

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di bidang perdagangan sebelum dimulainya era globalisasi, orang biasanya melakukan transaksi jual-beli barang atau jasa secara langsung atau menghadap secara langsung. Penjual dan pembeli bertemu secara langsung, untuk melihat barang, bernegosiasi dan bertransaksi. Perdagangan adalah sebuah kegiatan untuk membeli barang di dalam 1 tempat dalam kurun waktu tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Definisi dari Perdagangan menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2013 adalah “Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi”.

Pada zaman dahulu hingga sekarang, kegiatan berdagang berkaitan erat dengan kehidupan manusia. Dengan perkembangan teknologi dan zaman dari waktu ke waktu, munculah era globalisasi. Masuk nya teknologi dalam kehidupan kita sehari hari membawa begitu banyak perubahan di berbagai sektor, salah satu nya perdagangan. Jika pada zaman dahulu transaksi perdagangan dilakukan secara konvensional, dimana proses transaksi jual-beli harus dilakukan secara temu langsung antara pelaku usaha dan pembeli/konsumen, tetapi seiring dengan berkembangnya zaman, metode konvensional pun sudah mulai beralih ke dalam bentuk transaksi menggunakan bantuan internet yang disebut transaksi digital atau online. Dimana para penjual dan pembeli dapat melakukan kegiatan transaksi secara online dengan menggunakan

perangkat elektronik seperti *handphone*, laptop atau tablet yang terkoneksi dengan jaringan internet.¹

Setelah era globalisasi dimulai masyarakat bisa dengan mudah mendapatkan akses transaksi jual beli barang melalui sarana internet dimana hal itu bisa dilihat dengan mulai bermunculan toko-toko *online* dan *marketplace online* yang menawarkan transaksi jual beli barang *online* atau *e-commerce* secara mudah, praktis dan cepat. Bisa dikatakan mudah dan praktis, Karena masyarakat tinggal membuka komputer, laptop atau *handphone* untuk memilih barang yang diinginkan.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan juga perubahan pada perilaku konsumen di Indonesia, transaksi *e-commerce* di Indonesia sudah menjadi pemandangan yang umum. Perkembangan ini dapat dilihat dari sejumlah faktor kunci yang telah mempengaruhi dinamika industri *e-commerce* di negara ini. Pertama, Indonesia telah mencatat pertumbuhan ekonomi yang pesat, kuat dan cepat, yang telah berhasil meningkatkan daya beli masyarakat, mendorong minat dalam berbelanja online dan juga memberikan landasan yang kokoh bagi ekspansi industri *e-commerce*. Perkembangan pada bidang *e-commerce* ini bisa dikatakan cepat karena juga didukung dengan perkembangan kemajuan transportasi yang tidak kalah cepat dan mengikuti perkembang *e-commerce*, sehingga pesanan para pembeli dapat tiba pada tujuan dengan lebih efektif dan cepat. Bukan hanya perbaikan pada sisi durasi pengiriman, tapi juga pada jenis dan pilihan sarana transportasi yang beragam, mulai dari instan seperti Gojek, standar dengan *pick up*, kereta cepat, pesawat atau kapal, sesuai dengan

¹ I Gusti Ayu Sita Rani Devi and I Made Dedy Priyanto, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi Oleh Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Berbasis Online," *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 9, No. April 2021, hal. 10–19.

keinginan dan kebutuhan para pembeli yang bisa dipenuhi. Maka dari itu barang dapat di antar dengan lebih cepat dan efisien.

Pada beberapa tahun terakhir, apalagi setelah pandemi, Indonesia mengalami akselerasi pada ekonomi digital *e-commerce*.² *E-commerce* ini menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan pada sektor perdagangan, karena ada nya pergeseran pada preferensi di masyarakat Indonesia dari berbelanja secara konvensional seperti pergi ke toko atau pusat perbelanjaan, menjadi memanfaatkan teknologi digital untuk berbelanja dari kebutuhan sehari-hari hingga tersier. Menurut Menko Airlangga, Transaksi pada *e-commerce* ini memberikan kontribusi terbesar untuk ekonomi digital Indonesia, hal ini dilihat dari data pada 2021 lalu yang mencatat nilai pada ekonomi digital Indonesia sebesar US\$70 Miliar, dan ini merupakan tertinggi di ASEAN. Bahkan, jumlah ini diperkirakan akan mampu bertumbuh lagi hingga 5 kali lipat, mencapai nilai US\$330 Miliar pada tahun 2025 mendatang.

Dengan pemanfaatan teknologi tersebut telah banyak memberikan kemudahan bagi manusia dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Sebagai contoh yaitu dalam dunia perdagangan, di dalam melakukan transaksi bisnis seorang pembeli tidak mesti bertatap muka langsung dengan penjual seperti layaknya dalam pasar tradisional melainkan hanya melalui suatu media elektronik yang terhubung secara online, yang dikenal dengan internet. Sekarang ini di dunia bisnis dikenal ada dua model utama, yaitu bisnis konvensional yang merujuk kepada nilai dan tata cara yang tradisional,

² Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, “Akselerasi Ekonomi Digital Pada E-Commerce Dan Online Travel Menjadi Salah Satu Strategi Efektif Mendorong Kinerja Perekonomian Nasional,” SIARAN PERS, April 1, 2022”.

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3978/akselerasi-ekonomi-digital-pada-e-commerce-dan-online-travel-menjadi-salah-satu-strategi-efektif-mendorong-kinerja-perekonomian%20nasiona.>, diakses pada 10 Oktober 2023, hal 13.

yang lazim dikenal dengan bisnis klasik atau konvensional, dan bisnis modern yang bersifat kontemporer.

Masing-masing model bisnis memiliki cara, permasalahan, konsekuensi yuridis, dan solusi yang berbeda. Salah satu hasil perkembangan teknologi informasi adalah jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dan dikenal dengan kontrak jual beli secara elektronik. Berdasarkan sumber hukum di Indonesia, suatu kontrak jual beli harus memiliki beberapa klausul-klausul yang tekstual, yaitu berbentuk akta atau kontrak secara tertulis, jelas, dan nyata, baik berupa akta otentik maupun akta dibawah tangan. Hal ini akan mempermudah pelaksanaan kontrak jual beli termasuk hak dan kewajiban dari para pelakunya.

Masyarakat Indonesia sendiri biasanya melakukan transaksi *e-commerce* melalui toko *online* dan *marketplace*. *Marketplace* dan toko *online* memiliki perbedaan dimana *Marketplace* adalah suatu tempat di internet dimana banyak pihak berkumpul untuk melakukan proses transaksi jual beli, ada yang ingin mencari suatu barang dan ada pihak lain yang sedang ingin menjual barang. Secara konvensional, konsep *marketplace* bisa dianalogikan seperti pasar tradisional dimana banyak orang berkumpul di tempat tersebut untuk melakukan transaksi jual beli. Pihak penyedia *marketplace* bertindak sebagai fasilitator yang mawadahi pertemuan dan transaksi legal antara pihak penjual dan pihak pembeli. Contoh dalam penelitian ini *marketplace online* di Indonesia adalah Tik Tok Shop.

TikTok Shop adalah aplikasi *socio-commerce*, dimana fitur nya bekerja sebagai aplikasi perdagangan sosial yang memungkinkan pengguna dan pencipta (konten) untuk mengiklankan dan menjual produk mereka melalui aplikasi TikTok. Fitur ini tersedia untuk pengguna TikTok dengan akun berbasis bisnis. TikTok Shop hadir di

Indonesia pada tanggal 17 April 2021, fitur tambahan dari aplikasi Tik Tok, inovasi ini memungkinkan penjual untuk menjangkau pembeli dan juga kreator untuk menyediakan pengalaman berbelanja yang lancar, menyenangkan dan nyaman melalui 1 aplikasi. Aplikasi Tik Tok, dengan adanya fitur TikTok Shop dapat dikatakan sebagai *one-stop application*, karena merupakan social media berupa *Short Video & Live Stream*, tetapi pengguna juga bisa check out barang di dalam 1 aplikasi.³ Walaupun TikTok Shop hadir di Indonesia pada tahun 2021, aplikasi TikTok sudah ada di Indonesia sejak tahun September 2016,⁴ awalnya aplikasi ini adalah aplikasi kreatif dimana orang bisa menyanyi, menari dan juga memperkenalkan ide inovatifnya dalam bentuk cuplikan pendek (*Short Video*).

Dengan hadirnya Fitur TikTok Shop, produsen dan penjual memiliki kesempatan untuk mengembangkan bisnis melalui konten *video* pendek dan *live shopping* di akun TikTok bisnis mereka atau berkolaborasi dengan para kreator. Pada awal peluncurannya dulu, TikTok di Indonesia bekerja sama dengan artis Nagita Slavina untuk mengadakan program *live shopping* di "Toko Mama Gigi" secara langsung di TikTok. Nagita menampilkan berbagai produk dengan promo menarik, berhasil menarik perhatian 1,4 juta penonton. TikTok Shop berbeda dengan *platform* lain seperti *Facebook Shop* atau *Instagram Shopping* yang mengarahkan pembeli ke halaman penjual untuk bertransaksi. TikTok Shop memfasilitasi seluruh proses,

³ Universitas Bakrie, "Kenalan Dengan TikTok Shop, Social Commerce Yang Sedang Naik Daun," 2021.

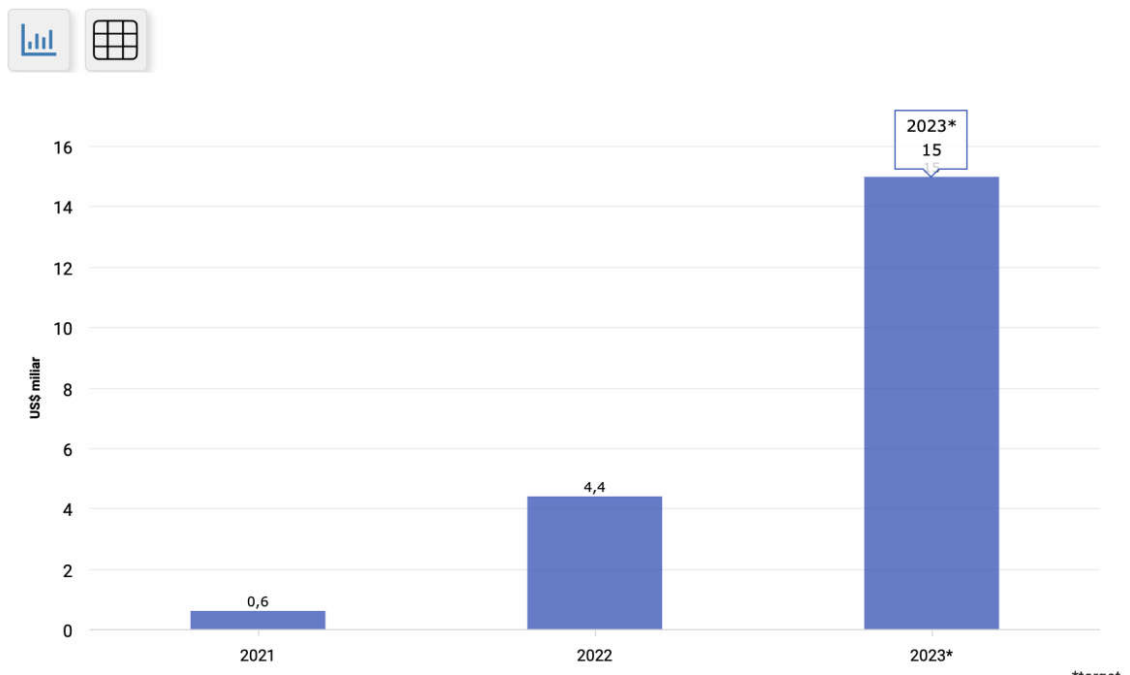
<https://bakrie.ac.id/articles/591-kenalan-dengan-tiktok-shop-social-commerce-yang-sedang-naik-daun.html#:~:text=TikTok%20Shop%20adalah%20fitur%20perdagangan,pada%20medio%20perten%20tahun%202021>, diakses pada 10 Oktober 2023, hal. 11

⁴ Gerry Ardian, "TikTok Indonesia: Perjalanan Dari Kontroversi Hingga Kolaborasi," July 12, 2018, <https://nolimit.id/blog/perjalanan-aplikasi-tik-tok-di-indonesia/>, diakses pada 10 Oktober 2023, hal.

termasuk transaksi langsung, dalam satu aplikasi. Selama tahun 2022, TikTok Shop mengalami peningkatan popularitas yang signifikan.

Nilai Transaksi Bruto/GMV TikTok Shop di Asia Tenggara (2021-2023*)





Gambar 1.1 Nilai Transaksi Bruto GMV Tiktok Shop di Asia Tenggara (2021-2023)⁵

Bagi penjual, *e-commerce* di dalam social media memiliki 2 keuntungan besar dibandingkan dengan *e-commerce* tradisional. Pertama, *influencers* atau *Key Opinion Leaders* (KOLs) di suatu wilayah, terbukti lebih cepat dan lebih efektif dalam mempromosikan merek-merek *fashion* baru dan produk kecantikan di seluruh jaringan pengikut mereka. Kedua, harga bukanlah faktor paling penting ketika konsumen

⁵ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/04/tiktok-shop-ditutup-di-indonesia-ini-nilai-transaksinya-di-asia-tenggara-sejak-2021>, diakses pada 10 Oktober 2022, hal 10.

membuat keputusan pembelian di *e-commerce social*; orang seringkali berbuat *Impulsive Buying* atau melakukan pembelian berdasarkan seberapa besar mereka menyukai dan mempercayai KOL tersebut yang mempromosikan produk nya. Oleh karena itu, meningkatnya *social e-commerce* dapat berartikan bahwa penyedia jasa logistik dapat mengharapkan lebih banyak pengiriman produk *fasion* dan kecantikan/kosmetik.⁶

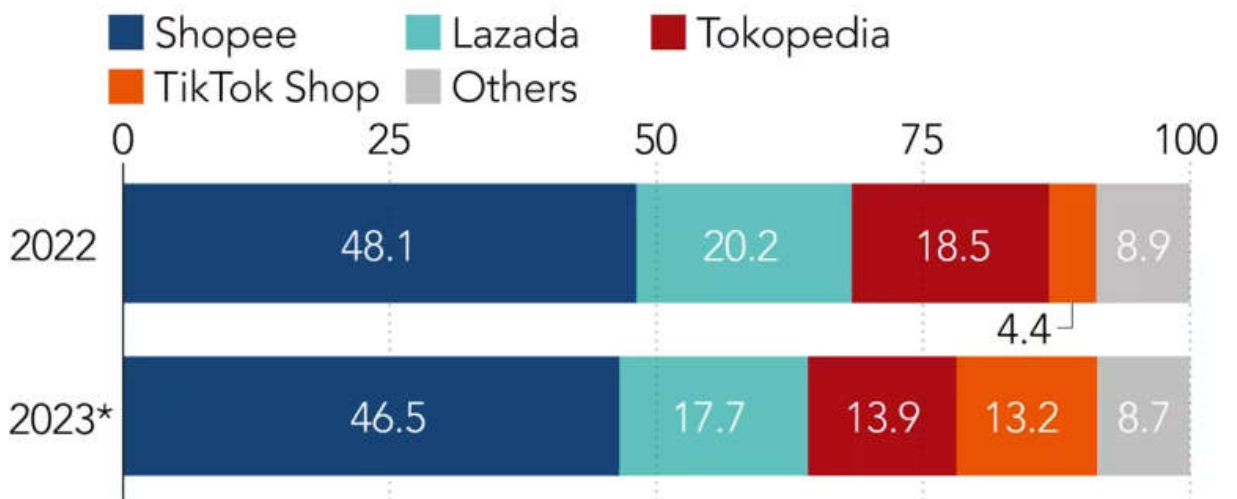
Memiliki ekspansi yang cukup cepat dan agresif, *Chairman & CEO Sea Group, Forrest Li*, mengatakan bahwa pasar sedang mengalami “*growth of diversified user engagement*” melalui konten *short video, live streaming* dan program afiliasi dengan *influencer* atau KOL. Dalam laporan pada 21 Agustus, konsultan berbasis di Singapura, *Momentum Works*, memprediksi bahwa TikTok Shop, layanan *e-commerce* dari aplikasi video pendek tersebut, akan meningkatkan pangsa pasarnya di wilayah ini menjadi 13,2% tahun ini dari 4,4% (gambar 1.2) pada tahun 2022, menjadi satu-satunya pemain utama yang meningkatkan pangsa nilai barang kotor atau *Gross Domestic Value*. Walaupun bisnis *e-commerce SEA Shopee* diperkirakan akan masih tetap memegang posisi terdepan dengan pangsa 46,5%, turun dari 48,1% pada tahun

⁶ Sal Arora et al., “E-Commerce Is Entering a New Phase in Southeast Asia. Are Logistics Players Prepared?” Mckinsey & Company, December 21, 2022. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/e-commerce-is-entering-a-new-phase-in-southeast-asia-are-logistics-players-prepared#>, diakses pada 10 Oktober 2023, hal. 21

2022, karena kehilangan pelanggan kepada pesaing seperti TikTok, yang mendekati Tokopedia dengan 13,9% dan Lazada dengan 17,7%.⁷

Southeast Asia's e-commerce market share

(By gross merchandise value, in percent)



Figures do not add up to 100 due to rounding *Estimate
Source: Momentum Works

Gambar 1.2 Pangsa Pasar di Asia Tenggara (*Southeast Asia's e-commerce Market Share*)⁸

⁷ TSUBASA SURUGA, NANA SHIBATA, and DYLAN LOH, "Grab Shares Jump but Sea's Dive as Investors Applaud Cost Cuts," *Nikkei Asia*, August 28, 2023, <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Market-Spotlight/Grab-shares-jump-but-Sea-s-dive-as-investors-applaud-cost-cuts>, diakses pada 10 Oktober 2023, hal. 12.

⁸ <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Market-Spotlight/Grab-shares-jump-but-Sea-s-dive-as-investors-applaud-cost-cuts>, diakses pada 10 Oktober 2023, hal. 9

Menurut data yang disampaikan Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, menyatakan pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78 persen, tertinggi pertama di dunia Masyarakat Indonesia sendiri menyambut hangat munculnya banyak toko online dan *marketplace* online karena menganggap *e-commerce* sebagai suatu jawaban akan sebuah transaksi jual beli yang praktis dan mudah. Dimana kita tinggal melihat barang dan spesifikasinya lalu kita tinggal memilih sistem pembayaran, Apakah kita ingin membayar lewat transfer rekening, lewat toko *retail* atau *cash on delivery* (yang selanjutnya akan disebut COD) pilihan sudah disediakan.⁹

Sistem hukum yang berlaku saat ini yang belum mempertimbangkan pengaruh pengaruh dari pemanfaatan internet. Sedangkan bisnis modern yang bersifat kontemporer sudah dipengaruhi oleh pemanfaatan dari internet. Perkembangan yang paling mutakhir muncul sebuah model atau sistem transaksi bisnis yang sangat inovatif dan kreatif mengikut *high tech improvement* (kemajuan teknologi tinggi) di bidang komunikasi dan informasi. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukannya jaringan informasi global yang serba transparan. Hal ini ditandai dengan kemunculan internet, *cybernet*, atau *world wide web* yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi informasi secara cepat keseluruh dunia maya.¹⁰

⁹ Tomy Erwanto, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Marketplace Dengan Sistem Pembayaran Cod Cash On Delivery," September 9, 2022. <https://www.balitbangham.go.id/detailpost/perlindungan-hukum-konsumen-dalam-transaksi-e-commerce-di-marketplace-dengan-sistem-pembayaran-cod-c>, diakses pada 14 Oktober 2023, hal.15

¹⁰ Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce* (Yogyakarta: ANDI, 2001), hal. 22

Dengan teknologi internet semacam ini, *human action* (perilaku manusia), *human interaction* (interaksi antar manusia) dan *human relation* (hubungan manusia mengalami perubahan yang cukup signifikan khususnya di dalam hubungan dagang atau bisnis). Bisnis teknologi informasi seperti ini dikenal dengan istilah *Electronic commerce* atau *electronic business*. *E-commerce* (perniagaan teknologi), sebagai bagian dari *e-business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*, oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya dari terminologi *e-commerce* (perniagaan elektronik). Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

Adanya hubungan kontrak-kontrak jual beli secara elektronik ini cenderung menggunakan sistem hukum yang mengacu kepada norma atau kaidah yang berlaku pada suatu negara, termasuk di Indonesia. Berdasarkan ketentuan hukum jual beli yang berlaku ada beberapa hal yang bersifat *esensial* dalam proses jual beli, yaitu mengenai hak dan kewajiban para pelakunya dalam melakukan kontrak jual beli yang ditegaskan pada saat adanya kesepakatan jual beli sebagai pendukung keabsahan pembuktian dari suatu perjanjian jual beli tersebut.

Metode pembayaran COD dapat meminimalisir risiko penipuan. Sebagai penjual, Anda tidak perlu khawatir tentang keabsahan pembayaran, karena Anda akan menerima pembayaran setelah barang Anda diantar dan diterima oleh konsumen. Konsumen juga merasa lebih aman karena mereka dapat memeriksa barang yang

dipesan sebelum membayar. Tetapi dibalik kemudahan yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan pembayaran melalui sistem bayar di tempat atau yang di sebut *Cash On Delivery* (yang selanjutnya di sebut COD) terdapat masalah yaitu permasalahan mendasar yang menyebabkan sistem COD tidak berjalan lancar. Pertama, adalah kurangnya literasi di pihak konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen kerap tidak menaati aturan COD dan tidak tepat dalam bertindak ketika mereka mengalami kekecewaan terhadap produk yang dikirim. Masalah kedua, terletak pada masih banyaknya penjual yang tidak bertanggung jawab untuk menjual dan mengirim produk yang sesuai dengan yang ditampilkan di *katalog* dan dipilih oleh konsumen. Di sisi lain, etiket baik penjual juga perlu soroti sehingga tidak muncul pengiriman barang yang tidak sesuai di *marketplace*. Bukan hal baru, konsumen kerap mengajukan komplain karena barang yang dikirimkan penjual tidak sesuai dengan gambar yang ada di katalog. Atau barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan, baik dari segi warna, ukuran, model, bahan, dan sebagainya.¹¹

Seperti disampaikan sebelumnya, sistem COD muncul sesungguhnya untuk memudahkan para konsumen dalam bertransaksi di *platform digital* tanpa harus menggunakan sistem pembayaran digital. COD juga muncul sebagai jalan tengah meniyasati rasa ketidakpercayaan terhadap penjual. Namun, dengan banyaknya kejadian tidak diinginkan di sistem COD, selaras dengan Tulus Abadi, Agus

¹¹ Luthfia Ayu Azanella and Inten Esti Pratiwi, "Mengapa Sistem Pembayaran COD Sering Bermasalah?," Kompas, June 23, 2022. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/06/23/160500865/mengapa-sistem-pembayaran-cod-sering-bermasalah>, diakses pada 15 Oktober 2023, hal. 5

menyarankan agar pembayaran dilakukan sesuai dengan *platform* yang digunakan. Idealnya, sistem jual beli ini konsisten dengan sistem digital. Transaksinya digital, pembayarannya dilakukan secara digital. Sistem COD menggabungkan keduanya (digital dan fisik). Sistem ini muncul untuk memfasilitasi sikap *distrust* pada pasar *e-commerce* yang masih banyak ditemukan penipuan. Seperti yang disebutkan Dalam KUHPperdata jual beli diatur dalam Buku III, tepatnya pada BAB V pasal 1457 KUHPperdata adalah “Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”

Definisi yang diberikan Pasal 1457 KUHPperdata intinya pada unsur *esensialia* perjanjian jual beli, ini didasarkan pada suatu pemikiran bahwa unsur benda bertalian dengan *levering* atau penyerahan, sedangkan unsur harga berkaitan dengan pembayaran, yang keduanya merupakan kewajiban pokok dari para pihak yang sama-sama harus dipenuhi supaya hak masing-masing pihak terealisasi sebagai wujud konkret keuntungan yang dikejar.

Perjanjian jual beli harus dengan tegas, apa saja yang menjadi hak dan kewajiban para pihak. Ada dua kewajiban utama pihak penjual, yaitu: (a) menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan; (b) menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi (Pasal 1474 KUHPperdata). Kewajiban penjual diatur pada Bab ke-5 Bagian ke-2 pada Buku ke-3 KUHPperdata. Dalam perjanjian jual beli dengan tujuan akhir memindahkan hak milik sebagai suatu

jenis hak keperdataan, di mana perpindahan hak milik itu baru terealisasi kalau ada *levering* (penyerahan yang nyata). *Levering* yang dimaksud penyerahan menurut Pasal 1475 KUHPerdara adalah penyerahan adalah suatu pemindahan barang yang telah ke dijual dalam kekuasaan dan kepunyaan si pembeli.

Dalam KUHPerdara pasal 1457 sampai pasal 1540 tentang jual beli. Menurut definisinya jual beli adalah perikatan, berarti perikatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 1313 KUHPerdara, yaitu suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih. Selain dalam KUHPerdara, jual beli online juga diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE). Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik yaitu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Selain diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdara), transaksi jual beli online juga tunduk pada ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang sering disebut sebagai cyber law. Pembentukan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dilakukan karena adanya kebutuhan mendesak dalam masyarakat Negara Republik Indonesia saat ini dan untuk masa depan, dengan tujuan agar dapat bersaing secara efektif dalam era globalisasi dan pasar bebas di lingkungan dunia internasional.¹²

¹² <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37589/uu-no-11-tahun-2008>, diakses pada 12 November 2023, hal. 5

Menurut Pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik yaitu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Transaksi elektronik membutuhkan adanya teknologi pembayaran yang mendukung transaksi di dunia maya ini, sistem pembayaran yang ada pada saat ini dapat dikategorikan menjadi lima sistem pembayaran, salah satunya COD.

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik UUIE mengatur secara khusus mengenai transaksi elektronik dalam bab V pada Pasal 17 Jo. Pasal 22 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 17 ayat (2), para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung. Pasal 18 ayat (1) UU ITE mengatur bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.

Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan transaksi elektronik diatur dengan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 45 PP PSTE, mengatur bahwa transaksi yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak. Penyelenggaraan transaksi elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan itikad baik, prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas, dan kewajaran.

Berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa unsur esensial dari perjanjian jual beli adalah “harga” dan “barang”. Harga pembelian harus ditetapkan oleh kedua belah pihak (Pasal 1465 KUH Perdata), sedang barang merupakan obyek

dari perjanjian jual beli, menurut pasal 1333 KUH Perdata, objek perjanjian harus hal tertentu, atau setidaknya dapat ditentukan. Selanjutnya menurut ketentuan Pasal 1334 (1) KUH Perdata, objek perjanjian yang baru akan ada di kemudian hari dapat menjadi objek perjanjian.

Dahulu hanya ada jual beli seperti biasa, dimana penjual dan pembeli bertemu dalam satu tempat untuk menyepakati barang dan/atau jasa yang diperjual belikan, namun saat ini dengan semakin majunya teknologi, mendorong manusia untuk menciptakan inovasi-inovasi yang mempermudah kegiatan sehari-hari terutama dalam hal jual beli, salah satunya yaitu jual beli online.

COD adalah metode pembayaran dimana pembeli sepakat dengan penjual untuk membayar ketika barang yang dibelinya telah sampai ke alamat pengirim.¹³ Jika dikaitkan hubungan hukum jual beli dengan hukum adat menurut Wiryono Projudikoro bukan hanya persetujuan belaka antara kedua belah pihak melainkan merupakan suatu penyerahan hak atas barang atau benda dengan syarat membayar harga yang sudah ditentukan.

Perlindungan hukum adalah perbuatan melindungi seseorang yang hak-haknya tidak terpenuhi. Pelaku usaha dalam jual beli online dengan metode pembayaran COD mengalami tidak terpenuhi hak-haknya yaitu hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang

¹³ J. Alhabsyi et al, Perancangan E-Commerce Dengan Dukungan Layanan Cash On Delivery (COD) (Lampung Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, 2018), hal. 33

diperdagangkan dan hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, tercantum dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu Hak pelaku usaha adalah :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/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 dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Para pihak mempunyai kewajiban masing-masing yang harus dilaksanakan, kewajiban dari pelaku usaha meliputi penyerahan barang yang dijadikan objek jual beli dan menjamin cacat tersembunyi 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 ditetapkan menurut perjanjian Pasal 1513KUHPerdara yang berbunyi Kewajiban utama si pembeli ialah membayar harga pembelian, pada waktu dan tempat sebagaimana ditetapkan menurut persetujuan.

Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Slogan “*the customer is king*”, bukan hanya bermaksud menarik sebanyak mungkin konsumen, melainkan mengungkapkan tugas pokok pelaku usaha atau penyedia jasa untuk mengupayakan kepuasan konsumen. Diantara pelaku usaha dan konsumen, kendali kuat dipegang oleh pelaku usaha, maka dari itu banyak konsumen yang lemah sehingga dirugikan, namun dalam jual beli online menggunakan metode pembayaran COD justru pelaku usaha yang lemah sehingga sering terjadi kerugian akibat perbuatan dari konsumen, karena sistem 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 kembali lagi kepada pelaku usaha, sehingga mengakibatkan kerugian terhadap pelaku usaha. Kerugian yang didapatkan oleh pelaku usaha antaranya ruginya waktu dan ruginya barang yang seharusnya sudah bisa terjual tapi harus kembali lagi. Pada peristiwa ini artinya konsumen tidak memenuhi kewajibannya sebagai konsumen dan melanggar kesepakatan yang terjadi pada saat jual beli. Hal ini jelas dirasa sangat merugikan bagi pelaku usaha, mengingat ada berbagai macam jenis pelaku usaha seperti pelaku usaha yang bertindak sebagai *reseller* atau pelaku usaha yang bergerak dibidang *crafting*.

Sistem hukum yang berlaku saat ini yang belum mempertimbangkan pengaruh pengaruh dari pemanfaatan internet. Sedangkan bisnis modern yang bersifat

kontemporer sudah dipengaruhi oleh pemanfaatan dari internet. Perkembangan yang paling mutakhir muncul sebuah model atau sistem transaksi bisnis yang sangat inovatif dan kreatif mengikut *high tech improvement* (kemajuan teknologi tinggi) di bidang komunikasi dan informasi. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukannya jaringan informasi global yang serba transparan. Hal ini ditandai dengan kemunculan internet, *cybernet*, atau *world wide web* yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi informasi secara cepat keseluruh dunia maya.¹⁴

Dengan teknologi internet semacam ini, *human action* (perilaku manusia), *human interaction* (interaksi antar manusia) dan *human relation* (hubungan manusia mengalami perubahan yang cukup signifikan khususnya di dalam hubungan dagang atau bisnis). Bisnis teknologi informasi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *electronic business*. *E-commerce* (perniagaan teknologi), sebagai bagian dari *e-business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*, oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya dari terminologi *e-commerce* (perniagaan elektronik). Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

Praktik jual beli online dengan metode pembayaran COD bukan jual beli seperti biasanya, karena pelaku usaha dan konsumen berada pada jarak yang jauh bahkan tidak bisa ditentukan jaraknya, selain itu pada praktik jual beli online ini melibatkan

¹⁴ Riyeke Ustadiyanto, *Op Cit*, hal. 32

beberapa pihak seperti pelaku usaha, konsumen, kurir, dan platform Tik Tok Shop tentunya. Praktik jual beli online metode pembayaran COD melalui Tik Tok Shop diawali dari konsumen yang membeli barang melalui Tik Tok Shop, jika belum punya aplikasinya maka harus download terlebih dahulu, jika sudah mempunyai aplikasinya bisa langsung dilanjutkan dengan memilih barang yang diinginkan pada toko yang mengaktifkan metode pembayaran COD, karena tidak semua toko mengaktifkan metode pembayaran COD, selain itu konsumen juga perlu memastikan minimal belanja Rp.50.000 dan maksimal Rp.3.000.000 dan pastikan juga alamat pengiriman termasuk area jangkauan jasa kirim, karena perlu diperhatikan walaupun pengiriman Tik Tok Shop ke seluruh Indonesia, namun pada beberapa daerah yang sangat terpencil tidak bisa menggunakan metode pembayaran COD. Konsumen jika sudah menemukan barang yang ingin dibeli, bisa memasukkannya terlebih dahulu ke keranjang, atau jika sudah yakin ingin membeli bisa dilanjutkan melakukan konfirmasi pembelian dengan menekan yang bertuliskan buat pesanan dan memilih jasa pengiriman dan metode pembayaran yang ingin dipakai, jika ingin menggunakan metode pembayaran COD bisa memilihnya terlebih dahulu. Pastikan konsumen mengetahui kewajibannya jika menggunakan metode pembayaran COD, jika sudah yakin bisa menekan yang bertuliskan konfirmasi, agar pesanan tersebut tersampaikan kepada pelaku usaha. Pelaku usaha akan mendapatkan pemberitahuan terkait barang dagangannya yang dibeli, selanjutnya pelaku usaha menyiapkan barang yang dibeli tersebut dan mengirim dengan menggunakan jasa kirim ke alamat yang ditulis oleh konsumen, beberapa

pelaku usaha mengatakan sebelum barang dikirim terlebih dahulu pelaku usaha menghubungi konsumen mengenai barang sudah dikirim dan bersiap dirumah agar benar-benar bisa menerima barang tersebut. Kurir akan mengantarkan barang tersebut sesuai alamat, jika kurir bertemu dengan konsumen maka bisa langsung dilakukan pembayaran, kurir mengatakan pernah mengalami harus menunggu konsumen tersebut mengambil uang di ATM terlebih dahulu, karena kurir juga harus menerima uang tersebut ketika barang sudah sampai ditangan konsumen, maka kurir menunggu sampai konsumen selesai mengambil uang dan menyerahkannya kepada kurir. Oleh karena itu dalam metode pembayaran COD peran kurir sangat ditentukan pada keberhasilan transaksi jual beli online. Namun jika tidak bertemu dengan konsumen maka kurir akan mencoba menghubungi konsumen dan mencoba mendatangi alamat yang dituju kembali paling tidak tiga kali, jika tetap tidak bertemu dengan konsumen dan konsumen tidak bisa dihubungi maka barang akan otomatis diteruskan kepada pelaku usaha tanpa mengabari pelaku usaha terlebih dahulu karena sudah menjadi ketentuan metode pembayaran COD. Setelah pelaku usaha menerima barang tersebut biasanya pelaku usaha menghubungi jasa kirim menanyakan mengapa barang dikembalikan, lalu jasa kirim akan menjelaskan alasannya dengan bukti laporan sudah memaksimalkan datang tiga kali ke alamat yang dituju. Biaya pengiriman dan biaya retur ditanggung oleh Tik Tok Shop. Jika barang tidak sampai di tangan konsumen dan juga tidak kembali ke tangan pelaku usaha, atau bisa dikatakan barang tersebut hilang di tangan kurir, menurut pihak Tik Tok Shop maka barang tersebut dapat diproses penggantian

melalui Tik Tok Shop karena sudah termasuk asuransi. Menurut ketentuan Tik Tok Shop, konsumen yang melakukan penolakan pembayaran saat kurir mengirim paket 2 (dua) kali dalam 60 hari akan diblokir dari sistem pembayaran COD, tetapi pemblokiran ini hanya sementara, karena akan diaktifkan kembali setelah 60 hari terhitung dari tanggal diblokir. Konsumen yang beritikad baik akan menunggu di rumah atau menitipkan kepada orang yang ada di rumah ketika sudah mengetahui barang yang dibeli hampir sampai ke alamat tujuan, setelah konsumen melakukan pembayaran kepada kurir, uang akan diserahkan kepada kantor jasa kirim, dan jasa kirim akan mengirimkannya ke Tik Tok Shop, uang pembelian akan ditahan Tik Tok Shop sampai konsumen mengirimkan konfirmasi telah menerima barangnya.

Adanya hubungan kontrak-kontrak jual beli secara elektronik ini cenderung menggunakan sistem hukum yang mengacu kepada norma atau kaidah yang berlaku pada suatu negara, termasuk di Indonesia. Berdasarkan ketentuan hukum jual beli yang berlaku ada beberapa hal yang bersifat *esensial* dalam proses jual beli, yaitu mengenai hak dan kewajiban para pelakunya dalam melakukan kontrak jual beli yang ditegaskan pada saat adanya kesepakatan jual beli sebagai pendukung keabsahan pembuktian dari suatu perjanjian jual beli tersebut.

Metode pembayaran COD dapat meminimalisir risiko penipuan. Sebagai penjual, Anda tidak perlu khawatir tentang keabsahan pembayaran, karena Anda akan menerima pembayaran setelah barang Anda diantar dan diterima oleh konsumen. Konsumen juga merasa lebih aman karena mereka dapat memeriksa barang yang

dipesan sebelum membayar. Tetapi dibalik kemudahan yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan pembayaran melalui sistem bayar di tempat atau yang di sebut *Cash on Delivery* COD terdapat masalah yaitu permasalahan mendasar yang menyebabkan sistem COD tidak berjalan lancar. Pertama, adalah kurangnya literasi di pihak konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen kerap tidak menaati aturan COD dan tidak tepat dalam bertindak ketika mereka mengalami kekecewaan terhadap produk yang dikirim. Masalah kedua, terletak pada masih banyaknya penjual yang tidak bertanggung jawab untuk menjual dan mengirim produk yang sesuai dengan yang ditampilkan di *katalog* dan dipilih oleh konsumen. Di sisi lain, etiket baik penjual juga perlu soroti sehingga tidak muncul pengiriman barang yang tidak sesuai di *marketplace*. Bukan hal baru, konsumen kerap mengajukan komplain karena barang yang dikirimkan penjual tidak sesuai dengan gambar yang ada di katalog. Atau barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan, baik dari segi warna, ukuran, model, bahan, dan sebagainya.¹⁵

Seperti disampaikan sebelumnya, sistem COD muncul sesungguhnya untuk memudahkan para konsumen dalam bertransaksi di *platform digital* tanpa harus menggunakan sistem pembayaran digital. COD juga muncul sebagai jalan tengah meniyasati rasa ketidakpercayaan terhadap penjual. Namun, dengan banyaknya kejadian tidak diinginkan di sistem COD, selaras dengan Tulus Abadi, Agus

¹⁵ Luthfia Ayu Azanella and Inten Esti Pratiwi, "Mengapa Sistem Pembayaran COD Sering Bermasalah?," Kompas, June 23, 2022, Op Cit, hal. 7

menyarankan agar pembayaran dilakukan sesuai dengan *platform* yang digunakan. Idealnya, sistem jual beli ini konsisten dengan sistem digital. Transaksinya digital, pembayarannya dilakukan secara digital. Sistem COD menggabungkan keduanya (digital dan fisik). Sistem ini muncul untuk memfasilitasi sikap *distrust* pada pasar *e-commerce* yang masih banyak ditemukan penipuan. Seperti yang disebutkan dalam Pasal 1457 KUHPerdara adalah: “Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Definisi yang diberikan Pasal 1457 KUHPerdara intinya pada unsur *esensialia* perjanjian jual beli, ini didasarkan pada suatu pemikiran bahwa unsur benda bertalian dengan *levering* atau penyerahan, sedangkan unsur harga berkaitan dengan pembayaran, yang keduanya merupakan kewajiban pokok dari para pihak yang sama-sama harus dipenuhi supaya hak masing-masing pihak terealisasi sebagai wujud konkret keuntungan yang dikejar.

Perjanjian jual beli harus dengan tegas, apa saja yang menjadi hak dan kewajiban para pihak. Ada dua kewajiban utama pihak penjual, yaitu: (a) menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan; (b) menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi (Pasal 1474 KUHPerdara). Kewajiban penjual diatur pada Bab ke-5 Bagian ke-2 pada Buku ke-3 KUHPerdara. Dalam perjanjian jual beli dengan tujuan akhir memindahkan hak milik sebagai suatu jenis hak keperdataan, di mana perpindahan hak milik itu baru terealisasi kalau ada

levering (penyerahan yang nyata). *Levering* yang dimaksud penyerahan menurut Pasal 1475 KUHPerdata adalah penyerahan adalah suatu pemindahan barang yang telah ke dijual dalam kekuasaan dan kepunyaan si pembeli.

Promissory estoppels ini adalah suatu doktrin hukum yang mencegah seseorang pemberi janji (*promissor*) untuk menarik kembali janjinya, dalam hal pihak yang menerima janji (*promise*) karena kepercayaannya terhadap janji tersebut telah melakukan sesuatu perbuatan atau tidak berbuat sesuatu, sehingga penerima janji akan menderita kerugian. Maka pada tahap negosiasi atau pra kontrak dapat dituntut ganti kerugian. Hal ini untuk melindungi pihak penerima janji yang telah melakukan atau tidak melakukan sesuatu perbuatan, sehingga akan mengalami kerugian apabila pihak pemberi janji menarik janjinya.

Selain pihak penjual dan pembeli dalam hal ini ada pihak ketiga yaitu pihak *expedisi*. Jasa pengiriman logistik adalah jasa yang memberikan kemudahan dalam pengiriman barang logistik dan melayani permintaan pengiriman logistik dalam skala kecil sampai skala besar, dengan harga layanan pengiriman yang ditetapkan menurut berat barang, jarak, dan jenis permintaan layanan pengiriman logistik yang ingin digunakan oleh konsumen. Tarif kirim biasanya proporsional dengan berat produk yang dikirim serta jarak antara asal dan tujuan lokasi pengiriman. Selain itu ada pihak keempat atau wadah atau platform dimana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski tanpa bertemu secara fisik, dengan banyaknya toko online dan *marketplace* online karena menganggap *e-commerce* sebagai suatu jawaban akan

sebuah transaksi jual beli yang praktis dan mudah. Dimana kita tinggal melihat barang dan spesifikasinya lalu kita tinggal memilih sistem pembayaran, Apakah kita ingin membayar lewat *transfer* rekening, lewat toko *retail* atau COD pilihan sudah disediakan.

Dengan adanya pihak ketiga dalam sistem COD dapat memudahkan konsumen untuk menjangkau layanan pengiriman logistik yang tersebar di setiap wilayah di Indonesia, sehingga mereka hanya cukup mengunjungi kantor cabang terdekat penyedia jasa logistik. Pembayaran COD diberikan kepada kurir pengantar barang secara tunai. Namun sistem pembayaran dengan COD ini justru menimbulkan kecemasan di masyarakat, banyak kasus wanprestasi dan perbuatan melawan hukum akibat dari metode pembayaran ini. Sampai saat ini pemerintah belum mengeluarkan bentuk kontrol tentang peraturan maupun pelarangan sistem pembayaran COD padahal marak kasus menyimpang yang terjadi di masyarakat.

Dari pemaparan di atas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dalam melakukan transaksi secara COD. Oleh karena itu penulis menulis tesis ini dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Melalui Sistem *Cash On Delivery* Pada *Marketplace* TikTok Shop”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana keberlakuan system *Cash On Delivery* dalam transaksi jual beli pada *marketplace* TikTokShop?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli melalui sistem *Cash On Delivery* pada *marketplace* TikTokShop?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini, adalah untuk mengkaji dan menganalisis pelaksanaan atau implementasi peraturan perundang-undangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Berkaitan Dengan Perlindungan Hukum serta Upaya Penyelesaian Terhadap Pelaku Usaha Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Melalui Sistem COD Pada *Marketplace* Tiktok Shop.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tujuan penelitian yaitu melakukan pengembangan ilmu hukum kedepan. Cara ini melakukan komunikasi ilmiah yang baik

dan cermat tidak akan dapat dikuasai secara tiba-tiba, diperlukan latihan secara sistematis disertai penguasaan ilmu yang tepat.¹⁶ Dari permasalahan-permasalahan diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis yaitu Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta manfaat di bidang akademis dan dapat menambah bahan pustaka/literatur mengenai tanggung jawab korporasi dalam melakukan tindak pidana yang dapat merugikan negara sehingga pengetahuan masyarakat terhadap tindakan ini membuat masyarakat menjadi lebih baik dari sebelumnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian hukum ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan bagi para pembaca. Dimana penulis membagi penelitian ini menjadi lima bab, yakni :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian ini dimana berisi informasi menyeluruh mengenai skripsi ini berupa muatan permasalahan yang diangkat serta rumusan masalah yang terkait dengan topik penelitian ini. Dilanjutkan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

¹⁶ Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Fakultas hukum Gajah Mada, 2006), hal. 26

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibagi menjadi 2 pembahasan berbeda yaitu Landasan Teori dan Landasan Konseptual. Landasan Teori yang menjelaskan dan memberikan penjabaran teori-teori mengenai topik penelitian ini dan Landasan Konseptual yang berisi definisi dan terminologi yang terkait dengan masalah yang akan diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian mengenai prosedur atau metode penulis dalam melakukan analisa dalam menjawab rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini. Selain mengenai prosedur penulis juga menjelaskan hambatan yang ditemui selama proses penelitian.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Bab ini berisi analisa dan jawaban atas rumusan masalah. Jawaban dan analisa dalam bab ini didasarkan pada berbagai sumber hukum hingga sumber non hukum.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima merupakan bab terakhir dalam skripsi ini yang berisi kesimpulan dan juga jawaban atas analisis yang menjadi masalah dalam penelitian, diikuti dengan saran mengenai masalah hukum yang diangkat.