

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, penggunaan sarana teknologi informasi dan elektronik telah menyebabkan perkembangan pola hidup masyarakat sehingga mendorong terjadinya pembaharuan kehidupan sosial, ekonomi, budaya dan penegakan hukum. Penggunaan teknologi informasi dan elektronik juga berperan penting terhadap perdagangan dan pertumbuhan ekonomi nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan elektronik yaitu penggunaan internet.

Internet merupakan lompatan teknologi, yang telah merubah cara pandang batas terhadap bisnis lokal maupun global, dimana model bisnis era global saat ini menggunakan sistem dengan cara yang tidak perlu untuk bertatap muka secara langsung, cukup hanya dengan melakukan transfer data via internet saja. Selain itu, internet juga dirasa memberikan manfaat baik dalam bidang perdagangan, dimana para pelaku usaha dapat memasarkan produk yang dijualnya secara lebih mudah, cepat, dan praktis dan para konsumen bisa mendapatkan produk diinginkannya dengan mudah dan dengan harga yang cenderung lebih terjangkau melalui kegiatan jual beli atau belanja secara online. Belanja online merupakan kegiatan jual beli dengan ciri khas prosesnya yang mudah, dimana tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung serta dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun.¹

¹ Ainul Yaqin, "Akibat Hukum Wanprestasi dalam Jual Beli Online menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik," Jurnal Dinamika 25, No. 6, (2019), hal, 10.

Kegiatan perdagangan dengan pemanfaatan internet salah satunya dapat ditemukan dalam jual beli pada marketplace. Marketplace merupakan suatu sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. Marketplace dapat memberikan peluang untuk melakukan bisnis dan melaksanakan transaksi melalui saluran elektronik, biasanya pada platform yang berbasis internet.²

Proses jual beli pada marketplace terdapat sebuah sistem pembayaran yang dikenal dengan istilah Cash on Delivery (selanjutnya disebut COD). Sistem COD dapat diartikan sebagai metode bisnis, di mana perusahaan akan mengirimkan barang ke pelanggan dan mengambil pembayaran untuk barang tersebut pada saat barang diserahkan kepada pelanggan.³ Pelaksanaan sistem jual beli secara COD dikatakan sah dengan merujuk pada Pasal 1458 KUH Perdata yang menyatakan bahwa, jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kesepakatan tentang barang dan harga, meskipun barang belum diserahkan maupun harganya belum dibayar. Berdasarkan ketentuan tersebut, praktik sistem COD di Indonesia masih menimbulkan permasalahan hukum yang berkaitan erat dengan prestasi para pihak yang melaksanakan jual beli.

Implementasi jual beli dengan metode COD yang ditawarkan kepada konsumen tidak lain bertujuan agar konsumen mendapatkan kemudahan dalam

² Robert Marco dan Bernadheta Tyas, "Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan," Jurnal Ilmiah DASI 18, No. 2, (2017), hal, 49.

³ Admin Super, 2021, *Pengertian Cash on Delivery (COD) dari Cambridge Business English Dictionary*, <https://www.resellerdropship.com/blog/apa-itu-cash-on-delivery-cod> (Diakses Pada 1 Juli 2022, Pukul 20.15).

melakukan pembelian pada marketplace. Sistem COD dapat menjangkau konsumen yang belum memiliki akses keuangan digital, sehingga bisa memilih layanan pembayaran di tempat secara tunai kepada kurir yang melakukan pengantaran barang pesanan. Sistem pembayaran COD cukup memberikan keuntungan bagi pembeli, dimana pembeli dapat mengecek kembali barang yang dipesannya ketika telah tiba. Selanjutnya, jika terjadi ketidaksesuaian terhadap barang yang dipesannya, pembeli dapat mengajukan pengembalian kepada penjual. Namun, seperti metode pembayaran lainnya, COD juga dapat menimbulkan masalah. Tidak sedikit pembeli yang merasa barang pesannya tidak sesuai yang kemudian menolak untuk membayar barang pesannya, bahkan meminta pengembalian dana langsung kepada kurir. Padahal, dalam hal ini kurir hanya berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam pengantaran barang dan penerimaan pembayaran, serta tidak bertanggungjawab atas ketidaksesuaian barang yang diterima. Hal tersebut tentu menyimpang terhadap ketentuan dalam Pasal 1313 KUHPdata, dimana pembeli dan penjual telah mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian jual beli. Atas hal tersebut maka keduanya harus memenuhi prestasi yang telah diperjanjikan, dimana dalam hal sistem pembayaran COD, pembeli wajib membayarkan barang yang dipesannya ketika barang tersebut telah diterimanya. Dalam hal terjadinya ketidaksesuaian, maka hal tersebut bukan merupakan tanggung jawab kurir.

Permasalahan akibat penggunaan sistem COD salah satunya dapat ditemukan pada sebuah video yang beredar di media sosial, menunjukkan seorang pembeli mengancam kurir dengan samurai agar uang pembayarannya

dikembalikan.⁴ Kejadian tersebut terjadi akibat barang yang diantar kurir kemudian diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan pesanan yang dilakukan dengan penjual. Terdapat juga kasus lain dengan penyebab yang serupa, namun kali ini pembeli mengancam kurir dengan memborgolnya agar menuruti keinginan pembeli untuk mengembalikan uang yang telah diberikannya.⁵ Dan kasus penodongan pistol pada kurir juga terjadi di Bogor dan pelaku sudah ditangkap. Tersangka menolak melakukan pembayaran, karena mengaku tidak pernah memesan. Namun, tersangka tetap membuka paket berisi sandal tersebut dan menyebut bahwa isinya tidak sesuai dengan pesannya. Diketahui bahwa tersangka sudah memesan sandal warna hitam 3 kali dan yang datang tidak selalu sesuai, karena itu tersangka menodong pistol pada kurir dengan mengancam untuk pengembalian uang.

Maraknya kasus akibat ketidaksesuaian barang pada transaksi COD yang berujung pada perlakuan kasar dari pembeli terhadap kurir yang mengantarkan barang pesanan perlu menjadi perhatian serius. Kebanyakan kasus disebabkan oleh barang yang diterima pembeli tidak sesuai dengan pesanan, sehingga pembeli tidak mau menerima barangnya dan menyalahkan kurir yang berujung terjadinya adu mulut antara kurir dan pembeli hingga akhirnya viral pada media sosial. Adanya tindakan yang sampai pada ancaman yang bisa membahayakan pribadi kurir sebagai pekerja merupakan pelanggaran hak dari kurir tersebut. Pada Pasal

⁴Adhey, “*Bang Jago Pelanggan COD Ancam Kurir Pake Samurai, Nasibnya Langsung Berakhir Ngenes*”, <https://pojoksatu.id/news/beritanasional/2021/05/26/bang-jago-pelanggan-cod-ancam-kurir-pake-samurai-nasibnya-langsungberakhir-ngenes/> (Diakses tanggal 2 Juli 2021, Pukul 14.00)

⁵Jawahir Gustav Rizal, “*Viral Video Kurir COD di Tangerang Diancam Borgol oleh Konsumen, seperti Apa Ceritanya?*” <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/18/194200965/viral-video-kurir-cod-di-tangerangdiancam-borgol-oleh-konsumen-seperti-apa> (Diakses tanggal 2 Juli 2021, Pukul 14.28)

86 UU No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan pada prinsipnya memberikan perlindungan Keselamatan dan Kesehatan Kerja, moral dan kesusilaan; dan perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia serta nilai-nilai agama, seperti yang telah dikemukakan diatas, yang selanjutnya diperbaharui dengan UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja sebagai upaya peningkatan ekosistem investasi, dan percepatan proyek strategis nasional, termasuk peningkatan perlindungan dan kesejahteraan pekerja.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KURIR DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DENGAN SISTEM COD (CASH ON DELIVERY) MENURUT UU NO. 11 TAHUN 2020 TENTANG CIPTA KERJA.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah kedudukan kurir dalam sistem COD pada belanja online (e-commerce) ?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kedudukan kurir dalam sistem COD pada belanja online (e-commerce).
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD.

D. Manfaat Penelitian

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan transaksi e-commerce menurut UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, khususnya mengenai perlindungan hukum terhadap kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD (cash on delivery).

2. Manfaat Praktis

Adapun yang menjadi manfaat penelitian secara praktis dalam penelitian ini adalah dapat memberi masukan kepada para pihak yang terkait, yakni : kurir pengantar barang dan masyarakat yang menggunakan transaksi e-commerce dengan sistem COD. Diharapkan juga dapat memberikan pengetahuan dan gambaran-gambaran kepada kurir mengenai perlindungan hukum terhadap kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD (cash on delivery) menurut UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. Dan diharapkan juga dapat melindungi hak dan kewajiban kurir dalam sistem COD.

3. Manfaat Peneliti

Manfaat bagi peneliti yakni sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata-1 Hukum dan untuk lebih dalam lagi memahami mengenai hal-hal yang berkaitan dengan transaksi e-commerce, khususnya perlindungan hukum terhadap kurir dalam

transaksi e-commerce dengan system COD (cash on delivery) menurut UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Mengenai Kurir

1. Pengertian Kurir

Berdasarkan Pasal 1800 KUHPperdata yang menyebutkan bahwa kurir adalah pihak yang menggantikan perusahaan jasa pengiriman barang dalam menjalankan kuasa yang diberikan penjual kepadanya.⁶ Dalam hal pengiriman barang yang dilakukan oleh kurir, maka secara tidak langsung juga dapat dikatakan bahwa kurir merupakan pihak yang dititipkan barang oleh penjual melalui perusahaan jasa pengiriman barang kepada pembeli. Penitipan yang dimaksud merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menerima, membawa, dan atau menyampaikan paket dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya.

Menurut Wikipedia, kurir adalah perusahaan atau perorangan yang bertugas mengirim pesan, paket dalam jumlah kecil hingga sedang, atau surat dari tempat yang satu ke tempat yang lain menggunakan jalur darat, laut, dan udara.⁷ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kurir adalah utusan yang menyampaikan sesuatu yang penting dengan cepat.⁸

Menurut Somasundaram, kurir adalah kegiatan pengantaran barang atau dokumen yang dilakukan oleh perorangan maupun perusahaan. Penekanan dalam

⁶ Pasal 1800 KUHPperdata

⁷ <https://id.wikipedia.org/wiki/Kurir> (Diakses pada Selasa 5 Juli 2022, Pukul 18.00).

⁸ <https://kbbi.web.id/kurir> (Diakses pada Selasa, 5 Juli 2022, Pukul 18:59)

pengertian ini didasarkan pada jenis layanan yang diberikan yaitu layanan penghantaran dari satu tempat (pengirim) ke tempat yang lain (penerima).⁹

Menurut Tabassum & Ahmed, “*A courier is a person or a company who delivers messages, packages, and mail*”. Pada dasarnya seorang kurir adalah seseorang (individu) atau perusahaan yang mengantarkan pesan, bingkisan, dan mail.¹⁰

Dari berbagai uraian di atas, maka pengertian kurir adalah seseorang (individu) atau perusahaan yang bertugas mengirim barang dalam jumlah kecil hingga sedang, atau dokumen dari satu tempat (pengirim) ke tempat yang lain (penerima).

2. Hak dan Kewajiban Kurir

Hak dan kewajiban ada karena adanya hubungan hukum yang terjalin antara kedua pihak yang saling mengikat. Hubungan hukum yang dimaksud merupakan hubungan kerja antara kurir dan perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman barang.

Adapun hak dan kewajiban kurir adalah sebagai berikut :¹¹

a. Hak Kurir

1. Berhak menerima pembayaran atas barang dari konsumen.

⁹ Somasundaram, R. B, “*Customer behaviour of courier service*”, (Indian: Indian Journal of Research, 2013), hal, 108.

¹⁰ Frentzen Alexander Cristivanno, *Frentzen A.C. Tomaso - Tugas Pertemuan 14*, <https://id.scribd.com/document/546790991/Frentzen-A-C-Tomaso-Tugas-Pertemuan-14>, (Diakses pada 5 Juli 2022, Pukul 19.15).

¹¹ Fajar Nugroho Handayani and Ahmad Raihan Harahap, “*Hukum Perlindungan Consume*”, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hal, 21-22.

2. Berhak mendapatkan perlindungan hukum, seperti : keselamatan dan Kesehatan kerja, moral dan kesusilaan, dan perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia serta nilai-nilai agama.
3. Berhak mendapatkan upah dari perusahaan penyedia jasa pengiriman barang.

b. Kewajiban Kurir

1. Wajib mengantar barang ke alamat pengiriman.
2. Wajib menjaga barang yang dipercayakan kepadanya dengan sebaik mungkin seperti ia menjaga barang-barangnya sendiri.
3. Jika biaya pembayaran dalam sistem COD telah diterima oleh kurir, maka kurir wajib memberikan biaya tersebut kepada perusahaan yang kemudian akan diteruskan kepada marketplace dan penjual.

Aturan dalam mekanisme pada transaksi belanja online dengan metode transaksi secara COD (*Cash On Delivery*) telah diusahakan agar konsumen dapat mengetahui hak-hak dan kewajiban dari pembeli dan kurir yang dalam proses operasionalnya juga ditambahkan dengan kurir menjelaskan bahwa setelah paket barang COD (*Cash On Delivery*) diterima oleh konsumen wajib melakukan pembayaran kepada kurir sebagai perwakilan dari pelaku usaha yaitu konsumen harus membayar terlebih dahulu sebelum paket barang dibuka.¹²

¹² I Wayane Gde Wiryawan, “Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (*Cash ON Delivery*),” *Jurnal Analisis Hukum* 4, no. 2 (21AD), hal, 187, (Diakses pada Selasa, 5 Juli 2022, Pukul 19.43).

B. Tinjauan Umum Mengenai Transaksi E-Commerce

1. Pengertian Transaksi E-Commerce

Menurut Pasal 1 angka (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.¹³

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari *Electronic* dan kata *Commerce*. Menurut bahasa (*etimologi*) adalah sebagai berikut (E) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan. Jadi, *E-Commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.¹⁴

Selain itu, Menurut Adi Nugroho mendefinisikan transaksi elektronik (*e-commerce*), adalah persetujuan jual beli antara pihak pembeli dengan penjual secara elektronik yang biasanya menggunakan jaringan komputer pribadi. Dalam hal ini, konsumen yang menggunakan *browser web* untuk melakukan pemesanan dan menyediakan informasi dengan bentuk pembayaran seperti kartu kredit, *digital cash* atau cek elektronik.¹⁵

¹³ Pasal 1 angka 2 UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹⁴ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal, 209.

¹⁵ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), hal, 5.

2. Syarat-syarat Sahnya Transaksi E-Commerce

Pemahaman yang berkembang selama ini, syarat perjanjian yang tertera dalam Pasal 1320 KUHPperdata hanya bisa berlaku untuk transaksi konvensional, padahal tidak demikian halnya. Perkembangan teknologi adalah satu dari sebuah realitas teknologi. Realitas teknologi hanya berperan untuk membuat hubungan hukum konvensional bisa berlangsung efektif dan efisien.

Syarat yang diperlukan untuk sahnya transaksi *e-commerce* diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata, yaitu:¹⁶

a. Kesepakatan Para Pihak

Terhadap syarat yang pertama ini maka segala perjanjian haruslah merupakan suatu hasil kesepakatan antara kedua belah pihak tidak boleh ada paksaan, kekhilapan, dan penipuan (*dwang, dwaling, bedrog*). Perjanjian yang ada dalam transaksi *e-commerce* muncul karena adanya kesadaran dari para pihak untuk saling mengikatkan diri.

Pihak pembeli menyetujui atau menyepakati klausul kontrak yang telah disediakan oleh penjual. Klausul kontrak ini biasanya telah disediakan dan pembeli tinggal menyetujuinya dengan cara *me-check* pada kotak yang disediakan atau menekan tombol *accept* sebagai tanda persetujuan. Perjanjian dalam kontrak *e-commerce* merupakan suatu perjanjian *take it or leave it*. Sehingga jika pembeli setuju maka ia akan menyetujui perjanjian tersebut, jika tidak maka pembeli tidak perlu melakukan persetujuan dan proses transaksi pun batal atau tidak terjadi.

¹⁶ Pasal 1320 KUHPperdata.

b. Kecakapan Membuat Perjanjian

Pada dasarnya, setiap orang yang telah dewasa atau dan sehat pikirannya adalah cakap untuk membuat perikatan, dimana hal ini disebutkan dalam Pasal 1329 KUHPerdara yang menyatakan bahwa “Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap”.¹⁷

c. Suatu Hal Tertentu

Suatu hal tertentu berhubungan dengan objek perjanjian, maksudnya bahwa objek perjanjian itu harus jelas, dapat ditentukan dan diperhitungkan jenis dan jumlahnya, diperkenankan oleh undang-undang serta mungkin untuk dilakukan para pihak. Transaksi dalam *e-commerce* meskipun berbeda dengan transaksi konvensional yang mengandalkan suatu wujud yang nyata yang bisa disentuh, adanya distribusi fisik dan terdapat tempat transaksi pada dasarnya tidaklah berbeda sangat jauh.

Dalam *e-commerce* juga terjadi hal tersebut tetapi produk yang akan diperjualbelikan tidak nampak secara fisik tetapi berupa informasi mengenai produk tersebut, selain itu dalam *e-commerce* terjadi suatu pendistribusian bahasa atau kode-kode instruksi yang pada akhirnya akan memunculkan suatu informasi atas produk yang akan ditawarkan dan cara untuk melakukan transaksi. Pasal 1333 KUHPerdara juga menyebutkan bahwa: “Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan

¹⁷ Pasal 1329 KUHPerdara

jenisnya”.¹⁸

d. Suatu Sebab Yang Halal

Perjanjian atau kontrak dalam *e-commerce* yang disodorkan oleh merchant haruslah memenuhi syarat tersebut agar sesuai dengan Pasal 1320 KUHPerdara, sehingga ketika *customer* yang akan melakukan kesepakatan dapat membaca dan memahami isi dari kontrak atau perjanjian tersebut apakah benar dan tidak menyimpang dari kaedah yang ada atau tidak. Suatu sebab yang halal, berarti perjanjian termaksud harus dilakukan berdasarkan itikad baik. Berdasarkan Pasal 1335 KUHPerdara yang berbunyi: “Suatu perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan”.¹⁹

Dari rumusan diatas jelas bahwa suatu perjanjian jual beli harus memenuhi keempat syarat tersebut ,ada dua syarat yang digolongkan kedalam syarat sahnya suatu perjanjian yang terdiri dari :

- a) Syarat subyektif terdiri dari kesepakatan antara kedua belah pihak yang melakukan perjanjian dan kecakapan hukum, apabila syarat subyektif ini tidak dipenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan.
- b) Syarat obyektif terdiri dari suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Hal ini berhubungan dengan objek yang diperjanjikan dan yang akan dilaksanakan oleh para pihak sebagai prestasi atau utang dari para pihak.²⁰

¹⁸ Pasal 1333 KUHPerdara

¹⁹ Pasal 1335 KUHPerdara

²⁰ R.Subekti, “*Aneka Perjanjian*”, (Bandung : penerbit Alumni :1985), hal, 22.

3. Asas-asas Transaksi E-Commerce

Dalam perjanjian jual beli online yang menggunakan transaksi *e-commerce* harus diperhatikan pula beberapa macam asas yang dapat diterapkan, antara lain :

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Artinya para pihak bebas membuat suatu perjanjian dan mengatur sendiri isi perjanjian itu, sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a) memenuhi syarat sebagai suatu perjanjian.
- b) tidak dilarang oleh undang-undang;
- c) sesuai dengan kebiasaan yang berlaku;
- d) sepanjang perjanjian tersebut dilaksanakan dengan iktikad baik.

Asas kebebasan berkontrak ini merupakan refleksi dari sistem terbuka (*open system*) dari hukum perjanjian.²¹ Dikatakan bahwa hukum perjanjian menganut sistem terbuka, artinya hukum perjanjian memberikan kebebasan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja, asalkan tidak melanggar aturan yang memaksa, ketertiban umum dan kesusilaan. Dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, menyatakan bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.²²

b. Asas Konsensualisme

Asas ini berasal dari kata “*consensus*” yang berarti sepakat. Asas konsensualisme merupakan dasarnya perjanjian dan perikatan yang

²¹ Munir Fuady, “*Hukum Kontrak*”, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), hal, 30.

²² Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara.

dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan. Dengan kata lain, perjanjian sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal pokok dan tidaklah diperlukan sesuatu formalitas tertentu, kecuali untuk perjanjian yang memang oleh undang-undang dipersyaratkan suatu formalitas tertentu. Asas konsensualisme tersebut lazimnya disimpulkan dari pasal 1320 KUH Perdata, yang berbunyi: “ Perjanjian yang di buat secara sah diperlukan empat syarat ” a). Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; b), Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian; c), Suatu hal tertentu; d), Suatu sebab yang halal.²³

c. Asas Itikad Baik

Hukum perjanjian mengenal pula asas itikad baik yang terbagi 2 (dua), yaitu:

- a) Iktikad baik dalam pengertian subjektif yang merupakan sikap batin seseorang pada waktu melakukan hubungan hukum yang sah yakni kejujuran. Seseorang yang tahu bahwa dia telah mampu melakukan hubungan hukum adalah dirinya sendiri dan pihak lawan juga harus berhati-hati. Untuk mendeteksi kejujuran dalam perjanjian adalah perjanjian yang timbul dari kesepakatan yang diperoleh tidak kerana paksaan, penipuan, kekhilafan, dan penyalahgunaan keadaan.
- b) Iktikad baik dalam pengertian objektif adalah kepatutan dari isi perjanjian itu sendiri. Hal ini yang dimaksud dengan itikad baik pada pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata: “suatu perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik”. Asas itikad baik ini menghendaki

²³ Pasal 1320 KUHPerdata.

bahwa suatu perjanjian dilaksanakan secara jujur, yakni dengan mengindahkan norma- norma kepatutan dan kesusilaan. Asas ini adalah salah satu sendi terpenting dari hukum perjanjian.²⁴

d. Asas Kepercayaan

Seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain, menumbuhkan kepercayaan diantara kedua pihak itu bahwa satu sama lain akan memegang janjinya, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya di belakang hari. Tanpa adanya kepercayaan itu, maka perjanjian itu tidak mungkin diadakan oleh para pihak.

Untuk memberikan kepercayaan kepada *customer* pihak penjual menegaskan bahwa ia memberikan garansi atau jaminan uang kembali, sehingga dengan demikian diharapkan dapat memberikan kepercayaan kepada *customer* terhadap apa yang telah disepakati.

4. Jenis-jenis Transaksi E-Commerce

Jenis-jenis transaksi e-commerce diantaranya sebagai berikut .²⁵

a) *Collaborative Commerce (C- Commerce)*

Collaborative Commerce yaitu kerjasama secara elektronik antara rekan bisnis. Kerja sama ini biasanya terjadi antara rekan bisnis yang berada pada jalur penyediaan barang (*supply Chain*).

b) *Business to Business (B2B)*

E-Commerce tipe ini meliputi transaksi antar organisasi yang dilakukan di *Electronic market*. Transaksi B2B merupakan sistem komunikasi bisnis

²⁴ *Ibid.*, hal, 86.

²⁵ Joko Supriyadi, *Jenis-Jenis Transaksi E-Commerce*, <https://jokosupriyadi18.wordpress.com/2013/04/27/jenis-jenis-transaksi-e-commerce/>, (Diakses pada Selasa, 5 Juli 2022, Pukul 20.51).

online antar pelaku bisnis. Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini meningkatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pebisnis lainnya.²⁶ *Business to Business* memiliki karakteristik :

- 1) *Trading partners* yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (*relationship*) yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan *partner* tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan (*trust*).
- 2) Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama.
- 3) Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu *patnernya*.
- 4) Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.²⁷

²⁶ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis ECommerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), hal, 18.

²⁷ Endang Purwaningsih, "*Hukum Bisnis*", (Bogor: GhaliaIndonesia,2010), hal, 58.

c) *Business-to-Consumers (B2C)*

Business-to-Consumers yaitu penjual adalah suatu organisasi dan pembeli adalah individu. *E-Commerce Business to Customer (B2C)* ini adalah proses *Dropship*, yaitu proses pemesanan barang oleh konsumen untuk kemudian dilakukan proses pengiriman barang pesanan tersebut sesuai dengan alamat yang diberikan oleh konsumen.²⁸ *Business to Consumer* memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum.
- b. Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*). Sebagai contoh, karena sistem *Web* sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis *Web*.
- c. Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). Konsumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.

d) *Consumer-to-Business (C2B)*

Dalam *Consumer-to-Business* konsumen memberitahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen. Contohnya di *priceline.com*, dimana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang diinginkan, dan *priceline* mencoba menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut.

²⁸ Putu Agus Eka Pratama, “*E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*”, (Bandung: Informatika, 2015), hal, 14.

e) *Customer to Customer (C2C)*

Customer to Customer yaitu konsumen menjual secara langsung ke konsumen lain atau mengiklankan jasa pribadi di Internet. Dalam *Customer to Customer* seseorang menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke pelanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. Adapun karakteristik dari C2C (*Consumer to Consumer*) sebagai berikut :²⁹

- 1) Internet dijadikan sebagai saran tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya.
- 2) Konsumen juga membentuk komunitas pengguna atau penggemar suatu produk.

5. Manfaat Transaksi E-Commerce

Adapun manfaat transaksi e-commerce adalah sebagai berikut :³⁰

a) Bisa Menghemat Waktu

Karena tidak perlu mengurus toko fisik, menggunakan *e-commerce* dapat membantu penjual menghemat waktu untuk melakukan hal-hal lain yang lebih signifikan untuk meningkatkan bisnis Anda. Selain dapat menghemat waktu Anda, konsumen yang ingin membeli produk bisnis Anda juga dapat membeli tanpa harus mengantre di toko atau membelinya secara manual.

b) Lintas Wilayah Lebih Mudah

²⁹ Sugeng Santoso, Jurnal: “*Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif KUHPerduta dan Hukum Islam*”, dalam Jurnal AHKAM, Vol. 4.. No. 2 November 2016 (Pondok Pesantren Darul Hikmah Tulungagung), hal, 223, (Diakses pada tanggal 3 Juli 2022, Pukul 20.45).

³⁰ Samina Sharanani, “*8 Manfaat E-Commerce Bagi Anda yang Ingin Sukses Jualan Online*”, <https://blog.mokapos.com/manfaat-e-commerce>, (Diakses pada Selasa 5 Juli 2022, Pukul 21.04).

Saat ingin melakukan ekspansi di wilayah yang berbeda, Anda tidak harus membuka toko secara fisik di lokasi lain. Cukup dengan *e-commerce*, Anda dapat menjual produk-produk bisnis Anda kepada konsumen yang tinggal di berbagai wilayah atau bahkan negara lain.

c) Tidak Memerlukan Modal Besar

Membuka *e-commerce* juga tidak membutuhkan modal yang besar, cukup dengan perangkat yang Anda punya di rumah, Anda dapat membuka toko internasional yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja, kapan saja.³¹

d) Fleksibilitas

Terkadang, mempunyai toko secara fisik dapat mengkonsumsi waktu banyak. Karena itu, kehidupan sehari-hari Anda menjadi kurang fleksibel. Dengan *e-commerce*, Anda tidak hanya dapat memiliki waktu yang lebih banyak, tapi fleksibel secara finansial juga karena tidak mengkhawatirkan uang sewa toko dan lain lain.

e) Dapat Berkembang Menjadi Bisnis Yang Lebih Besar

Dari *e-commerce*, bisnis Anda juga dapat berkembang menjadi sesuatu yang lebih besar saat diketahui oleh lebih banyak orang. Tentu dengan berkat media sosial, hal itu menjadi sangat mungkin terjadi dengan bukan hanya *mouth-to-mouth* tapi *Instagram-to-Instagram* juga.

³¹ Romindo, "*E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*", (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), hal, 1.

C. Tinjauan Umum Mengenai Sistem Cash On Delivery (COD)

1. Pengertian Sistem Cash On Delivery (COD)

Cash on delivery adalah salah satu metode pembayaran secara tunai melalui jual beli online dengan cara bertemu di titik yang sudah disepakati.³² *Cash on delivery* (COD) merupakan metode pembayaran yang dilakukan konsumen dengan menggunakan pembayaran tunai dikala produk dikirim ke rumah pelanggan ataupun ke alamat yang telah ditentukan, COD menawarkan tata cara pembayaran yang lebih aman dan nyaman serta membolehkan pelanggan untuk mengecek mutu produk saat pengiriman, jaminan saat pengiriman serta pembayaran ini menguntungkan bila dibanding dengan tata cara pembayaran online, oleh sebab itu COD adalah alternatif menguntungkan bagi konsumen yang ingin membeli produk secara online.³³

1. Kelebihan dan Kekurangan *Cash On Delivery* (COD)

a. Kelebihan *Cash On Delivery* (COD)

- 1) Konsumen dapat memeriksa barang sebelum memutuskan akan membeli atau tidak membeli.
- 2) Jika barang tidak sesuai, maka pembeli dapat langsung complain atau membatalkan transaksi.
- 3) COD dapat menghindari konsumen dari penipuan

³² Ummul Haira Asmar, SKRIPSI : “*TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK CASH ON DELIVERY*” (Palopo : IAIN,2021), hal, 10.

³³ Halaweh, “*Cash on Delivery (COD) as an Alternative Payment Method for Ecommerce Transactions : Analysis and Implications*”, Sociotechnology and Knowledge Development. Vol: 10 (2018), hal, 8.

- 4) Adanya jaminan untuk konsumen bahwa toko *daring* tidak fiktif.³⁴
 - 5) Dapat melakukan pembayaran langsung atau *cash*
 - 6) Lebih banyak mengundang pembeli karena metode ini terpercaya dan sangat aman.
- b. Kekurangan *Cash On Delivery* (COD)
1. COD akan menjadi bermasalah jika konsumen tidak ada di lokasi penerimaan atau lokasi tidak dapat ditemukan.
 2. Sistem tersebut areanya terjangkau.
 3. Tidak semua jenis barang dapat menggunakan mekanisme COD.
 4. Penjual harus siap dengan pembatalan atau keluhan dari konsumen.³⁵
 5. Konsumen tidak mengaku karena barang tidak sesuai dengan yang diinginkan.
 6. Masih adanya tawar menawar yang dilakukan konsumen kepada kurir yang menghantarkan barangnya, hal tersebut menyusahkan para kurir.³⁶

³⁴ Dzulfikar, “*Metode Jual Beli Cash On Delivery atau COD Yang Aman*,” <https://lifepal.co.id/media/cash-on-delivery/>, (Diakses pada tanggal 4 Juli 2022, Pukul 12:40).

³⁵ M. Agus Soyami, “*Melihat Kelebihan, Kelemahan dan Permasalahan Hukum Sistem COD*,” <https://m.hukumonline.com/berita/baca/lt6104c3d1461cb/melihat-kelebihankelemahan-dan-permasalahan-hukum-sisrtem-cod/>, (Diakses pada 4 Juli 2022, Pukul 12.45).

³⁶ <https://kargo.tech/blog/apa-itu-pengiriman-cod/> (Diakses pada 4 Juli 2022, Pukul 13.34)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup

Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum yang menjawab isu-isu hukum yang dihadapi.³⁷ Penelitian merupakan terjemahan dari bahasa Inggris, yaitu *research*. Kata *research* berasal dari *re* (kembali) dan *to search* (mencari). *Research* berarti mencari kembali. Oleh karena itu penelitian berhubungan dengan upaya pencarian pengetahuan atau pengetahuan yang benar. Dengan kata lain, penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun teknologi, oleh karena itu penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, konstruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah.

Ruang lingkup penelitian ini adalah bertujuan untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Adapun Ruang Lingkup dari penelitian ini adalah sebatas bagaimana kedudukan kurir dalam sistem COD pada belanja online (e-commerce), bagaimanakah perlindungan hukum terhadap kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD dan perlindungan hukum terhadap kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD (cash on delivery) menurut UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.

B. Jenis Penelitian

³⁷Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, hal, 35.

Jenis penelitian hukum yang dilakukan secara yuridis normatif adalah yuridis normatif dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (law in books) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.³⁸ Penelitian hukum normatif ini didasarkan kepada bahan hukum primer dan sekunder, yaitu penelitian yang mengacu kepada norma-norma yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan.³⁹

Penelitian ini disebut juga penelitian kepustakaan (*Library Research*), pada penelitian Normatif yang diteliti hanya bahan Pustaka atau bahan sekunder yang mencakup bahan primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

C. Metode Pendekatan Masalah

- 1) Metode Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) Dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu yang sedang di tangani, seperti UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, Pasal 1458 KUHPperdata, Pasal 1313 KUHPperdata.
- 2) Metode Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*) Pendekatan Konseptual beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.

D. Sumber Bahan Hukum

³⁸ Amiruddin & Zainal Asikin, Pengantar Metode Penelitian Hukum, Raja Grafindo Persada Jakarta, 2012, hal, 118

³⁹ Soeryono Soekarto, Pengantar Penelitian Hukum. (Jakarta : UI Press, 1984), hal, 20.

Dalam Penelitian skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian yang bersifat yuridis normatif, maka sumber hukum yang di gunakan adalah :

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan oleh penulis dalam menulis skripsi ini adalah :

- a) UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja
- b) Pasal 1458 KUHPerdara
- c) Pasal 1313 KUHPerdara

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang berkaitan dengan bahan hukum primer untuk membantu proses analisis yang terdiri dari : Buku kepustakaan mengenai perlindungan kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD, jurnal yang berisi mengenai perlindungan kurir dalam UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, dan artikel mengenai perlindungan kurir dalam transaksi e-commerce dengan sistem COD berdasarkan UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah dengan menggunakan metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research*). Teknik kepustakaan adalah penelitian kepustakaan yang dilaksanakan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis.

F. Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu data yang tidak berbentuk angka yang dapat diperoleh dari rekaman, pengamatan, wawancara, atau bahan tertulis (UU, dokumen, buku-buku, dan sebagainya) yang berupa ungkapan-ungkapan verbal. Penelitian yuridis normatif yang bersifat kualitatif adalah penelitian yang mengacu pada norma hukum yang terdapat dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Teknik Analisis Bahan Hukum yang digunakan penulis dalam mengelola bahan hukum adalah menggunakan metode deskriptif analisis serta dilakukan dengan teknik penafsiran. penafsiran yang digunakan adalah penafsiran gramatikal terhadap peraturan perundang- undangan.