Hak untuk mendapatkan kompensasi; serta Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan penjabaran dari pasal-pasal yang bercirikan negara kesejahteraan, yaitu Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia. Adapun dalam penyelesaian sengketa untuk mempertahankan hak-hak konsumen tersebut diatur pada Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyebutkan bahwa penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Tidak hanya penjual yang berhak, konsumen juga berhak, untuk melakukan gugatan, jika sewaktu-waktu terjadi ketidaknyamanan atau kerugian bagi konsumen. Konsumen akan benar-benar terlindungi, apabila hak konsumen dipenuhi, baik oleh pemerintah maupun oleh penjual, karena pemenuhan hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.

Kewajiban bagi konsumen diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kewajiban tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi konsumen barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban konsumen tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak sepenuhnya dapat memberi komplain terhadap penjual.

Untuk menyeimbangkan hak dan kewajiban konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga telah mengatur tentang hak dan kewajiban penjual sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 dan 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam hal ini tidak hanya konsumen yang memiliki hak yang harus dilindungi. Pada saat yang bersamaan, penjual juga memiliki hak yang berhak mendapatkan perlindungan. Hak penjual juga merupakan bagian dari kewajiban konsumen. Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak penjual, yaitu⁷ Hak untuk menerima pembayaran; Hak untuk mendapat perlindungan hukum; Hak untuk melakukan pembelaan diri; Hak untuk rehabilitasi nama baik.

Sedangkan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai kewajiban dari penjual, yakni antara lain⁸ Beritikad baik; Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur; Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; Menjamin mutu barang dan/atau jasa; Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa

⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6

⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7

tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibentuk dan/atau yang diperdagangkan; Memberi kompensasi; Memberi kompensasi.

Hak dan kewajiban penjual amat diperlukan karena dengan adanya undang-undang yang mengatur hak dan kewajiban penjual maka pihak penjual dapat membela diri akan konsumen yang beritikad tidak baik terhadap pelayanan dari barang dan/atau jasa.

Perjanjian dalam *e-commerce* dengan perjanjian pada umumnya tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaan tersebut yaitu media, yang mana dalam perjanjian biasa yang digunakan berupa tinta dan kertas serta dibentuk berdasarkan kesepakatan para pihak. Perjanjian dibentuk dan disepakati maka perjanjian tersebut mengikat setelah ditandatangani, sedangkan dalam *e-commerce* perjanjian menggunakan media elektronik yang umumnya perjanjian baku berbentuk *form* klausul perjanjian yang dibentuk salah satu pihak (penjual) yang ditulis dan ditampilkan dalam media elektronik (halaman *web*), kemudian pihak yang lain (konsumen) cukup menekan tombol yang disediakan untuk setuju mengikatkan diri terhadap perjanjian tersebut.⁹

Terdapat beberapa masalah yang marak terjadi terkait sistem pembayaran COD yang menimbulkan kerugian kepada pihak pembeli atau konsumen dikarenakan barang yang sampai tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dan pihak kurir yang mengantarkan pesanan menjadi pihak yang disalahkan oleh pembeli atas tidak sesuainya gambar yang diperlihatkan dalam

⁹ Acika Permatasari dan Kami Hartono, "Tinjauan Yuridis Kontrak Perdagangan Melalui Internet (Studi Pada Toko Online Shopee di Semarang)", Prosiding SEMINAR NASIONAL MAHASISWA, Universitas Islam Sultan Agung, April 2019.

e-commerce atau *marketplace*. Contoh kasus, seorang warga desa menolak membayar paket COD yang dia pesan karena menganggap tidak sesuai dengan permintaannya. Terdapat video tersebut konsumen sedang memarahi sang kurir, dengan alasan bahwa dirinya tidak mendapat penjelasan dari sang kurir mengenai proses Retur atau pengembalian barang sehingga konsumen pun tidak mau menerima barang tersebut dan membayarnya. Alhasil kurir membawa kembali paket ke kantornya dan mengatakan kepada konsumen bahwa tugas kurir COD hanya menerima uang dari konsumen dan bila ada komplain, kurir menyarankan untuk konsumen langsung menghubungi toko yang bersangkutan jika ingin menukar barang tersebut. Hal ini menimbulkan kerugian bagi pihak penjual dan pembeli serta kurir sebagai jasa pendukung atas sistem pembayaran COD.¹⁰ Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan terdapat permasalahan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dan penjual dalam sistem pembayaran COD beserta dengan penyelesaian sengketa akibat tidak dipenuhinya prestasi yang mengakibatkan masing-masing pihak merasa dirugikan dalam transaksi *e-commerce*.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan tentang perlindungan konsumen dan penjual terhadap sistem *Cash On Delivery* (COD) dalam skripsi ini :

¹⁰Kompas, "Rentetan Kasus COD, Mengancam Kurir hingga Paket Tak Bertuan" <https://tekno.kompas.com/read/2021/06/07/09550027/rentetan-kasus-cod-mengancam-kurir-hingga-paket-tak-bertuan?page=all> , diakses pada 30 November 2022.

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dan penjual dalam sistem pembayaran COD atau *Cash on Delivery*?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli dengan metode pembayaran COD?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui Perlindungan Hukum Penjual dan Konsumen dalam Sistem COD.
2. Untuk mengetahui bagaimana penyelesaian sengketa dari transaksi jual beli COD.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Melatih kreativitas siswa dalam menemukan gagasan pemikirannya atau ide tentang suatu kajian atau topik dari rumahnya sudah dialami. Di sini secara tidak langsung peneliti juga dilatih untuk menerapkan kemampuan berpikir secara logis sistematis, kemampuan bahasakan, kemampuan menganalisis kritik, dan lain-lain.
2. Penelitian ini, bukan hanya berguna bagi peneliti saja tetapi juga bahan referensi ilmiah dan sumbangan pengetahuan bagi sekolah atau Instansi, bagi para pembaca tentang apa yang peneliti sumbangkan lewat ide melalui karya ilmiah tersebut.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan penyelesaian dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika penelitian sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
2. Bab II Tinjauan pustaka membahas tentang berbagai teori dan konsep yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen dan Penjual dalam Sistem COD.
3. Bab III Metode Penelitian berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, jenis data, cara perolehan data, jenis pendekatan dan Analisa data.

