

URGENSI PENYERAGAMAN KEBIJAKAN *COD* PADA *MARKETPLACE* INDONESIA DEMI MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM

Grace Evelyn Pardede

Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran

Email: graceepardede@gmail.com

Ferdinand Sujanto

Fakultas Hukum Universitas Katolik Darma Cendika

Email: fsujanto75@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat telah memunculkan iklim transaksi jual beli dengan mekanisme yang modern. Mekanisme *Cash On Delivery (COD)* merupakan salah satu unggulan dan pilihan bagi masyarakat untuk melakukan jual beli. Akan tetapi, permasalahan mekanisme *COD* terus terjadi di Indonesia, mulai dari penyebab ketidaksesuaian barang hingga kurangnya pemahaman akan *COD* pada masing-masing *marketplace* di Indonesia. Hal ini menimbulkan akibat hukum baru, dalam hal ini yaitu ketidakpastian hak dan kewajiban kurir yang merugikan kurir yang bersangkutan. Belum adanya perlindungan hukum yang jelas mengenai transaksi *COD* membuat pihak yang terlibat dalam mekanisme *COD* akan selalu terancam, baik fisik maupun psikis. Oleh karena itu, perlu diadakannya penelitian lebih lanjut mengenai urgensi penyeragaman kebijakan *COD* pada *marketplace* Indonesia demi mewujudkan perlindungan hukum, khususnya bagi pihak yang terlibat. Jenis penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian yuridis normatif. Pendekatan penelitian ini akan berfokus pada pendekatan konseptual, pendekatan perundang-undangan, dan pendekatan perbandingan. Kajian terhadap berbagai literatur menunjukkan bahwa adanya kekosongan hukum yang berkaitan dengan mekanisme *COD* pada *marketplace* di Indonesia. Adanya kekosongan hukum tersebut mempengaruhi tidak adanya penyeragaman kebijakan mekanisme *COD* di Indonesia. Dengan demikian permasalahan tersebut dapat mengakibatkan problematika pada perlindungan hukum bagi pihak yang terlibat dalam *marketplace*. Urgensi perlindungan hukum bagi pihak yang terlibat pada *marketplace* khususnya pada pelaksanaan sistem *COD* sangat dibutuhkan, salah satunya melalui penyeragaman kebijakan.

Kata Kunci: *Cash On Delivery (COD)*, Perlindungan Hukum, *Marketplace*.

Abstract

The rapid development of technology has turned sales purchase transactions into modern mechanisms. Cash on Delivery (COD) is one of the best choice of mechanisms for people to sale and purchase. However, various problems arising from the COD mechanism are continuing to occur in Indonesia, ranging from the causes of incompatibility of goods to the lack of understanding of the COD itself in each Indonesia's marketplace. These create new legal consequence, in this case the uncertainty of the rights and obligations of the courier that injured the courier in question. The absence of conclusive legal protection regarding the COD transactions makes the parties both physically and psychologically threatened. Therefore, it is necessary to conduct further research on the urgency of the COD policy unification in Indonesia's marketplace in order to manifest legal protection for the parties. This research used normative juridical method. Furthermore, this research applied the conceptual and statute approach as well as comparative legal study. This study shows that there is a legal gap related to the COD mechanism in the marketplace in Indonesia. The existence of legal gap affects the absence of the unification of the COD mechanism policies in Indonesia. Thus, it can be ascertained that the legal protection of the parties involved in a marketplace is of paramount importance, particularly in the COD mechanism implementation. The said legal protection for the parties would be realized by the policy unification.

Keywords: *Cash On Delivery (COD), Legal Protection, Marketplace.*

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.

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 berbasiskan internet.¹

¹ Robert Marco dan Bernadheta Tyas, "Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan," *Jurnal Ilmiah DASI Vol.18 No. 2*, (2017): 49.

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.² 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 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. Akan tetapi, bukannya mendapatkan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli *online*, sistem COD menimbulkan sejumlah permasalahan.

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 dikembalikan³. 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.⁴

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

² Pengertian *Cash On Delivery* (COD) dari *Cambridge Business English Dictionary*.

³ Adhey, "Bang Jago Pelanggan COD Ancam Kurir Pake Samurai, Nasibnya Langsung Berakhir Ngenes", diakses pada 2 Juli 2021 melalui <https://pojoksatu.id/news/berita-nasional/2021/05/26/bang-jago-pelanggan-cod-ancam-kurir-pake-samurai-nasibnya-langsung-berakhir-ngenes/>.

⁴ Jawahir Gustav Rizal, "Viral Video Kurir COD di Tangerang Diancam Borgol oleh Konsumen, seperti Apa Ceritanya?" diakses pada 2 Juli 2021 melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/18/194200965/viral-video-kurir-cod-di-tangerang-diancam-borgol-oleh-konsumen-seperti-apa>.

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. Pembeli yang sudah melaksanakan kewajibannya, yaitu melakukan pembayaran terhadap barang yang dibelinya. Namun, seringkali berujung, pembeli pun memaksa kurir untuk mengembalikan uang yang telah diberikan. Hal tersebut dikarenakan pembeli merasa tidak sesuai dengan hak yang seharusnya diterima olehnya. Selain itu, dalam sisi lain kurir tidak dapat mengembalikan uangnya akibat barang pesannya telah terlanjur dibuka, dan sesuai dengan prosedur COD barang tersebut tidak dapat dikembalikan lagi kepada kurir.

Belum adanya penelitian terdahulu berkaitan dengan permasalahan yang diangkat oleh penulis, menjadikan isu hukum dalam artikel ini perlu dikaji lebih lanjut. Khususnya dalam hal ini berkaitan dengan penyeragaman aturan mekanisme COD pada penyedia jasa *marketplace* agar konsep perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat pada mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia dapat terpenuhi. Keberadaan aturan yang ada saat ini dapat dikatakan belum mengakomodir perlindungan hukum bagi semua pihak. Perlindungan hukum yang ada saat ini hanya terlihat secara jelas bagi pembeli, penjual, dan *marketplace*. Namun pihak lain seperti jasa ekspedisi dan kurir pun sebetulnya perlu juga diakomodir terkait dengan perlindungan hukum. Menjadi urgensi lebih lanjut adalah perlindungan hukum bagi kurir yang sering mengalami ancaman-ancaman nyata dalam melaksanakan kewajibannya, akan tetapi untuk haknya sendiri belum terakomodir dengan baik.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, seperti atas kasus akibat ketidakpahaman pembeli dalam melakukan sistem COD yang berujung terjadinya perkelahian bahkan yang dapat berpotensi terjadinya pemidanaan, maka penulis berkeinginan untuk memberikan solusi mengenai perlindungan hukum pada setiap pihak yang terlibat dalam pelaksanaan COD dalam *marketplace* dengan merumuskan beberapa isu permasalahan. Pertama, berkaitan dengan perkembangan mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia, sehingga dapat diketahui pihak siapa saja yang akan terlibat dalam mekanisme tersebut. Kedua, berkaitan dengan urgensi perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat, khususnya bagi kurir yang seringkali menjadi korban atas kekosongan hukum pada permasalahan ini.

Metode Penelitian

Metode pendekatan yang dipakai pada penelitian ini yaitu yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif yaitu jenis penelitian dengan memakai ketentuan perundang-undangan yang berlaku pada suatu negara atau metode pendekatan

hukum doktrinal yaitu menggunakan teori hukum dan pendapat ahli hukum terutama berkaitan dengan permasalahan yang dikaji.⁵ Spesifikasi penelitian ini menggunakan deskriptif analitis dengan menggambarkan kemudian melakukan analisis secara lengkap mengenai urgensi penyeragaman kebijakan COD pada *marketplace* Indonesia demi mewujudkan perlindungan hukum. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data yuridis kualitatif. Tahap penelitian yang dilakukan dalam tulisan ini yaitu studi kepustakaan dengan menganalisis data sekunder berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer KUH Perdata, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta beragam peraturan perundang-undangan lainnya yang relevan dengan pokok penelitian.

Pembahasan

A. Tinjauan Umum Mekanisme COD Pada *Marketplace*

Mekanisme transaksi jual beli pada *marketplace* sesuai dengan (KUHPerdata, bisa dilakukan melalui perjanjian terlebih dahulu. Menurut ketentuan Pasal 1313 KUHPerdata menyatakan bahwa perjanjian merupakan suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya kepada satu orang atau lebih lainnya, sedangkan jual beli diartikan sebagai perjanjian antara pihak penjual yang memberikan suatu benda yang dijualnya dan pihak yang membayar nilai benda yang diperjanjikan sesuai harga yang disepakati dan sifatnya mengikat.

Pengertian transaksi COD menurut Cita Serfiani dalam bukunya menyatakan bahwa COD merupakan transaksi dimana penjual dan juga pembeli melakukan kesepakatan untuk bertransaksi di suatu tempat, dan pembayaran dilakukan pada saat penjual dan pembeli bertemu di tempat yang disepakati.⁶ Sistem transaksi COD memang merupakan cara yang paling aman untuk menghindari terjadinya penipuan yang dilakukan produsen, terutama terhadap barang-barang yang mempunyai nilai ekonomi yang tinggi.

Cash on Delivery (COD) merupakan layanan yang berhubungan dengan pengantaran barang yang dilakukan dengan beberapa tahapan. Pertama, produsen barang melanjutkan untuk mengirimkan barang kepada penerima melalui sebuah perusahaan kurir. Selanjutnya, perusahaan kurir akan mengirimkan barang kepada penerima melalui jasa pengiriman barang. Kemudian, cabang atau perusahaan pengiriman barang, mengirimkan barang tersebut ke penerima (pembeli) dan

⁵ Ronny Hanintyo Sumitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 24.

⁶ Cita Yustisia Serfiani, dkk, *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 289.

kemudian melakukan pembayaran. Setelah itu, kantor pengiriman barang mengeluarkan cek COD yang dikirimkan kepada pengirim barang. Dengan demikian, sistem COD pada *marketplace* akan mirip dengan layanan pengiriman uang.⁷

Jika ditinjau berdasarkan peraturan perundang-undangan sebagai pedoman pelaksanaan sistem COD pada *marketplace* salah satunya diatur dalam UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pasal 1 ayat 24 undang-undang tersebut disebutkan bahwa, perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Selanjutnya, dalam Pasal 65 undang-undang tersebut menjelaskan bahwa perdagangan melalui sistem elektronik yaitu:⁸

- a. Adanya kewajiban bagi para pelaku usaha yang melakukan usaha penjualan barang/jasa melalui sistem elektronik untuk memberikan data dan informasi terkait barang/jasa yang ditawarkannya secara lengkap, benar, dan jujur;
- b. Adanya larangan bagi para pelaku usaha yang memperdagangkan barang/jasanya melalui sistem elektronik tanpa menghiraukan informasi dan pedoman yang secara jelas, benar dan jujur;
- c. Kewajiban bagi para pelaku yang terlibat dalam sistem elektronik untuk menjalankan transaksi *online* untuk memenuhi segala ketentuan yang telah diatur oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- d. Berkaitan dengan informasi/data yang dimaksudkan untuk diberikan secara jelas meliputi identitas dan legalitas para pelaku usaha baik sebagai produsen ataupun distributor, syarat tentang teknis barang/jasa yang ditawarkan, adanya informasi harga dan cara pembayaran, serta adanya ketentuan mekanisme cara untuk menyerahkan barang kepada pembeli;
- e. Adanya ketentuan untuk memilih cara penyelesaian sengketa, baik secara litigasi maupun non litigasi; serta
- f. Adanya sanksi administratif berupa pencabutan izin bagi pelaku usaha yang memperdagangkan barang/jasa melalui sistem elektronik yang tidak memperhatikan ketentuan yang telah diatur, terutama terkait dengan pemberian informasi dan data yang benar, jelas, serta jujur.

Berdasarkan pasal tersebut jika dihubungkan dengan implementasi sistem transaksi secara COD pada *marketplace*, maka setiap pelaku usaha yang memperjualbelikan barang maupun jasa di *marketplace* haruslah menyampaikan informasi secara lengkap dan benar sehingga tidak membingungkan konsumen

⁷ Nghia Duong Trung, dkk., “Multi-Sessions Mechanism for Decentralized Cash on Delivery System,” *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA)*, Vol.10, (2019): 554.

⁸ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

yang akan melakukan transaksi pembelian barang atau jasa. Kemudian, apabila terdapat sengketa pada saat melakukan transaksi jual beli pada *marketplace* maka dapat ditempuh melalui beberapa mekanisme penyelesaian ataupun melalui proses pengadilan.

Tinjauan terhadap mekanisme sistem COD dapat dikatakan mempunyai kebijakan dan ketentuan yang berbeda-beda di setiap *marketplace*. Penulis mengambil empat contoh *marketplace* yang mempunyai pengunjung bulanan situs *e-commerce* terbesar pada kuartal IV 2020 versi Databoks yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada.⁹ Keempat *marketplace* tersebut mempunyai syarat dan ketentuan yang berbeda-beda dalam pelaksanaan sistem COD sebagai sebuah alternatif transaksi seperti perbedaan dalam ekspedisi area jangkauan yang dapat digunakan dalam sistem COD. Selain itu, terdapat juga perbedaan dalam batas minimal penggunaan metode pembayaran secara COD seperti Bukalapak yang menetapkan bahwa COD hanya bisa digunakan maksimal tiga kali dalam sehari, pada Tokopedia hanya bisa digunakan maksimal dua kali dalam sehari dan Shopee tidak menyebutkan batas maksimal penggunaan sistem COD akan tetapi menjelaskan terkait dengan biaya penanganan sistem ini.

Selain itu, terdapat juga perbedaan ketentuan pada penonaktifan pembeli yang tidak beritikad baik dalam menggunakan sistem COD. Penonaktifan pembeli mempunyai waktu yang berbeda-beda sesuai dengan ketentuan masing-masing *marketplace*. Perbedaan ketentuan asuransi pada COD juga berbeda-beda pada ketiga jenis *marketplace* tersebut. Selain terdapat perbedaan-perbedaan dalam syarat dan ketentuan sistem COD, terdapat juga persamaan dari ketiga *marketplace* tersebut terkait dengan retur barang yang telah diterima. Setiap pembeli mempunyai kesempatan untuk melakukan retur barang apabila dinilai tidak sesuai dengan pesanan, akan tetapi tetap juga didasarkan pada ketentuan retur pada setiap *marketplace*.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan dalam penggunaan sistem transaksi COD sebelumnya dapat diketahui bahwa, sistem COD sangat bermanfaat dan menjadi suatu mekanisme yang baik digunakan karena memberikan rasa aman dan kepercayaan terhadap pelanggan.¹⁰ Hal tersebut didasarkan karena dalam melakukan transaksi sesuai dengan perjanjian, pembeli bisa langsung melihat apakah barang yang dijual seperti yang ditampilkan terdapat cacat yang tidak disebutkan dalam penjualan. Dengan demikian, apabila pembeli merasa barang

⁹ Desy Setyowati, "Empat E-Commerce Berebut Pasar saat Pandemi, Siapa yang Unggul?", diakses pada 30 Juli 2021 melalui <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f6494f8a9bcb/empat-e-commerce-berebut-pasar-saat-pandemi-siapa-yang-unggul>.

¹⁰ Safia Anjum dan Junwu Chai, "Drivers of Cash on Delivery Method of Payment in E-Commerce Shopping: Evidence From Pakistan," *Journal Sage Open*, (2020): 3.

yang diterima tidak sesuai, pembeli dapat membatalkan transaksi dengan syarat dan ketentuan yang berlaku di setiap *marketplace*.

B. Pihak-Pihak yang Terlibat dalam Mekanisme COD Pada *Marketplace*

Secara konvensional dalam dunia berbisnis lazimnya hanya terdiri dari penjual dan pembeli. Adanya keberadaan kedua pihak tersebut, akan mengakibatkan adanya hubungan dan kepentingan hukum bagi masing-masing pihak. Kepentingan dari penjual tentu saja ialah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sedangkan, kepentingan pembeli ialah mendapatkan barang yang menurutnya terbaik. Akan tetapi, seringkali pembeli mendapatkan barang yang kurang baik, namun atas masalah tersebut respon dari penjual seringkali tidak menghiraukan hal tersebut.

Berkaca pada kedua hubungan hukum tersebut, dapat dicermati bahwa pembeli seringkali berada dalam posisi yang lemah. Keberadaan posisi pembeli yang lemah tersebut pun diakui juga dalam resolusi majelis umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (selanjutnya disebut PBB) Nomor A/Res/39/248 Tahun 1985 tentang *Guidelines For Consumer Protection*.¹¹ Resolusi PBB tersebut mewajibkan bagi setiap negara hendaknya memperhatikan hak-hak dasar pembeli tanpa melihat perbedaan status sosial dari pembeli tersebut. Sedangkan untuk penjual pun sebenarnya juga dapat dikatakan sebagai konsumen. Hal ini pun terlihat pada catatan historis melalui Surat Para Pengusul Hak Inisiatif DPR Nomor R- 05/LEGNAS/KES.BANG/XI/98, tanggal 20 November 1998, yang mana salah satu poinnya menyatakan bahwa pelaku usaha juga termasuk konsumen, akan tetapi tidak semua pembeli itu merupakan penjual/pelaku usaha.¹² Atas dasar tersebut, masalah-masalah yang berkaitan dengan konsumen ialah masalah yang menyangkut bagi semua lapisan, sehingga perlu adanya perlindungan hukum yang tepat.

Terkait dengan mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia tidak hanya terdiri dari pembeli dan penjual. Mengutip pendapat dari Erizka Permatasari melalui *hukumonline.com*, disampaikan dalam mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia setidaknya terdiri dari beberapa pihak, antara lain:

- a. Penjual atau pelaku usaha;
- b. Pembeli atau konsumen;
- c. Penyedia jasa pada *marketplace*;
- d. Penyedia jasa ekspedisi atau pengiriman; dan
- e. Kurir.

¹¹Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen (Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa)*, (Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2011), hlm. 2.

¹² *Ibid*, hlm. 20-21.

Hubungan dari adanya para pihak yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia adalah awalnya penjual akan melakukan pendaftaran akun pada salah satu jasa *marketplace* untuk tujuan dapat melakukan promosi terhadap barang yang diperdagangkannya. Kemudian atas promosi yang dilakukan oleh penjual, apabila terdapat pembeli yang tertarik maka dapat membeli barang tersebut dengan melakukan pemesanan. Pada saat melakukan penyelesaian pemesanan baik penjual ataupun pembeli sebenarnya dapat menentukan mekanisme yang ingin diterapkan dalam bertransaksi, salah satunya dengan mekanisme COD. Apabila pembeli telah menyelesaikan proses pemesanan dan melakukan konfirmasi pesanan, maka dapat dikatakan hubungan hukum jual beli antara pembeli dan penjual tersebut telah terpenuhi. Dengan demikian, baik pembeli maupun penjual telah melekat hak dan kewajibannya.

Terkait hak pembeli seyogyanya mengikuti hak-hak yang telah diberikan menurut Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen), antara lain¹³

- a. Konsumen berhak untuk mendapatkan rasa aman, nyaman, dan keselamatan dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa;
- b. Konsumen berhak untuk menetapkan barang/jasa terhadap nilai tukar, kondisi atau jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha;
- c. Konsumen berhak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur dari pelaku usaha terhadap suatu barang/jasa;
- d. Konsumen berhak untuk didengar dalam hal menyampaikan pendapat, kritik, maupun keluhan atas penggunaan barang/jasa;
- e. Konsumen berhak untuk diberikan advokasi, perlindungan, maupun upaya penyelesaian dalam hal adanya sengketa perlindungan konsumen;
- f. Konsumen berhak atas pembinaan dan pendidikan untuk memahami lebih mendalam mengenai kedudukan konsumen;
- g. Konsumen berhak untuk dilayani secara tepat, tanpa adanya tindakan diskriminatif dari pelaku usaha; serta
- h. Konsumen berhak atas kompensasi ganti kerugian, jika pada suatu kondisi barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian sebelumnya.

Selanjutnya berkaitan dengan kewajiban dari pembeli disebutkan dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen antara lain¹⁴

- a. Konsumen wajib untuk membaca dan mengikuti segala petunjuk informasi serta prosedur dalam penggunaan barang/jasa yang dibeli, sehingga hal tersebut dapat menjamin keamanan dan keselamatan konsumen;

¹³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁴ *Ibid.*

- b. Konsumen berkewajiban untuk beritikad baik saat melakukan transaksi jual beli; serta
- c. Konsumen wajib melaksanakan pembayaran apabila barang/jasa yang menjadi obyek transaksi telah diterima dan sesuai dengan perjanjian.

Kemudian terkait dengan hak penjual, diatur dalam Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen, antara lain¹⁵

- a. Penjual berhak untuk menerima hasil pembayaran yang sesuai terhadap barang/jasa yang telah dilakukan pembelian oleh konsumen;
- b. Penjual berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum, apabila dalam suatu kondisi konsumen tidak beritikad baik saat melaksanakan transaksi jual beli;
- c. Penjual berhak untuk membela diri secara patut jika terjadi sengketa konsumen dan penjual; serta
- d. Penjual berhak untuk dilakukan rehabilitasi nama baiknya, jika pada suatu keadaan hukum kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang/jasa yang menjadi obyek jual beli.

Sedangkan berkaitan dengan kewajiban penjual termuat dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, yaitu¹⁶

- a. Penjual wajib untuk menunjukkan dan mengedepankan itikad baik dalam menjalankan usahanya;
- b. Penjual wajib untuk memberikan segala informasi yang benar, jelas dan jujur terhadap suatu barang/jasa yang dijual, serta berkewajiban juga untuk memberikan penjelasan maupun prosedur penggunaan;
- c. Penjual wajib untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan optimal kepada pembeli tanpa ada sikap diskriminatif;
- d. Penjual wajib untuk menjaga mutu dan kualitas barang/jasa yang akan dijual kepada calon pembeli;
- e. Penjual wajib untuk memberikan jaminan garansi terhadap barang/jasa yang dijual kepada pembeli; serta
- f. Penjual wajib memberikan kompensasi ganti rugi jika barang/jasa tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dan merugikan pembeli.

Lebih lanjut, berkaitan dengan peranan pihak *marketplace* ialah menyediakan media melalui aplikasi atau *website* untuk mempertemukan penjual dengan pembeli. Mengenai hak dan kewajiban dari *marketplace* dalam melaksanakan penyelenggaraan sistem elektronik diatur lebih lanjut pada Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut PP 71/2019). Pertama, perihal hak dari *marketplace*

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

sebenarnya tidak tertera jelas dan tegas dalam peraturan tersebut. Namun, secara tersirat berkaitan dengan hak dari *marketplace* sebagai penyelenggara elektronik tertuang dalam Pasal 2 ayat (5) huruf b. Hak yang dimaksudkan ialah:¹⁷

- a. Pengelola *marketplace* berhak untuk mengoperasikan *platform* dalam hal untuk mendukung penawaran atau perdagangan barang/jasa yang ditawarkan oleh penjual;
- b. Pengelola *marketplace* berhak untuk mengoperasikan layanan berupa transaksi keuangan;
- c. Pengelola *marketplace* berhak untuk mengelola atau mengoperasikan mekanisme terkait dengan menghubungkan komunikasi antara pembeli dengan penjual; serta
- d. Pengelola *marketplace* berhak untuk mengelola terkait dengan data pribadi pengguna secara patut dan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kedua, berkaitan dengan kewajiban dari *marketplace* sebagai penyelenggara sistem dan transaksi elektronik memiliki beberapa kewajiban. Kewajiban yang harus dilakukan oleh *marketplace* tertuang dalam beberapa bagian pasal PP 71/2019 tersebut yang kemudian diperkuat dengan aturan lebih lanjut melalui Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat (selanjutnya disebut PM Kominfo 5/2020). Kewajiban yang diatur dalam peraturan tersebut terdiri dari poin inti, yaitu:¹⁸

- a. Wajib melakukan pendaftaran kepada lembaga yang berwenang;
- b. Wajib mengelola, menjalankan, dan mengoperasikan sistem dan/atau transaksi elektronik sesuai dengan prosedur yang telah diatur dalam PP 71/2019 tersebut;
- c. Wajib melakukan perlindungan data pribadi pengguna *marketplace*;
- d. Wajib untuk melakukan uji kelayakan sistem elektronik yang akan digunakan.

Selanjutnya pihak yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* adalah penyedia jasa ekspedisi dan kurir. Penyedia jasa ekspedisi dan kurir ini dapat dikatakan pihak yang utama dalam keberhasilannya mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia. Hal ini perlu diperhatikan karena mengingat Indonesia merupakan negara kepulauan sehingga perlu adanya pihak penyedia jasa ekspedisi dan kurir untuk melakukan pengantaran atau menyalurkan barang yang telah

¹⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

¹⁸ Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.

disepakati oleh penjual dan pembeli melalui transaksi elektronik yang sebelumnya disediakan oleh pihak *marketplace*.

Jasa ekspedisi dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia dikenal dengan istilah hukum pengangkutan. Menurut Rayahu Hartini, hukum pengangkutan dapat diartikan suatu kaidah atau dasar atas munculnya perjanjian pengangkutan, baik barang atau orang dengan tempat tujuan tertentu.¹⁹ Dari pengertian yang diberikan oleh Rahayu Hartini tersebut, dapat dilihat bahwa jasa ekspedisi memunculkan hak dan kewajiban bagi pihak penyedia jasa ekspedisi maupun bagi pihak pengirim yang dalam hal ini ialah penjual barang pada *marketplace*. Kemudian, berkaitan dengan syarat sahnya suatu perjanjian pengangkutan sendiri telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (selanjutnya disebut KUHD). Pasal 90 KUHD setidaknya secara garis besar menjelaskan bahwa syarat sahnya perbuatan perjanjian antara jasa ekspedisi dengan pengirim adalah didasarkan pada surat angkutan yang tertulis.²⁰

Selanjutnya terkait dengan hak dan kewajiban yang timbul dari adanya hubungan hukum pengangkutan bagi jasa ekspedisi dan pengirim tertuang dalam beberapa instrumen peraturan perundang-undangan, salah satunya ialah Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (selanjutnya disebut UU LLAJ). Pasal 186 sampai dengan Pasal 196 mengatur tentang hak dan kewajiban dari jasa ekspedisi. Hak yang diatur secara garis besar adalah hak untuk menerima pembayaran atas jasa yang telah dilakukan, hingga hak untuk tidak dapat dituntut jika terjadi keadaan-keadaan yang tidak dapat diduga, seperti halnya keadaan memaksa atau cacat dari produk barang itu sendiri. Sedangkan kewajiban dari jasa ekspedisi umumnya ialah mengembalikan pembayaran jika jasa ekspedisi tersebut tidak dapat melakukan kewajiban dalam perjanjian pengangkutan, serta jasa ekspedisi pun diwajibkan untuk memberikan asuransi pada barang yang akan dikirim menuju tempat tertentu.

Selanjutnya berkaitan dengan hak dan kewajiban dari pengirim atau penjual pada mekanisme COD pada *marketplace* secara fundamental mempunyai hak dan kewajiban yang sama dan mirip dengan hak juga kewajiban yang telah didasarkan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kemudian berkaitan dengan hak dan kewajiban kurir bagi penyedia jasa ekspedisi, pengaturan hak dan kewajiban tersebut sesuai dengan perjanjian kerja antara kurir dengan penyedia jasa ekspedisi. Tidak adanya aturan yang seragam, seperti halnya pengaturan pada pihak-pihak lain yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* ini memunculkan ketidakadilan ataupun ketidakpastian. Oleh karena itu perlu diperhatikan penyeragaman aturan tersebut untuk menjamin perlindungan bagi

¹⁹ Rahayu Hartini, *Hukum Pengangkutan*, (Malang: UMM Press, 2007), hlm. 4.

²⁰ *Ibid*, hlm. 15.

semua pihak yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia, khusus bagi pihak yang rentan yaitu kurir.

C. Urgensi Perlindungan Hukum Mekanisme COD Pada *Marketplace*

Perlindungan hukum menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip oleh Satjipto Rahardjo yang menyatakan bahwa konsep perlindungan hukum merupakan salah satu turunan dari teori dan aliran hukum alam.²¹ Bahwa teori perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo memiliki arti suatu upaya hukum yang diberikan oleh penguasa melalui aparat penegak hukum, hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar setiap masyarakat dapat menikmati hak-hak yang dijamin oleh hukum.²²

Selanjutnya, pemahaman konsep perlindungan hukum menurut Sudikno Mertokusumo ialah demi mewujudkan kepentingan sendiri maupun bersama maka diperlukan adanya jaminan hak dan kewajiban, baik bagi setiap individu manusia ataupun bagi setiap kelompok masyarakat.²³ Selain itu, Philipus M. Hadjon juga mengemukakan bahwa perlindungan hukum memiliki makna perlindungan akan harkat, martabat, dan hak asasi manusia yang melekat pada semua subjek hukum dari kesewenangan para penguasa.²⁴ Lebih lanjut, Philipus M. Hadjon pun juga menyatakan bahwa keberadaan perlindungan hukum memiliki 2 (dua) maksud dan tujuan, yaitu pertama ialah upaya preventif yang berupa pencegahan terjadinya sengketa, sehingga mengharuskan pemerintah dalam mengambil suatu kebijakan harus berhati-hati. Kedua, upaya represif yang berupa penyelesaian apabila suatu sengketa telah terjadi, baik secara litigasi maupun non-litigasi.²⁵

Berdasarkan beberapa pengertian perlindungan hukum menurut para ahli tersebut, Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa terpenuhinya perlindungan bagi masyarakat dalam konsep perlindungan hukum terdiri dari beberapa unsur, yaitu:²⁶

- a. Keberadaan unsur pengayoman dari penguasa atau pemerintah terhadap masyarakat;
- b. Adanya jaminan kepastian hukum;

²¹ Annisa Justisia Tirtakoesoemah dan Muhammad Rusli Arafat, "Penerapan Teori Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Atas Penyiaran", *Jurnal Pena Justisia Vol. 18 No.1* (2019): 4.

²² Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 53.

²³ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 9.

²⁴ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1987), hlm. 1-2.

²⁵ *Ibid*, hlm. 29.

²⁶ Satjipto Rahadjo, *Op.Cit.*, 53.

- c. Tujuan perlindungan hukum wajib berkaitan dengan hak-hak masyarakat; serta
- d. Adanya sanksi hukum bagi pihak yang melanggar ketentuan dalam mewujudkan perlindungan hukum.

Unsur-unsur tersebut wajib dilakukan dan dipenuhi secara keseluruhan oleh pemerintah dalam melakukan upaya perlindungan hukum, sehingga pelanggaran-pelanggaran terhadap hak-hak asasi manusia dapat ditekan kejadiannya.

Urgensi perlindungan hukum dalam mekanisme COD pada *marketplace* perlu dilakukan pembahasan lebih lanjut. Sebagaimana diuraikan pada poin sebelumnya terdapat beberapa catatan dan alasan mendasar perlunya perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat pada mekanisme COD dalam *marketplace*. Alasan mendasar yang menjadi urgensi adanya pembaharuan kebijakan melalui mekanisme COD pada *marketplace*, antara lain:

- a. Tidak seragamnya ketentuan tiap *marketplace* dalam penerapan mekanisme COD pada transaksi *online*.

Berkaitan dengan poin ini, sebagaimana terlihat pada pembahasan sebelumnya terlihat bahwa perbedaan ketentuan tiap *marketplace* dalam penerapan mekanisme COD pada transaksi online terdiri atas, pertama berkaitan dengan batasan jangkauan wilayah mekanisme COD dalam setiap transaksi *online*. Kedua, berkaitan dengan ketentuan asuransi atas produk barang/jasa yang telah diperjanjian menjadi obyek jual beli.

- b. Ketentuan mekanisme COD yang tidak lagi sesuai dengan perkembangan masa.

Berkaitan dengan poin ini, penulis memiliki pandangan bahwa para pihak yang terlibat mekanisme COD pada *marketplace* telah tidak sesuai dengan dasar hukum perjanjian jual beli umum yang diatur oleh Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sebagaimana yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, pihak yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* ini terdiri dari penjual, pembeli, penyedia jasa atau pengelola *marketplace*, penyedia jasa ekspedisi, dan kurir. Pengaturan hak dan kewajiban setiap pihak yang diatur dalam berbagai macam produk peraturan perundang-undangan sudah tidak sesuai dengan tujuan hukum, yaitu keadilan, kepastian, dan kemanfaatan hukum. Atas berbedanya setiap instrumen hukum pada pengaturan hak dan kewajiban bagi para pihak yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* ini telah memunculkan permasalahan tidak adanya upaya perlindungan hukum, khususnya bagi kurir. Terkhusus hak dan kewajiban kurir ini hanya diserahkan pada perjanjian kerja dengan perusahaan penyedia jasa ekspedisi, akan tetapi seringkali kurir sebagai pihak perantara

menjadi korban keburukan perlindungan hukum atas berjalannya mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia.

Dengan permasalahan yang sering timbul pada dewasa ini terkait dengan mekanisme COD pada *marketplace*, menurut hemat penulis sudah saatnya pemerintah melakukan pembaharuan hukum yang berkaitan dengan permasalahan ini. Urgensi poin perlindungan hukum, khususnya bagi para pihak yang terlibat menjadi komponen penting dalam pembaharuan hukum terkait dengan dukungan mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia untuk terus dijalankan. Melalui penyeragaman ketentuan, pengaturan hak dan kewajiban bagi para pihak, serta pemenuhan perlindungan hukum menjadi hal penting yang harus segera diselesaikan oleh pemerintah dalam waktu yang cepat dan singkat.

Perlunya konsep perlindungan hukum bagi para pihak agar masyarakat terjamin akan pemenuhan harkat, martabat, dan hak-hak asasi manusia yang akan terus melekat pada masyarakat. Harapan dengan adanya penyeragaman melalui suatu produk peraturan perundang-undangan menjadi titik perubahan bagi para pihak yang terlibat saat ini seringkali tidak merasakan perlindungan hukum, khususnya kurir sebagai perantara dalam mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia saat ini. Keberadaan aturan yang telah ada mengatur perdagangan elektronik, menurut hemat penulis masih terdapat celah sehingga perlu adanya kejelasan lebih lanjut mengenai pengaturan yang telah ada.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis, terdapat beberapa poin kesimpulan yang didapatkan, antara lain:

- a. Mekanisme transaksi *online* dengan menggunakan mekanisme COD pada *marketplace* pada dasarnya merupakan transaksi jual beli yang telah diatur dalam Pasal 1313 KUH Perdata. Selain itu mekanisme COD pada *marketplace* merupakan salah satu jenis transaksi *online* yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia saat ini;
- b. Pihak yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* terdiri dari penjual, pembeli, penyedia jasa atau pengelola *marketplace*, penyedia jasa dan ekspedisi, dan kurir. Seyogyanya para pihak yang terlibat dalam suatu perikatan secara otomatis dan mutlak akan menimbulkan hak dan kewajiban. Akan tetapi dalam mekanisme COD pada *marketplace* saat ini bagi pihak kurir atau perantara belum terdapat pengaturan yang jelas mengenai hak dan kewajibannya, sehingga hal tersebut menciderai perlindungan hukum bagi kurir itu sendiri; serta
- c. Urgensi pembaharuan hukum berupa penyeragaman dan penyatuan ketentuan mengenai mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia menjadi masalah

yang harus segera diselesaikan. Hal ini perlu dilakukan agar konsep perlindungan hukum dapat dinikmati oleh para pihak yang terlibat, khususnya bagi kurir atau perantara yang masih terjadi kekosongan hukum dan ketentuan mengenai hak dan kewajibannya sebagai kurir dalam mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia.

Saran

Dengan merujuk pada hasil pembahasan, terlihat adanya kekosongan hukum dan ketidakseragaman pengaturan ketentuan mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia. Pembaharuan hukum dan penyatuan hukum melalui produk peraturan perundang-undangan wajib dilakukan oleh pemerintah, agar tercapainya teori perlindungan hukum. Selain perlindungan hukum, keberadaan ketentuan aturan tersebut pun akan mewujudkan tujuan hukum sendiri, yaitu keadilan, kepastian, dan kemanfaatan bagi para pihak yang terlibat dalam mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia, khusus pihak kurir atau perantara yang seringkali menjadi korban keburukan dan ketidakjelasan pengaturan mekanisme COD pada *marketplace* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Cambridge University. *Website Meaning in the Cambridge English Dictionary*. 2016.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: PT Bina Ilmu, 1987.
- Hartini, Rahayu. *Hukum Pengangkutan*. Malang: UMM Press, 2007.
- Kurniawan. *Hukum Perlindungan Konsumen (Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa)*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2011.
- Mertokusumo, Sudikno. *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000.
- Serfiani, Cita Yustisia dkk. *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sumitro, Ronny Hanintyo. *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.

Jurnal:

Anjum, Safia dan Chai, Junwu. "Drivers of Cash on Delivery Method of Payment in E-Commerce Shopping: Evidence From Pakistan." *Journal Sage Open*, (2020).

Marco, Robert dan Tyas, Bernadheta. "Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan." *Jurnal Ilmiah DASI Vol.18*, (2017).

Tirtakoesoemah, Annisa Justisia dan Arafat, Muhammad Rusli. "Penerapan Teori Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Atas Penyiaran." *Jurnal Pena Justisia Vol. 18 No. 1* (2019).

Trung, Nghia Duong dkk. "Multi-Sessions Mechanism for Decentralized Cash on Delivery System." *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA) Vol. 10*, (2019).

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.

Internet:

Adhey, "Bang Jago Pelanggan COD Ancam Kurir Pake Samurai, Nasibnya Langsung Berakhir Ngenes", diakses pada 2 Juli 2021 melalui <https://pojoksatu.id/news/berita-nasional/2021/05/26/bang-jago-pelanggan-cod-ancam-kurir-pake-samurai-nasibnya-langsung-berakhir-ngenes/>.

Desy Setyowati, "Empat E-Commerce Berebut Pasar saat Pandemi, Siapa yang Unggul?", diakses pada 30 Juli 2021 melalui <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f6494f8a9bcb/empat-e-commerce-berebut-pasar-saat-pandemi-siapa-yang-unggul>.

Jawahir Gustav Rizal, "Viral Video Kurir COD di Tangerang Diancam Borgol oleh Konsumen, seperti Apa Ceritanya?" diakses pada 2 Juli 2021 melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/18/194200965/viral-video-kurir-cod-di-tangerang-diancam-borgol-oleh-konsumen-seperti-apa>.