

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan pesat *e-commerce* di Indonesia telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara menyeluruh, termasuk dalam cara bertransaksi. Kemudahan akses terhadap platform digital, fleksibilitas waktu berbelanja, dan variasi produk yang melimpah membuat model belanja daring menjadi primadona bagi banyak kalangan.¹ Konsumen tidak lagi harus datang ke toko fisik; cukup dengan gawai dan koneksi internet, transaksi dapat dilakukan kapan saja. Transformasi digital ini tentu tidak hanya berdampak pada pola konsumsi, tetapi juga pada struktur ekonomi, hukum, dan etika bertransaksi itu sendiri.

Salah satu metode pembayaran yang muncul dan sangat diminati dalam transaksi digital di Indonesia adalah *Cash on Delivery* (COD) atau pembayaran di tempat. Sistem ini memungkinkan pembeli untuk membayar barang ketika barang tiba di alamat tujuan, dan awalnya dirancang sebagai bentuk jaminan rasa aman—terutama bagi konsumen yang masih belum sepenuhnya percaya pada sistem pembayaran digital.² Dalam praktiknya, *Cash on Delivery* kerap dianggap sebagai solusi bagi masyarakat yang belum memiliki akses penuh terhadap rekening bank atau sistem pembayaran elektronik.

Namun demikian, sistem ini ternyata menimbulkan persoalan baru yang tidak sedikit. Beberapa studi mencatat bahwa metode *Cash on Delivery* justru melahirkan ketidakseimbangan relasi hukum antara pembeli dan penjual. Konsumen merasa memiliki kontrol penuh untuk menolak atau membatalkan pesanan meskipun proses pengiriman sudah dilakukan.³ Bentuk pembatalan sepihak ini sering kali tidak dibarengi dengan alasan yang dapat diterima secara etika maupun hukum, sehingga memunculkan persoalan tanggung jawab kontraktual.

Akibat dari pembatalan sepihak ini tidak hanya dirasakan oleh penjual, tetapi juga sangat membebani pihak kurir sebagai perantara. Kurir tidak hanya harus menanggung beban kerja tambahan karena pengembalian barang, tetapi juga berisiko menjadi sasaran kekesalan konsumen. Bahkan dalam beberapa kasus, mereka mengalami kekerasan verbal dan fisik yang tidak semestinya.⁴

-
- ¹ Febi Julia Ariska and Elida Elfi Barus, “The Effect of Ease of Use of Tokopedia on Tuition Payments: A Literature Review,” *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025): 95–105, <https://doi.org/https://doi.org/10.51192/ad.v4i2.1678>.
- ² Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver, *E-Commerce: Business, Technology, Society* (New York: Person Education, 2021).
- ³ Abdurrahman Faiz Ridwan et al., “Analisis Tanggung Jawab Hukum Pembeli Atas Wanprestasi Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Metode Pembayaran Cash On Deliver,” *Media Hukum Indonesia (MHI)* 2, no. 5 (2025): 271, <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/view/1272>.
- ⁴ Imelda Martinelli et al., “Pembatalan Sepihak Oleh Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Di Marketplace Dengan Sistem Pembayaran Cash on Delivery,” *Jurnal Kewarganegaraan* 8, no. 1

Ketika sistem tidak menyediakan perlindungan hukum yang memadai bagi kurir maupun penjual, maka keadilan dalam transaksi digital menjadi timpang dan berat sebelah.

Persoalan ini diperburuk oleh rendahnya tingkat literasi digital dan pemahaman hukum masyarakat. Banyak konsumen belum memahami bahwa tindakan pembatalan secara sepihak dalam sistem *Cash on Delivery* dapat dikategorikan sebagai wanprestasi, yaitu pelanggaran terhadap kewajiban yang timbul dari perikatan kontraktual.⁵ Masyarakat masih menganggap transaksi digital sebagai interaksi informal yang bisa dibatalkan sepihak tanpa konsekuensi hukum. Padahal, secara normatif, perjanjian sudah terbentuk sejak konsumen menyatakan niat membeli dan penjual menyetujuinya.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa sistem perlindungan hukum dalam transaksi digital saat ini belum memberikan perlindungan yang proporsional bagi semua pihak. Perlindungan masih cenderung berfokus pada konsumen, sementara penjual dan kurir berada dalam posisi yang rentan terhadap kerugian, baik secara finansial maupun psikologis. Hal ini mencerminkan kekosongan regulasi dalam transaksi *Cash on Delivery* yang belum dijawab oleh sistem hukum positif Indonesia secara konkret.⁶ Tidak hanya secara hukum, dari perspektif sosial dan psikologis, muncul gejala krisis tanggung jawab digital dalam masyarakat. Banyak konsumen merasa tidak memiliki tanggung jawab penuh terhadap transaksi yang mereka lakukan, terutama dalam metode pembayaran di tempat. Hal ini dipicu oleh persepsi bahwa belum ada transaksi yang mengikat jika belum ada pembayaran. Akibatnya, mereka cenderung berperilaku impulsif dan menghindari tanggung jawab saat barang datang.⁷

Beberapa kasus bahkan menunjukkan bahwa kegagalan sistem ini telah menimbulkan keresahan sosial. Kasus-kasus viral di media sosial tentang kurir yang diperlakukan tidak adil oleh konsumen menandakan bahwa ada kegagalan sistemik dalam tata kelola metode pembayaran ini. Permasalahan tersebut tidak bisa hanya dibaca sebagai kasus individual, tetapi sebagai tanda bahwa sistem hukum dan edukasi digital kita masih belum siap mengakomodasi perubahan pesat dalam pola transaksi.⁸ Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode *Cash on Delivery*, meskipun populer, menyimpan potensi problematika hukum dan sosial yang kompleks. Model ini perlu dikaji ulang dalam kerangka hukum yang lebih adil, serta perlu dibarengi dengan peningkatan literasi digital agar transaksi digital tidak hanya mudah dan cepat, tetapi juga adil dan bertanggung jawab bagi semua pihak yang terlibat.

(2024): 710–24, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung>.

⁵ Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2005).

⁶ Tim Penulis et,al “Hukum Perlindungan Konsumen,” 2008, www.freepik.com., acceced 8 Juni 2025

⁷ M.Y. Hasibuan, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Rineka Cipta, 2021).

⁸ Rr. Hesti Setyodyah Lestari, Andia Kusuma Damayanti, and Mowafg Abraham Masuwd, “Optimising Societal Welfare:,” *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 11, no. 1 (March 22, 2025): 20–40, <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v11i1.363>.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk permasalahan yang timbul dalam metode pembayaran *cash on delivery* dalam transaksi digital?
2. Bagaimana dampak penggunaan metode pembayaran *cash on delivery* terhadap ekosistem perdagangan digital?
3. Bagaimana problematika yang terjadi dalam pembelian transaksi digital melalui pembayaran *cash on delivery* didasarkan perlindungan hukum di Indonesia?

1.3 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan disiplin ilmu hukum pada umumnya dan hukum perlindungan konsumen serta hukum transaksi elektronik pada khususnya. Kajian ini dapat memperkaya literatur akademik mengenai permasalahan hukum dalam transaksi digital yang menggunakan metode pembayaran *Cash on Delivery*, serta menjadi rujukan dalam pengembangan teori mengenai tanggung jawab para pihak dalam sistem perdagangan elektronik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna bagi:

a. Bagi konsumen

- Konsumen, untuk memahami hak dan kewajiban hukum dalam transaksi digital, khususnya saat menggunakan sistem pembayaran *Cash on Delivery*, sehingga dapat meningkatkan tanggung jawab dan literasi digital dalam bertransaksi.

b. Bagi pelaku usaha

- Pelaku usaha dan penyedia jasa logistik, sebagai bahan evaluasi terhadap kebijakan internal dan sistem transaksi yang digunakan, terutama dalam meminimalkan kerugian akibat pembatalan sepihak atau wanprestasi dari pihak pembeli.

c. Bagi pemerintah

- Pemerintah dan pembuat kebijakan, sebagai dasar pertimbangan dalam merumuskan regulasi yang lebih tegas dan adil untuk melindungi semua pihak dalam transaksi digital berbasis *Cash on Delivery*.

d. Bagi nasabah

- Peneliti dan akademisi, sebagai referensi ilmiah untuk kajian lebih lanjut terkait aspek sosial, hukum, dan teknologi dalam sistem perdagangan elektronik di Indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bentuk-bentuk permasalahan yang timbul dalam penerapan metode pembayaran *Cash on Delivery* dalam transaksi digital di Indonesia.
2. Mengidentifikasi dan menjelaskan dampak penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery* terhadap ekosistem perdagangan digital, khususnya terhadap konsumen, pelaku usaha, dan penyedia jasa pengiriman.
3. Mengkaji dan mengevaluasi problematika hukum yang terjadi dalam pembelian transaksi digital melalui metode pembayaran *Cash on Delivery* berdasarkan perspektif perlindungan hukum di Indonesia.

1.5 Kerangka Teori dan Konsepsi

a. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan dua teori hukum sebagai landasan berpikir utama, yaitu:

1. Teori Hukum Perjanjian

Teori hukum perjanjian digunakan untuk menganalisis hubungan hukum antara penjual dan pembeli dalam transaksi digital dengan sistem pembayaran *Cash on Delivery*. Dalam konteks hukum perdata Indonesia, setiap perjanjian yang sah menciptakan kewajiban yang mengikat sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 KUHPerdata, yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.⁹

Menurut Subekti, perjanjian merupakan suatu peristiwa di mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melakukan sesuatu.¹⁰ Dalam konteks ini, ketika pembeli menekan tombol "beli" pada platform e-commerce, secara hukum itu telah membentuk sebuah perikatan yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak.

2. Teori Perlindungan Konsumen

Teori ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen sekaligus pelaku usaha dari praktik yang merugikan dalam transaksi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dan konsumen sama-sama memiliki hak dan kewajiban yang harus dihormati.

Menurut M.Y. Hasibuan, perlindungan konsumen adalah upaya untuk memberikan jaminan hukum terhadap konsumen dan memastikan tanggung jawab pelaku usaha.¹¹ Dalam konteks penelitian ini, teori ini membantu menilai apakah sistem *Cash on Delivery* menciptakan ketidakseimbangan antara hak

⁹ Tim Penulis et.,al "BUNGA RAMPAI HUKUM KENOTARIATAN, n.D," n.d., www.freepik.com.

¹⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, 2005.

¹¹ Hasibuan, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*.

konsumen dan kewajiban pelaku usaha, serta perlindungan terhadap kurir yang tidak secara langsung disebut dalam undang-undang.

b. Kerangka konseptual

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Transaksi Digital

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 22/23/PBI/2020, transaksi digital adalah kegiatan jual beli yang dilakukan dengan perantara teknologi informasi dan sistem elektronik, baik melalui platform daring maupun aplikasi.

b) *Cash on Delivery*

Menurut Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Privat, *Cash on Delivery* atau pembayaran di tempat adalah metode pembayaran yang dilakukan oleh pembeli kepada kurir saat barang diterima di lokasi tujuan.

c) Perlindungan Konsumen

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (1), perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.¹²

d) Wanprestasi

Menurut Subekti, wanprestasi adalah keadaan di mana salah satu pihak dalam perjanjian tidak memenuhi prestasi sebagaimana disepakati, atau memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai atau terlambat.¹³ Dalam konteks ini, pembatalan sepihak oleh konsumen saat barang telah dikirim dapat dikategorikan sebagai wanprestasi.

¹² “UNDANG UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN” (1999).

¹³ Subekti, *Aneka Perjanjian* (Citra Aditya Bakti, 2007).