

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di era modern sekarang ini, teknologi informasi dan internet semakin lama kian semakin maju berkembang, perkembangan tersebut memberikan dampak yang sangat baik dalam kemudahan manusia untuk melakukan segala aktivitasnya, salah satunya dengan cara memanfaatkan teknologi ponsel pintar. Hal ini dimanfaatkan oleh manusia untuk memudahkan aktivitasnya yang bertujuan untuk menjadi lebih efektif dan praktis.

Pemanfaatan teknologi informasi dan internet meluas hingga masuk ke dalam ranah jual beli. Aktivitas jual beli di era yang serba modern ini dapat dilakukan tidak seperti biasanya dilakukan oleh manusia, lazimnya dengan cara saling bertemu dan bertatap muka, akan tetapi kebalikannya, pelaku usaha dan konsumen dapat melakukan aktivitas jual beli tersebut baik dalam penawaran hingga masuk ke dalam tahap transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa harus saling bertemu dan tatap muka.¹ Hal ini disebabkan oleh kecanggihan pada ponsel pintar yang menyediakan aplikasi belanja online, atau yang saat ini populer biasanya disebut *E-Commerce*.

E-Commerce atau *electronic commerce* memiliki banyak pengertian, ini dikarenakan belum adanya pengertian dari *e-commerce* secara utuh, penyebabnya adalah dikarenakan *e-commerce* yang selalu maju dan

¹ Mabarroh Azizah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee", *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, Vol. 1, No. 1 (Juni, 2020), hlm. 84

berkembang sehingga sewaktu-waktu mengalami perubahan dan memiliki macam macam bentuk baru, namun dengan ini bukan berarti *e-commerce* tidak memiliki pengertian. *E-Commerce* secara umum merupakan bentuk transaksi yang berkaitan dengan aktivitas komersial,² pengertian mudahnya di kalangan masyarakat adalah jual beli yang dilakukan secara online dengan menggunakan internet melalui aplikasi yang tersedia di dalam ponsel pintar, contoh aplikasi yang biasanya dipakai seperti, Shopee, Tokopedia, Lazada, Buka Lapak dan lain lain.

Menurut data yang diperoleh, Indonesia menjadi negara yang masuk ke dalam 10 terbesar pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan 78% dan berada di peringkat 1 (satu).³ Selain itu, menurut riset yang dilakukan oleh *Research and Markets*, pasar di Indonesia berpotensi tumbuh 19% sepanjang tahun 2022. Proyeksi itu diperoleh dari hasil Q2 2022 B2C *E-Commerce* Survei. Lembaga riset tersebut juga mengungkapkan bahwa Indonesia akan menjadi salah satu kekuatan ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara, dengan menguasai 40% pangsa pasar.⁴

Dalam transaksi pada *e-commerce*, *e-commerce* memiliki berbagai macam penawaran yang diberikan dalam suatu metode pembayaran, mulai dari pembayaran secara transfer melalui bank, hingga dengan cara

² Dedi Riswandi, "Transaksi On-Line (E-commerce): Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 (September, 2019), hlm 3

³ Daon001, 2019, *Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*, https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media, (diakses pada tanggal 6 Mei 2023, 10:15)

⁴ Gifari Zakawali, 2022, *Tren Belanja Online di Indonesia Sepanjang Tahun 2022*, <https://store.sirclo.com/blog/tren-belanja-online-2022/#:~:text=Menurut%20data%20SIRCLO%2C%20sebanyak%2017.menjadi%2025%25%20pa da%20tahun%202021>, (diakses pada tanggal 7 Mei 2023, 08:55)

menggunakan metode *Cash on Delivery* (COD). COD merupakan salah satu metode pembayaran yang sangat praktis bagi masyarakat, berdasarkan data yang diperoleh Badan Pusat Statistik terdapat 83,11 % sebagian usaha *e-Commerce* di hampir semua lapangan usaha menggunakan metode *Cash on Delivery*,⁵ ini semua dikarenakan metode *Cash on Delivery* bertujuan untuk mengurangi risiko kecurangan yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab sehingga *Cash on Delivery* menjadikannya metode pembayaran yang paling sering digunakan dalam *e-commerce*, namun dalam hal ini bukan berarti metode COD tidak memiliki kelemahan dan memiliki masalah, hal itu dikarenakan terbukti adanya konsumen yang tidak ingin melakukan pembayaran setelah barang yang ia pesan telah sampai dan sesuai dengan apa yang ia pesan, akibat dari perlakuan konsumen tersebut merugikan kurir yang bertugas mengantarkan barang tersebut.⁶ Sebagaimana yang dijelaskan pada Kitab Undang-undang Hukum Perdata dalam Pasal 1457:

“Perjanjian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu”.

Apabila merujuk ke dalam Pasal 1457 KUH Perdata diatas, kasus tersebut memperlihatkan bahwa adanya perilaku masyarakat yang melanggar

⁵ Badan Pusat Statistik, 2022, *Statistik E-Commerce 2022*, <https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html>. (diakses pada tanggal 7 Mei 2023, 12:17)

⁶ Aqwamit Toriq, 2023, *Nasib Kepala Sekolah Tak Mau Bayar COD Hingga Tak Gubris Omongan Kurir, Bikin Video*, <https://madura.tribunnews.com/2023/05/07/nasib-kepala-sekolah-usai-tak-mau-bayar-paket-cod-hingga-tak-gubris-omongan-kurir-bikin-video> (diakses pada tanggal 7 Mei 2023, 12:45)

ketentuan perjanjian antara penjual dan pembeli, ini disebabkan masih banyaknya konsumen-konsumen masyarakat di Indonesia yang masih belum paham terkait cara kerja metode *Cash on Delivery*.

Saat ini di Indonesia masih belum terdapat peraturan yang mengatur secara spesifik tentang perbuatan konsumen yang enggan untuk membayar barang pesannya melalui metode COD. Sebagaimana kasus yang pernah terjadi pada tahun 2021 lalu di Desa Ampelu Tuo, Kabupaten Batanghari, Provinsi Jambi. Seorang konsumen menolak untuk melakukan pembayaran pada saat barang yang dipesan melalui metode COD telah sampai, alasan yang dikatakan oleh konsumen tersebut adalah barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang diterima.⁷

Kurir sebagai pihak yang menjadi kuasa bagi pelaku usaha, memiliki hak kesamaan sebagai penerima kuasa sebagaimana yang tertera pada Pasal 1792 KUH Perdata,⁸ sehingga memiliki keterkaitan dengan apa yang dijelaskan pada Pasal 6 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha, bahwa kurir selaku penerima kuasa daripada pelaku usaha memiliki hak dalam mendapatkan perlindungan atas tindakan konsumen yang dilandasi itikad tidak baik dan hak mendapatkan pembayaran atas konsumen.

⁷ Conney Stephanie, 2021, *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 tanggal 20 Mei 2023, 15:13)

⁸ Riska Natagina Putri dan Siti Nurul Intan Sari Dalimunthe. "Perlindungan Hukum Bagi Kurir dalam Sistem Cash on Delivery Belanja Online", *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*, Vol. 4, No. 2 (September, 2021), hlm 196

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisis tentang belum adanya kepastian hukum terhadap kedudukan hukum kurir diantara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi belanja online yang menggunakan metode *Cash on Delivery*, dengan menuangkannya dalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“KEDUDUKAN HUKUM KURIR DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE YANG MENGGUNAKAN METODE COD (CASH ON DELIVERY)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan hukum kurir dalam transaksi *e-commerce* yang menggunakan metode *Cash on Delivery*?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa terhadap tindakan konsumen yang membatalkan pembayaran dalam menggunakan metode *Cash on Delivery*?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui serta menganalisis kedudukan hukum dalam *e-commerce* yang menggunakan metode *Cash on Delivery*.

2. Untuk mengetahui serta menganalisis penyelesaian sengketa terhadap tindakan konsumen yang membatalkan pembayaran dalam menggunakan metode *Cash on Delivery*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai Peneliti dari penelitian ini terbagi menjadi dua, manfaat dari segi teoritis dan manfaat dari segi praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai kedudukan hukum kurir dalam transaksi *e-commerce* belanja *online* yang menggunakan metode *Cash on Delivery*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang penyelesaian sengketa terhadap tindakan konsumen yang membatalkan pembayaran dalam menggunakan metode *Cash on Delivery*.