

Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi e-commerce dengan Sistem COD (Cash On Delivery)

by I Wayan Gde Wiryawan

Submission date: 25-Jul-2021 11:26AM (UTC+0700)

Submission ID: 1623630833

File name: Artikel_Jurnal_I_Wayan_Gde_Wiryawan.docx (298.63K)

Word count: 6013

Character count: 41592

Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi e-commerce dengan Sistem COD (Cash On Delivery)

I Wayan Gde Wiryawan

Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar, E-mail: gdewiryawan@unmas.ac.id

Info Artikel

Masuk:

Diterima:

Terbit:

Keywords:

Legal protection; E-commerce, Courier

Kata kunci:

Perlindungan hukum; e-commerce, kurir.

Corresponding Author:

I Wayan Gde Wiryawan, E-mail: gdewiryawan@unmas.ac.id

DOI:

Xxxxxxx

Abstract

The massive development of electronic commerce (e-commerce) in the digital era has made shipping service companies have a central role in shipping goods to consumers, which causes couriers to deal directly with buyers. However, if there is a complaint against the seller, it will cause material and immaterial losses to the courier as a worker in a shipping service company. This study examines two problems that occur in transactions using the COD (Cash on Delivery) system. First, the rights and obligations of couriers in e-commerce with the COD (Cash on Delivery) system, and second the legal protection of couriers against consumer complaints in e-commerce using the COD system. This article also examines the development of e-commerce transactions with various innovations that potentially will increase the complexity of shipping issues as the final of online buying and selling transactions. The regulation of the COD mechanism on the marketplace organizer page is only a technical guideline that does not have legal force to protect couriers. This legal vacuum causes the absence of clear guidelines for risk management and a mitigation system for the problems faced by couriers in shipping goods using the COD system of the shipping Company.

Abstrak

Perkembangan perdagangan secara elektronik (e-commerce) yang massif pada era digital telah menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki peran sentral dalam distribusi barang kepada konsumen yang menyebabkan kurir akan berhadapan langsung pembeli. Namun, jika terjadi komplain terhadap penjual akan menimbulkan kerugian materiil dan immateriil terhadap kurir sebagai pekerja pada perusahaan jasa pengiriman. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai dua permasalahan yang terjadi pada transaksi dengan sistem COD. Pertama hak dan kewajiban kurir dalam e-commerce dengan sistem COD (Cash on Delivery) dan kedua, perlindungan hukum kurir terhadap komplain konsumen dalam e-commerce yang menggunakan sistem COD. Artikel ini membahas tentang perkembangan transaksi e-commerce dengan berbagai inovasinya yang juga berpotensi terhadap semakin kompleksnya permasalahan kurir sebagai ujung dari transaksi jual-beli secara online. Pengaturan mekanisme COD dalam laman penyelenggara marketplace hanya berupa pedoman teknis yang tidak memiliki kekuatan hukum

untuk melindungi kurir. Kekosongan hukum tersebut menyebabkan perusahaan tidak memiliki panduan yang jelas terhadap manajemen resiko dan sistem mitigasi terhadap permasalahan yang dihadapi kurir dalam mengirimkan barang dengan system COD.

1. Pendahuluan

Modernisasi telah menyebabkan terjadinya perubahan yang signifikan terhadap sikap, mental, pengetahuan, keterampilan dan struktur sosial, dalam rangka menuju kesejahteraan hidup yang akan menuntut adanya kemauan dan memiliki kecakapan untuk melakukan modernisasi berbagai aspek kehidupannya termasuk bidang ekonomi. Industrialisasi sebagai proses modernisasi ekonomi ditandai juga termasuk kemajuan aspek kehidupan agama dan kepercayaan masyarakat¹

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan digitalisasi berbagai aspek kehidupan yang menyebabkan perubahan gaya hidup menjadi gaya hidup baru yang menjadikan perangkat elektronik sebagai kebutuhan utama tidak terkecuali dalam bidang ekonomi sebagai bidang kehidupan yang paling dinamis. Pemenuhan kebutuhan manusia dengan teknologi menjadi suatu keharusan guna mempermudah manusia melakukan apapun aktivitasnya yang pada akhirnya merubah peradaban manusia menuju era digital. Perubahan yang massif akibat Era digital telah membawa dampak positif dalam kehidupan manusia yang pada sisi yang lain era digital juga memiliki dampak negatif sehingga sekaligus tantangan baru dalam berbagai bidang kehidupan termasuk bidang ekonomi.

Pentingnya teknologi dalam kehidupan manusia telah menjadikan perkembangan teknologi informasi berjalan linier dengan perkembangan kehidupan manusia seiring berjalannya perkembangan manusia. Teknologi informasi telah dimanfaatkan pelaku usaha sebagai peluang bisnis dengan berkembangnya bisnis digital yang sangat marak karena dirasa lebih dipermudah. Dengan memanfaatkan bisnis online kebutuhan barang dan jasa akan lebih mudah untuk dicari dan didapatkan² Pemanfaatan teknologi dengan mengoptimalkan nilai tambah ekonomi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan ditengah persaingan ekonomi semakin tajam ditandai dengan berkembangnya perdagangan secara elektronik (*electronic commerce* yang selanjutnya disebut *e-commerce*), merupakan transaksi bisnis yang melibatkan berbagai pihak dengan memanfaatkan media elektronik khususnya internet.

Mengantisipasi dampak perkembangan penggunaan media elektronik, Negara Indonesia telah mengatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (yang selanjutnya disebut UU No. 11/2008), yang pada prinsipnya ditetapkan untuk mengantisipasi perkembangan penggunaan Internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa menurut survey Asosiasi

¹ Matondang, Asnawati. (2019). *Dampak Modernisasi Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat*. Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, USU, 8 (2), ISSN. 2089-8592, h. 188

² Setyaningsih, Sri Utami. (2010). *Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis*, Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi, Faculty of Economy, Universitas Slamet Riyadi, 8 (1), E-ISSN. 2656-3797, h. 63

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2020, yang terjadi peningkatan 8,9 % atau 23,5 juta dari tahun 2018 merupakan peluang yang sangat besar bagi pelaku bisnis dengan memanfaatkan sarana *e-commerce*. jumlah pengguna internet dari 64,8% menjadi 73,7% dari 266,9 Juta penduduk Indonesia kondisi demikian secara tidak langsung telah berakibat pada pembelian *online* semakin meningkat pada tahun 2018 dilakukan konsumen yang usianya didominasi usia 19-34 tahun dengan nilai transaksi sampai 144 triliun.³

Seperti halnya transaksi jual beli konvensional, transaksi jual beli *online* perlindungan konsumen adalah salah satu hal yang penting sehingga Negara Indonesia telah mengatur perlindungan terhadap konsumen dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 9 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut UU No. 9/1999). Pada sisi yang lain *e-commerce* memiliki tantangan nyata yang semakin kompleks karena dipengaruhi pesatnya perkembangan teknologi yang membawa dampak pada setiap sisi kehidupan manusia, sehingga akan berdampak pada perilaku konsumen pada akhirnya pelaku usaha dibidang *e-commerce* dituntut kreatif dan inovatif dalam mengelola bisnisnya. Salah satu model transaksi yang berbeda dari proses transaksi sebelumnya yaitu COD (*Cash on Delivery*) yang merupakan metode transaksi jual beli yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dimana pembayaran terhadap barang dilakukan secara tunai ketika pesanan sampai ke pembeli, dengan cara melakukan pembayaran kepada kurir yang mengantarkan barang.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* tidak dapat dilepaskan dari eksistensi perusahaan jasa pengiriman barang yang menjadi pendukung utama karena sebagai penghubung antara penjual dan pembeli, sehingga berkembangnya bisnis *online* akan berjalan simultan dengan perkembangan perusahaan jasa pengiriman barang yang menyebabkan tingkat persaingan yang tinggi. Untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis jasa pengiriman barang, pelaku usaha akan menyusun berbagai strategi, salah satunya memfasilitasi berbagai model transaksi yang ditawarkan oleh pihak pelaku bisnis *online*, yang secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan kompleksnya permasalahan yang muncul dalam hal pertanggungjawaban perusahaan jasa pengiriman barang, sehingga secara hukum dimungkinkan adanya upaya mengurangi beban pertanggungjawaban perusahaan pengangkutan barang dengan menetapkan aturan dan persyaratan pengiriman barang.⁴

Pengaturan mengenai pertanggungjawaban seperti diatas tidak serta merta menghilangkan salah satu permasalahan krusial dalam sistem transaksi *e-commerce* adalah ketidakpuasan pembeli yang ditunjukkan dalam bentuk beraneka ragam perilaku komplain Ketika ada ketidakpuasan. Respon konsumen dipengaruhi karakter konsumen dalam tipe complain yang dilakukan oleh konsumen belanja *online* terhadap ketidakpuasan yang dihadapi ketika mengkonsumsi produk atau jasa dengan memperhatikan kualitas produk, layanan, nilai dan faktor personal.⁵

Maraknya kasus komplain pembeli dalam *e-commerce* dengan perlakuan tidak menyenangkan dan bahkan sampai pada pengancaman dari pembeli yang melakukan

³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. Survei asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia. <http://www.apjii.or.id>. (diakses 6 Juli 2021)

⁴ Mahadewi, I Gusti Agung Ika, Laksmi, Nurmawati, Made. (2019). Tanggung Jawab Perusahaan Jasa pengiriman Barang Dengan Kendaraan Bermotor. Jurnal Kertha Wicara, Fakultas Hukum Udayana, 8 (12), ISSN. 2303-0550, h. 3

⁵ Aisyiyah, Nasyiatul, Hartoyo, Krisnatuti, Diah. (2019). Analisis Perilaku Komplain Konsumen Online Shopping, Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen, Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Institut Pertanian Bogor 12 (3), ISSN.25023594. h. 257

transaksi belanja *online* dengan memilih metode pembayaran COD sebagai akibat barang tidak sesuai dengan pesanan,⁶ merupakan fenomena sosial yang berpotensi menimbulkan masalah hukum baru yang harus dilihat dari berbagai perspektif. Sistem transaksi *e-commerce* yang pada prinsipnya kurir hanya menjalankan kewajiban yang dibebankan oleh penjual untuk mengantarkan produk kepada pembeli atau dalam metode pembayaran COD kurir diwajibkan bertemu langsung dengan pembeli untuk melakukan transaksi dengan menerima pembayaran pada kenyataannya tidak berjalan dengan baik. Adanya pembeli yang menolak membayar barang yang dipesan dan kadang-kadang ditambah dengan melakukan tindakan menyerang personal dari kurir akan menimbulkan kerugian materiil dan imateriil dari kurir tersebut. Melihat fenomena ini Ketua Komisi Komunikasi dan Edukasi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN RI) Johan Efendi, pembeli masih banyak yang tidak paham mekanisme COD,⁷ para kurir yang hanya memiliki kewajiban mengirimkan barang, justru menjadi korban kemarahan pembeli terhadap permasalahan yang bukan menjadi tanggungjawabnya.

Artikel ini membahas kajian yang khusus yang menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih memfokuskan pada perlindungan terhadap pembeli dalam transaksi *e-commerce*, pertanggungjawaban penjual terhadap ketidaksesuaian jenis maupun spesifikasi barang sedangkan penelitian ini lebih difokuskan pada aspek perlindungan terhadap kurir sebagai pekerja di perusahaan jasa pengiriman yang yang dilindungi dengan Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (selanjutnya disebut UU No. 13/2003) yang diperbaharui dengan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (selanjutnya disebut UU No. 11/2020) pada kenyataannya dalam melakukan pekerjaannya memiliki potensi permasalahan hukum yang baru.

4

2. Metode Penelitian

Tulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif karena fokus kajian berangkat dari kekosongan norma, yang mengatur perlindungan terhadap kurir sebagai pekerja pada perusahaan jasa pengiriman barang yang tunduk dalam pengaturan UU No. 13/2003 yang diperbaharui dengan UU No. 11/2020 dan berbagai peraturan teknis lain seperti UU No. 9/1999, No. 14/2008. Pendekatan yang dipergunakan dalam tulisan ini adalah *statute approach*, yaitu pendekatan perundang-undangan, *conceptual approach* yaitu pendekatan konsep hukum, serta *analytical approach* yaitu pendekatan analitis hukum. Teknik penelusuran bahan hukum menggunakan teknik studi dokumen terhadap bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan topik penelitian, Buku-buku hukum, jurnal, ensiklopedia dan lain sebagainya sebagai bahan Hukum Sekunder dan Tersier. Selanjutnya tulisan ini melakukan analisis kajian menggunakan analisis kualitatif. Teknik penyajian bahan hukum pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu data atau bahan hukum yang disajikan tidak dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka⁸ sehingga dapat dijabarkan jawaban terhadap permasalahan

⁶ Begini Tanggapan YLKI Soal Maraknya Kasus Pembeli Ancam Kurir Saat Terima Pesanan COD, <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/06/02/begini-tanggapan-ylki-soal-maraknya-kasus-pembeli-ancam-kurir-saat-terima-pesanan-cod>. (diakses, 9 Juli 2021)

⁷ Badan Perlindungan Konsumen Republik Indonesia (BPKN RI), *Marak COD bermasalah BPKNRI beri Penjelasan*, <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2356>, (diakses 9 Juli 2021)

⁸ Muhandjir, Noeng. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarisin. h. 2

dalam penelitian ini secara sistematis dan komprehensif dengan bahan hukum dan teori yang didapat.

51

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Hak dan Kewajiban Kurir Dalam Transaksi E-Commerce.

Perkembangan Teknologi Informasi telah merasuki berbagai bidang kehidupan manusia tidak terkecuali dalam dunia bisnis yang dapat memfasilitasi 4 (empat) set layanan inti dalam menunjang strategi bisnis yang meliputi otomatisasi proses bisnis, memberikan informasi, menghubungkan dengan pelanggan, dan alat-alat produktivitas.⁹ Melemahnya perekonomian dunia pada periode tertentu yang menyebabkan penurunan bisnis konvensional dijadikan peluang dengan seni bisnis, konsep, dan metode, serta pola pikir dilandasi dengan penguasaan dan mengeksploitasi teknologi informasi atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce* dan *e-business*.¹⁰

Adanya inovasi bidang teknologi pada awal tahun 1970an merupakan awal mula keberadaan *e-commerce*, adanya sistem *electronic fund transfer* (EFT), *electronic data interchange* (EDI) yang pada awalnya fokus pada transaksi keuangan yang selanjutnya ke proses transaksi lain yang berakibat semakin besarnya jumlah perusahaan yang terlibat. Tumbuh dan berkembangnya aplikasi yang memiliki jangkauan dari perdagangan saham hingga sistem reservasi perjalanan yang pada era tersebut itu disebut sebagai aplikasi telekomunikasi yang memiliki nilai strategis yang tinggi. Selanjutnya pada awal 1990-an dengan komersialisasi internet yang berakibat pada pertumbuhan pengguna yang sangat tinggi dijadikan potensi market yang besar, maka muncullah istilah *electronic commerce* (*e-commerce*), dengan perkembangan aplikasi yang sangat pesat. Selanjutnya Prasetyo Budi Widagdo, mengutip Suyanto, 2003 tentang hasil studi pusat riset *e-commerce* Universitas Texas terhadap perusahaan yang bergerak dibidang internet, bahwa *e-commerce* adalah sektor dengan pertumbuhan paling cepat dengan kenaikan sampai 72% dari \$99,8 milyar menjadi \$171,5 milyar, dimana tahun 2002, pendapatan yang dihasilkan dari internet diatas satu triliun dolar yang salah satu penyebab utamanya adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis lain.¹¹

Perkembangan *e-commerce* memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan transaksi pengiriman secara langsung berdampak pada peningkatan eksistensi perusahaan jasa pengiriman, hal itu telah terungkap dalam berbagai riset, seperti yang dikemukakan oleh Fatolosa Hulu yang hasil temuannya menyatakan bahwa pelanggan salah satu perusahaan jasa pengiriman yaitu JNE meningkat, 30-40% setiap tahun, yang sampai saat ini masih sangat konsisten. Pengiriman JNE yang didominasi pengiriman *e-commerce* sampai pada hitungan 60-70%. Masifnya perkembangan teknologi digital yang menjadikan JNE menghadapi ketatnya persaingan yang tidak hanya sesama perusahaan kurir, tetapi penyedia aplikasi dan perusahaan seperti Go-Send dan e-

⁹ Setiawan, Wawan. (2017). *Era Digital Dan Tantangannya*. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan 2017: Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal Untuk Menghadapi Isu-Isu Strategis Terkini Di Era Digital, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung, ISBN. 9786025008801, h. 2

¹⁰ Widhianto, Chandra Wibowo. (2002). *E-Business: Teknologi dan Peluang Bisnis di Indonesia*. The Winners Universitas Bina Nusantara (Binus), 3 (2), ISSN. 25412388, h. 20

¹¹ Prasetyo, Budi Widagdo. *Perkembangan Electronic Commerce (E-commerce) di Indonesia*, https://www.academia.edu/download/50896905/revisi_ekoreg_Prasetyo_07733.pdf, (diakses 18 Juli 2021)

commerce yang mulai memiliki perusahaan kurir sendiri, serta perusahaan kurir baru tumbuh dan berkembang sangat pesat menjadikan ketatnya persaingan bisnis kurir.¹²

Terbukanya peluang usaha yang terbuka lebar telah menyebabkan persaingan di dunia *e-commerce* sangat ketat dengan bermunculan perusahaan baru yang berakibat pada persaingan yang semakin sengit, yang akan secara langsung merangsang inovasi dari perusahaan untuk memenangi persaingan tersebut, salah satunya inovasinya adanya sistem *Cash on Delivery* (COD). *Cambridge Dictionary* mendefinisikan COD dengan terjemahan bebasnya adalah metode bisnis di mana perusahaan (penjual) akan mengirimkan barang ke pembeli dan pembayaran akan dilakukan saat barang diserahkan kepada pelanggan.

Dikembangkannya sistem COD tidak terlepas dari kelebihan dan kekurangan yang menjadikan COD semakin diminati oleh pembeli. Salah satu kelebihan COD adalah adanya kepastian bahwa barang yang dibeli sampai ditangannya terlebih dahulu sebelum membayar sehingga menimbulkan jaminan keamanan dari penipuan. Sedangkan salah satu kekurangannya adalah pembeli berpotensi menolak membayar sebagai wujud komplain dari pembeli akibat barang tidak sesuai.

Adanya komplain konsumen dalam transaksi belanja *online* yang cukup tinggi telah terungkap dalam berbagai riset seperti yang dikemukakan oleh Daily Socialid (2016) yang menyatakan bahwa transaksi belanja *online* memiliki kekurangan dan kendala, yaitu tingginya keraguan konsumen 40,6 dengan proporsi dan permasalahan dari sisi layanan maupun produk yang meliputi: (a) waktu pengiriman, menyangkut ketepatan waktu kirim oleh penjual yang berakibat pada ketepatan waktu penerimaan barang, (b) konfirmasi pembayaran, kendala teknis dalam melakukan konfirmasi terhadap pembayaran yang sudah dilakukan oleh pembeli, (c) kesalahan pengiriman produk, adanya ketidaksesuaian spesifikasi produk yang dipesan dengan yang dikirim, dan (d) produk cacat, adanya cacat produksi atau cacat akibat penyimpanan, pengiriman, dll. Pada bagian lain Quareshi (2015) juga mengungkapkan permasalahan lain yaitu (a) kurangnya keamanan, keamanan dalam proses pengemasan dan pengiriman yang tidak terjamin keamanannya, (b) tidak adanya pemeriksaan fisik produk, pembelit tidak dimungkinkan melakukan pemeriksaan dalam transaksi *online* (c) kurangnya informasi, dan tampilan visual, informasi dan gambaran visual terhadap barang yang tidak sesuai dengan kenyataannya. Hal tersebut menjadi penyebab utama ketidakpuasan konsumen *online*. Sedangkan Cao, Haya, & Paul (2017) mengungkapkan beberapa faktor lain yang berdampak pada tingkat kepuasan konsumen dan minat beli adalah layanan pelanggan, pengiriman, dan sistem pelacakan pasca pembelian.¹³ Dari hasil riset tersebut menunjukkan bahwa beragamnya indikator kekurangan menjadi potensi untuk menimbulkan komplain konsumen dalam transaksi belanja *online* yang menyebabkan selalu terjadi peningkatan *complain*, seperti yang diungkapkan oleh APJII pada tahun 2017 komplain belanja *online* mencapai mencapai 16 persen.

Fenomena tersebut tidak menghalangi perkembangan perusahaan jasa pengiriman barang baru, dimana perusahaan penyedia aplikasi ikut meramaikan persaingan. Terhadap fenomena tersebut pasar menyambut baik karena setiap perusahaan akan berupaya memberikan pelayanan agar mampu memenuhi ekspektasi dari konsumen dibandingkan perusahaan pengangkutan barang yang sudah ada. Sedangkan pada sisi

¹² Hulu, Fatolosa. (2017). *Dampak Bisnis Online Terhadap Peningkatan Pemasaran Jasa Pengiriman Barang Melalui Jne Gunungsitoli-Nias*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pembnas, STIE Pembangunan Nasional, 1 (1). ISSN. 26848694, h. 3

¹³ Aisyiyah, Nasyiatul. Hartoyo, Krisnatuti. Diah. (2019), Op.Cit, h. 249

perusahaan dengan peningkatan layanan akan menyebabkan peningkatan omset, sehingga inovasi dalam sistem pembayaran seperti COD dianggap sebagai sistem openopang *e-commerce* yang potensial.

Transaksi belanja *online* sebagai hubungan hukum keperdataan didasarkan atas perjanjian. Dalam dunia bisnis perjanjian memiliki arti penting karena akan menjadi pegangan, pedoman, alat bukti bagi para pihak. Dalam doktrin ilmu hukum perjanjian secara umum dapat didefinisikan sebagai kesepakatan para pihak tentang sesuatu hal yang melahirkan perikatan/hubungan hukum, menimbulkan hak dan kewajiban, perjanjian melahirkan perikatan yang menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yaitu berupa hak dan kewajiban secara timbal balik antara para pihak.¹⁴ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUH Perdata) merupakan sumber hukum perjanjian. Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang berbunyi: "Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya" sehingga para pihak dapat menjadikan perjanjian sebagai jaminan dan kepastian hukum bagi para pihak. Pada akhirnya para pihak diharapkan dapat menjalankan kesepakatan yang telah diatur dalam substansi perjanjian tersebut.¹⁵

Munculnya metode pembayaran COD dalam transaksi *e-commerce* yang difasilitasi oleh marketplace juga tidak terlepas dari prinsip perjanjian terhadap setidaknya 5 (lima) pihak yang terlibat, yaitu penyelenggara marketplace, penjual, penyedia jasa ekspedisi, kurir, dan pembeli, dengan teknis proses transaksi sebagai berikut:¹⁶ (a) marketplace memfasilitasi penjual untuk memasarkan barang, (b) pembeli membeli melalui marketplace, proses pembelian adalah dengan menyepakati barang, jumlah barang, harga, biaya pengiriman, perusahaan pengangkutan barang, dan metode pembayaran (dalam hal ini COD), (c) penjual melakukan pengemasan barang dan melakukan pengiriman dengan perusahaan pengangkutan barang telah dipilih pembeli, (d) barang dikirim oleh kurir ekspedisi ke alamat pembeli, (e) pembeli melakukan pembayaran sesuai kesepakatan harga dengan penjual kepada kurir.

Keterlibatan beberapa pihak dalam *e-commerce* yang melibatkan beberapa pihak menjadikan hubungan hukumnya semakin kompleks, karena semakin banyak kepentingan dari pihak yang mesti difasilitasi dalam hubungan hukum tersebut dan pada sisi yang berbeda potensi permasalahan juga akan semakin besar jika terdapat salah satu atau beberapa pihak yang berkait tidak memahami konstruksi hukum yang dibangun yang akan secara otomatis berakibat pada ketidakpahaman hak dan kewajiban terhadap dirinya dan pihak yang lain. Hal tersebut menjadi potensi masalah baru yang muncul ketika salah satu pihak menuntut haknya kepada pihak lain yang tidak memiliki kewajiban untuk memenuhi hak dari yang bersangkutan.

Perusahaan penyelenggara marketplace mengatur sendiri metode pembayaran, cara penerimaan barang, cara komplain dan lain sebagainya. Terhadap ketentuan tersebut konsumen wajib membaca terlebih dahulu syarat dan ketentuan COD

¹⁴ Satrio, J. (1995). *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Buku 1. Bandung: Citra Aditya Bakti. h. 23

¹⁵ Sinaga, Niru Anita. (2019). *Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Fakultas Hukum Universitas Suryadharma. 10 (1), ISSN. 2656-1141, h.3

¹⁶ *Ogah Bayar Pesanan Cash on Delivery (COD), Ini Hukumnya!*, <https://m.hukumonline.com/clinic/detail/ulasan/lt60a78e8f5f1ca/ogah-bayar-pesanan-i-cash-on-delivery-i-cod-ini-hukumnya/>, (diakses 18 Juli 2021)

di *marketplace* yang bersangkutan karena dalam beberapa laman *marketplace* juga kadangkala ada yang mengatur akibat hukum jika pembeli menolak menerima barang dengan alasan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, maupun mekanisme pengembalian barang yang tidak sesuai pesanan ke penjual, dan sebagainya sehingga dapat diketahui batasan hak dan kewajiban dari kurir tersebut.

Hubungan hukum antara pembeli dan penjual yang akan melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak sesuai dengan yang disepakati. Penolakan pembeli untuk melakukan pembayaran terhadap barang dapat disebut sebagai wanprestasi. Sebagai akibat hukumnya, tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh penjual sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 1266, 1267, dan 1517 KUH Perdata, dan sebaliknya jika barang yang dikirimkan penjual tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, pembeli berhak atas kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, dan penjual wajib memberikannya. Secara khusus pembeli sebagai konsumen dalam transaksi *e-commerce* dilindungi dengan UU No. 8/1999 tentang perlindungan Konsumen mengatur tentang hak-hak dari konsumen, yang pada pasal 4 mengatur tentang hak-hak dari konsumen. Pasal 4 huruf a menegaskan bahwa “konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa”. Kerugian konsumen akibat barang cacat atau hilang akan mengganggu kenyamanan dan merugikan pembeli. Selanjutnya dalam Pasal 4 juga diatur hak-hak lain dari konsumen yang menunjukkan bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan bisnis, karena dalam bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen.¹⁷ Permasalahan belanja *online* dengan COD tidak terlepas dari keinginan konsumen agar terhindar dari penipuan dalam belanja *online*, sehingga konsumen selalu berkeinginan untuk memeriksa terlebih dulu barang pesanan sebelum membayar walaupun ketentuan dalam COD pembeli tidak boleh membuka pesanan sebelum pembayaran, sehingga akan terjadi beberapa permasalahan yang seperti pembeli melakukan tindakan komplain kepada kurir dengan cara yang melanggar hukum seperti pengancaman, penghinaan dan sebagainya kepada kurir yang tidak mengetahui detail transaksi belanja *online* antara pembeli dan penjual, bahkan dalam berbagai pemberitaan di media seringkali keluhan tersebut disampaikan dengan penyerangan terhadap personal dari kurir dengan melakukan penghinaan sampai pada ancaman senjata tajam.

Kurir sebagai pekerja yang sedang menjalankan profesinya, secara normative memiliki hak dan kewajiban yang telah diatur secara normative dalam peraturan perundang-undangan, baik dalam UU No. 13/2003 tentang Ketenagakerjaan yang selanjutnya diubah UU No. 11/2020 tentang Cipta Kerja dan dalam berbagai regulasi dan kebijakan lain. Ketentuan dalam regulasi dan kebijakan tersebut akan dikonkritkan lagi dalam ketentuan teknis yang menyangkut bidang kerjanya dalam Perjanjian Kerja, Peraturan Perusahaan, Perjanjian Kerja Bersama (PKB), *job Description*, maupun ketentuan lain yang dijadikan dasar dalam mengatur hak dan kewajiban pekerja pada perusahaan jasa jasa pengiriman barang. Dengan dijalankannya kewajiban oleh kurir, maka dalam menjalankan profesinya kurir akan memperoleh hak untuk memperoleh perlindungan sesuai yang diatur atas: (a) Keselamatan dan Kesehatan Kerja; (b) Moral dan Kesusilaan; dan (c) Perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia serta nilai-nilai agama, seperti yang diatur dalam pasal 86 Undang-Undang No. 13/2003 Tentang Ketenagakerjaan.

¹⁷Miru, Ahmadi. (2013). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. h. 1

Dalam sistem COD dapat diinventarisasi hak dan kewajiban kurir yaitu, bahwa kurir dalam menjalankan profesinya adalah menjalankan kewajiban sebagai pekerja dari perusahaan jasa jasa pengiriman yang bekerja sama dengan *marketplace*, yang oleh masing di *marketplace* dilaman platformnya sudah diatur secara eksplisit tentang mekanisme proses transaksi belanja *online* yang secara implisit menunjukan hak dan kewajiban kurir. Pengaturan mekanisme transaksi belanja *online* dengan metode pembayaran COD telah diupayakan untuk agar pembeli dapat mengetahui hak dan kewajiban dari pembeli dan kurir yang dalam teknis operasionalnya juga ditambahkan dengan penjelasan dari kurir bahwa setelah paket barang COD diterima oleh pembeli wajib melakukan pembayaran kepada kurir sebelum paket barang dibuka.

Adanya Tindakan pembeli yang tidak membayar biaya ongkos kirim COD maupun barang yang dikirim, menyebabkan kerugian pada kurir, karena kadangkala ada perusahaan jasa jasa pengiriman yang membebaskan tanggungjawab kepada kurir jika barang COD tidak bayar. Timbulnya kerugian terhadap kurir tersebut sebagai akibat ketidakpahaman tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak menurut Tulus Abadi, Ketua Harian Lembaga Yayasan Keluhan Konsumen (YLKI) menunjukan bahwa masih rendahnya literasi dan edukasi yang dituntut dalam era digital terhadap sebagian konsumen tentang *e-commerce*.¹⁸

¹⁹ 3.2. Perlindungan hukum pekerja kurir terhadap complain konsumen dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*).

Perkembangan *e-commerce* yang masif dikarenakan adanya kemudahan dan kelebihan dibandingkan dengan konsep belanja yang konvensional. Konsep bisnis online menyebabkan banyak keuntungan yang dirasakan pihak konsumen, produsen maupun penjual. Proses transaksi yang cepat, dan efisiensi biaya operasional akibat tidak diperlukannya toko fisik¹⁹ menjadikan belanja *online* sebagai *life style* dalam kehidupan masyarakat sekarang. Pada prinsipnya transaksi *e-commerce* didasarkan atas perjanjian jual beli, sama halnya dengan transaksi jual beli konvensional yang dilakukan masyarakat. Keduanya memiliki perbedaan hanya pada media yang digunakan. Transaksi konvensional dilakukan berhadapan secara langsung sedangkan transaksi *e-commerce* mempergunakan media elektronik yaitu internet sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang terjadi melalui *online*, hal itu secara tegas telah diatur dalam UU No. 11/2008 yang mengatur bahwa terdapat perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen dalam suatu transaksi jual beli dilakukan secara *online*.

Perjanjian dalam transaksi *e-commerce* pada hakekatnya tidak dapat berdiri sendiri, karena secara teoritis dinyatakan bahwa sebuah palin tidak terdapat 4 (empat) komponen dalam sistem *e-commerce*: (a) pihak penyedia store/*marketplace*, (b) penjual dan pembeli, yang memiliki fungsi dan tugas berbeda, (c) Payment Gateway, system pembayaran, dan (d) Jasa Pengiriman, pihak yang bertanggungjawab untuk pendistribusian barang.²⁰ Keempat komponen utama tersebut menjadi peluang usaha yang sangat prospektif dalam perkembangan transaksi *e-commerce*. Berkembangnya usaha jasa pengiriman adalah menjadi dampak langsung dari transaksi para pihak tidak

¹⁸ Mengenal Sistem COD di Ecommerce yang Bikin Kurir Kerap Jadi Korban Ancaman, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/mengenal-sistem-cod-di-e-commerce-yang-bikin-kurir-kerap-jadi-korban-ancaman-1vp8P4OOupn/full>, (diakses 19 Juli 2021)

¹⁹ Hulu, Fatolosa, Op.Cit, h. 2

²⁰ Sistem *e-commerce* dan Perlindungan Konsumen, <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>, (diakses 15 Juli 2021)

saling bertemu dari awal proses transaksi sampai pada serah terima barang, bahkan usaha jasa pengiriman menjadi bisnis yang menjanjikan karena adanya jarak yang jauh antara penjual dan pembeli sehingga akan menjadikan jasa pengiriman menjadi bagian penting dalam transaksi *e-commerce*.

Pertumbuhan jasa pengiriman berkembang seiring dengan bertumbuhnya *e-commerce* di Indonesia, Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo) menilai bahwa bisnis di bidang pengiriman jasa dan barang semakin tumbuh seiring dengan keberadaan penetrasi internet beserta infrastrukturnya.²¹ Sejalan dengan hal itu pada tahun 2020 diungkapkan oleh Supply Chain Indonesia (SCI) mengemukakan bahwa industri pengiriman barang memiliki pertumbuhan positif setiap tahun seiring dengan berkembangnya *e-commerce* di Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Asperindo, hingga saat ini sudah terdapat lebih dari 35.000 gerai jasa pengiriman yang tersebar di seluruh Indonesia.²²

Pertumbuhan sektor usaha *e-commerce* menyebabkan persaingan yang ketat dalam bisnis digital yang menuntut pelaku usaha untuk selalu berinovasi untuk dapat memenangkan persaingan. mekanisme pembayaran *Cash On Delivery* (COD) merupakan salah satu sistem yang berkembang saat ini. Keberadaan system COD ini menurut Pakar Marketing, Yuswohady menilai keberadaan COD untuk ekosistem belanja online secara keseluruhan merupakan mekanisme yang baik. Selanjutnya dinyatakan oleh Yuswohady system COD merupakan inovasi yang sangat bermanfaat dalam menjembatani antara yang online murni dengan offline.²³ Sebagai sebuah usaha, *e-commerce* tidak terlepas dari berbagai permasalahan terlebih lagi semakin berkembangnya sistem COD, bahkan menurut Badan Pusat Statistik *E-commerce* 2020 adanya metode COD yang dapat menjangkau masyarakat yang belum terjangkau keuangan digital menyebabkan COD menjadi metode pembayaran terbanyak yang dipergunakan.

Dampak perkembangan sistem COD pada sisi yang lain adalah maraknya permasalahannya di Indonesia, seperti yang disebutkan dari berbagai media cetak maupun online tentang maraknya konsumen *e-commerce* yang komplain kepada kurir dengan cara yang tidak menyenangkan seperti makian, tidak mau membayar bahkan sampai pada pengancaman terhadap pribadi dari kurir.²⁴ Kurir sebagai profesi merupakan pekerja dari Perusahaan Jasa Pengiriman barang yang memiliki tugas sebagai pengantar barang oleh pembeli dianggap sebagai perwakilan penjual, sehingga komplain dilakukan kepada kurir tersebut, yang dilakukan setelah pembeli membuka paketan barang yang diberikan oleh kurir. Adanya Tindakan dari konsumen yang merugikan kurir secara inmateriil dan materiil dapat terjadi karena terlanggarnya ketentuan yang telah diatur oleh beberapa marketplace bahwa pembeli harus membayar ke kurir sebelum menerima atau membuka paket.

²¹ Anandhita, V. H. (2013). *Studi Pemilihan Layanan Jasa Pengiriman oleh Pelaku Bisnis Online Sebagai Sarana Distribusi Produk Menggunakan Strategi Marketing Mix di DKI Jakarta*. Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika, 3 (1), ISSN. 113136, h. 1-18

²² Supply Chain Indonesia (SCI), *Sektor Logistik Indonesia pada Triwulan I-2020 Tumbuh 1,27%*, <https://supplychainindonesia.com/sektor-logistik-indonesia-padatriwulan-i-2020-tumbuh-127>. (diakses 15 Juli 2021)

²³ COD banyak Masalah Pertahankan atau Hilangkan, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5579634/cod-banyak-masalah-pertahankan-atau-hilangkan>. (diakses 15 Juli 2021)

²⁴ Marak Kasus COD Belanja Online, Ini Kata Shopee, Tokopedia, hingga YLKI, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/21/084500965/marak-kasus-cod-belanja-online-ini-kata-shopee-tokopedia-hingga-ylki?page=all>. (diakses tgl 16 Juli 2021)

Interaksi antara pembeli sebagai konsumen pada *e-commerce* dan kurir sebagai pekerja merupakan ujung dari interaksi pembeli dan penjual yang secara hukum telah diatur dalam berbagai regulasi teknis yang dilihat dari sisi yang berbeda. Pada sisi ²³dagang *online* terdapat beberapa regulasi terkait *e-commerce* yang mengatur, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang ¹¹Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut PP No. 80/2019), serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut Permendag No. 50/2020). Pada sisi pembeli sebagai konsumen memiliki hak untuk mendapat perlindungan, sesuai dengan regulasi yang telah ditetapkan di ²⁶Indonesia, berdasarkan UU 8/1999 dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik ⁸ yang selanjutnya disebut PP No. 71/2019 yang merupakan turunan dari UU No. 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (yang selanjutnya di sebut UUNo. 19/2016).

Pada sisi kurir yang merupakan pekerja pada perusahaan Jasa pengiriman Barang secara normatif juga memiliki hak untuk dilindung¹ sesuai dengan UU No. 13/2003 yang pada prinsipnya memberikan perlindungan Keselamatan dan Kesehatan Kerja, moral dan kesusilaan; dan perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia serta nilai-nilai agan⁴⁴ seperti yang telah dikemukakan diatas, yang ²¹ selanjutnya diperbaharui dengan UU No. 11/2020 tentang Cipta Kerja sebagai upaya peningkatan ekosistem investasi, dan percepatan proyek strategis nasional, termasuk peningkatan perlindungan dan kesejahteraan pekerja.

Sedangkan pada sisi yang lain yaitu, perusahaan jasa pengiriman telah cukup banyak diatur dalam berbagai regulasi dan kebijakan. Terdapat berbagai peratur¹⁷ terkait angkutan barang yang dikeluarkan oleh Kementerian Perhubungan yaitu Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 60 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Angkutan Barang dengan Kendaraan Ber¹motor di Jalan (selanjutnya disebut Permenhub No. 60/2019) yang menggantikan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 69 Tahun 1993 tentang Penyelenggaraan An¹⁷gkutan Barang di Jalan (selanjutnya disebut Kepmenhub No. KM 69/1993) dan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 30 Tahun 2002 tentang Perubahan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 69 Tahun 1993 tentang Penyelenggaraan Angkutan Barang di Jalan (selanjutnya disebut Kepmenhub No. 30/2002). Perubahan substansi pada regulasi tersebut diantaranya adalah terkait dengan Standar Pelayanan Minimal (SPM), Sistem Manajemen Keselamatan (SMK), pengawasan, kompetensi awak kendaraan, dan tarif angkutan barang.

Selain peraturan tersebut masih banyak per⁴⁶an serta kebijakan yang mengatur mengenai perusahaan jasa pengiriman yang sampai saat ini masih belum bisa menyelesaikan permasalahan karena sampai saat ini perusahaan jasa pengiriman tengah dihadapkan pada fenomena berkembangnya jasa pengiriman berbasis *online* yang menurut Ketua Umum Asperindo Muhammad Kadrial menyatakan bahwa tantangan dan peluang bisnis jasa kurir adalah munculnya bisnis penggunaan jasa kurir melalui aplikasi sebagai akibat perkembangan teknologi yang tidak ³³ a dibendung berakibat adanya kegaduhan terkait regulasi bidang jasa berbasis *online*, Asosiasi

Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo) menuntut ketegasan pemerintah menertibkan aplikasi jasa kurir *online*.²⁵

Kompleknya hubungan hukum yang terbangun dalam sistem *e-commerce* yang berakibat banyaknya regulasi dan kebijakan yang telah ditetapkan untuk mengatur juga tidak mampu memberikan pemecahan masalah terhadap pekerja kurir yang langsung berhadapan dengan pembeli sebagai konsumen yang merasa memiliki hak untuk melakukan complain.

Fakta ini seperti telah diungkapkan sebelumnya oleh ketua YLKI, Tulus Abadi sebagai akibat masih literasi dan edukasi tentang *e-commerce* di masyarakat yang masih belum optimal, ditambah lagi dengan sistem COD yang memerlukan pemahaman yang komprehensif karena kompleksitas interaksi hukum yang ada. Melihat hal tersebut sangat tepat yang dinyatakan oleh Direktur Eksekutif CORE Indonesia, Mohammad Faisal menyebut bahwa ada permasalahan serius dalam system digital COD dalam hal pemantauan atau pelacakan digital aktivitas COD hal itu sebagai akibat sistem manajemen resiko yang masih lemah dalam sistem COD di Indonesia. Lemahnya Sistem manajemen risikonya untuk COD akan selalu menimbulkan permasalahan pada berbagai sisi para pihak yaitu sisi platform, sisi konsumen dan juga kurirnya, bahkan secara tegas direktur Eksekutif CORE menyarankan layanan belanja daring dengan metode COD untuk sementara agar ditangguhkan.²⁶

Rendahnya manajemen resiko dalam sistem COD secara langsung telah menjadi ancaman tersendiri bagi kurir yang pada saat ini secara regulasi masih mengatur secara umum mengenai perlindungan hukum, Kesehatan dan keselamatan kerja dalam berbagai norma tetapi tidak ada yang menyentuh pada sistem transaksi *e-commerce* yang sumber potensi masalah terhadap pekerja muncul dari pembeli.

Adanya tindakan konsumen yang tidak hanya menyentuh pada aspek profesionalitas pekerja, tetapi sudah menyentuh pada aspek pribadi pekerja menunjukan bahwa persoalan ini adalah permasalahan yang fundamental karena aspek perlindungan pekerja adalah sangat komplek. Kompleknya permasalahan perlindungan pekerja menyebabkan upaya perlindungan terhadap pekerja secara umum maupun pekerja yang sebagai kurir dilakukan dengan norma kerja yang berlaku dilingkungan perusahaan secara internal maupun dalam hubungannya dengan pihak eksternal adalah menyangkut peningkatan pengakuan hak asasi manusia, perlindungan fisik dan teknis serta sosial, dimana Imam Soepomo membagi perlindungan pekerja menjadi 3 (tiga) macam, yaitu²⁷ (a) Perlindungan ekonomis, yaitu perlindungan yang berkaitan dengan upaya memberikan pekerja suatu penghasilan yang cukup memenuhi keperluan sehari-hari baginya beserta keluarganya termasuk saat pekerja tidak mampu bekerja karena diluar kehendaknya, perlindungan ini disebut dengan jaminan sosial. (2) Perlindungan Sosial, yaitu perlindungan sebagai anggota masyarakat, anggota keluarga sehingga dapat mengemban kehidupan sosialnya yang dapat dilakukan jika dalam kondisi sehat, perlindungan ini disebut kesehatan kerja. (3) Perlindungan Teknis, merupakan perlindungan pekerja dari kecelakaan kerja yang dapat berdampak pada pribadi pekerja, perlindungan ini disebut dengan keselamatan kerja.

²⁵ Asperindo Tuntut Ketegasan Pemerintah Soal Aplikasi Jasa Kurir, http://transportasi.co/asperindo_tuntut_ketegasan_pemerintah_soal_aplikasi_jasa_kurir_533.htm, (diakses 15 Juli 2021)

²⁶ Konflik Kurir-Pembeli Meruncing, Sistem COD Perlu Ditinjau Ulang, <https://tirto.id/konflik-kurir-pembeli-meruncing-sistem-cod-perlu-ditinjau-ulang-ggeB>, (diakses, 17 Juli 2021)

²⁷ Asikin, Zaenal. (2012). *Dasar-Dasar Hukum Perburuhan*. Jakarta: Rajawali Pers. h. 96-97

Dari uraian ketiga jenis perlindungan tersebut menunjukkan bahwa aspek perlindungan pekerja dalam tiga jenis perlindungan yang lebih berorientasi pada faktor penyebab permasalahan pekerja yang dari internal ataupun pihak lain yang memiliki hubungan hukum dengan pekerja secara langsung. Dari ketiga jenis perlindungan hukum tersebut dapat diperluas dengan memasukan perlindungan terhadap pekerja kurir dari potensi ancaman yang muncul dari pihak ketiga (pembeli) yang tidak memiliki hubungan hukum langsung dengan kurir tetapi memiliki hubungan hukum dengan pihak lain yaitu penjual baik dalam aspek perlindungan ekonomi, sosial dan teknis.

Adanya Tindakan yang sampai pada ancaman yang bisa membahayakan pribadi kurir sebagai pekerja, hal tersebut sudah masuk dalam konteks pidana, karena Undang-Undang No 13/2003 tentang Ketenagakerjaan) dan UU No. 11/2020 tentang Cipta Kerja hanya mengatur dalam konteks norma kesehatan dan keselamatan kerja, yang berkaitan dengan potensi permasalahan yang berhubungan langsung dengan pekerjaannya dan bukan potensi yang muncul dari pihak ketiga. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pihak luar pekerja, seperti pihak penjual, *marketplace*, perusahaan jasa pengiriman yang memiliki tanggung jawab untuk melakukan tindakan pencegahan pada kecelakaan atau risiko kerja, seperti yang diatur dalam berbagai regulasi bahwa perusahaan wajib melakukan pemetaan terhadap risiko-risiko apa saja yang dapat muncul, ampaknya belum berjalan optimal, karena sampai saat ini para pihak tersebut belum bisa melakukan mitigasi terkait risiko kerja dari kurir yang muncul.

Ketiadaan aturan dan kebijakan yang mewajibkan perusahaan jasa jasa pengiriman, dan para pihak dalam *e-commerce* telah menyebabkan sampai saat ini tidak memiliki panduan dan acuan yang jelas terhadap manajemen resiko dan sistem mitigasi apa yang perlu dibangun dalam rangka penyelesaian terhadap permasalahan perlindungan terhadap kurir, sehingga pada saat perusahaan mengembangkan sistem COD tidak dibarengi dengan pemetaan terhadap potensi masalah yang muncul secara optimal, sehingga pengaturan mekanisme COD hanya menjadi pedoman teknis yang tidak memiliki kekuatan hukum bagi semua pihak yang melakukan pelanggaran dan tidak dapat memberikan solusi ketika terjadi permasalahan karena pada akhirnya beban tanggungjawab dari permasalahan yang muncul dibebankan pada kurir. Ketiadaan aturan ini juga menyebabkan hakekat perlindungan pekerja yang diatur dalam beberapa regulasi tidak akan tercapai karena munculnya pemikiran terhadap program perlindungan pekerja adalah adanya upaya ketenangan dan kesehatan pekerja dengan memperhatikan apa yang dihadapi dalam pekerjaannya secara maksimal, karena akan secara langsung berpengaruh pada produktivitas dan kestabilan perusahaan. Oleh karena sangat diperlukan norma perlindungan terhadap kurir dalam sistem perdagangan *e-commerce*, yang menyangk norma keselamatan kerja, norma kesehatan kerja, norma kerja dan jaminan sosial²⁸ untuk menuju perlindungan terhadap kurir secara ekonomi, sosial dan teknis.

4. Kesimpulan

1. Perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) dengan sistem COD (*Cash on Delivery*) merupakan hubungan hukum yang melibatkan para pihak yang meliputi penyelenggara *marketplace*, penjual, penyedia jasa ekspedisi, kurir, dan pembeli yang menimbulkan hak dan kewajiban yang berbeda pada masing-masing pihak yang menuntut satu pihak mengetahui hak dan kewajiban pihak lainnya ketika

²⁸ Kartasapoetra, G. Indraningsih, Rience. (1982). *Pokok-Pokok Hukum Perburuhan*. Cet. I, Bandung: Armico. h. 43-44

berinteraksi secara *online* maupun langsung. Hubungan hukum antara Pembeli dengan kurir merupakan ujung dari interaksi pembeli dan penjual dimana kurir dalam menjalankan profesinya adalah menjalankan kewajiban sebagai pekerja dari perusahaan jasa jasa pengiriman yang bekerja sama dengan *marketplace*, yaitu mengantarkan barang kepada pembeli dan berhak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang telah terjadi. Pengaturan mekanisme transaksi belanja *online* dengan metode pembayaran COD. Adanya mekanisme bahwa barang COD yang baru diterima tidak boleh langsung dibuka sebelum dilakukan pembayaran kepada kurir merupakan wujud keseimbangan pengaturan hak dan kewajiban dari kurir.

2. Sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) dalam *e-commerce* merupakan salah satu inovasi dalam belanja *online* yang dapat menjembatani antara sistem belanja *online* murni dengan *offline*. Sistem pembayaran COD memerlukan pemahaman yang komprehensif diantara para pihak karena kompleksitas interaksi hukum yang terjadi sehingga berpotensi menimbulkan permasalahan yang bermuara pada kurir. Sampai saat ini pengaturan mekanisme COD oleh penyelenggara *marketplace* hanya merupakan pedoman teknis yang tidak memiliki kekuatan hukum bagi semua pihak yang melakukan pelanggaran serta tidak dapat memberikan perlindungan terhadap kurir sehingga tidak adanya regulasi yang mengatur tentang perlindungan terhadap kurir dalam *e-commerce* dengan mekanisme pembayaran COD menyebabkan perusahaan tidak memiliki panduan yang jelas terhadap manajemen resiko dan sistem mitigasi terhadap permasalahan yang dihadapi kurir, sehingga perusahaan dalam mengembangkan sistem COD tidak dibarengi dengan pemetaan terhadap potensi masalah yang muncul secara optimal.

Ucapan terima Kasih (*Acknowledgments*)

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Fakultas Hukum Universitas Mahadewaswati Denpasar yang telah memfasilitasi pendanaan dalam penelitian ini, dan pihak-pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung membantu untuk memenuhi bahan hukum yang diperlukan dalam penulisan artikel ini, serta tidak lupa ucapan terimakasih kepada dewan redaksi Jurnal Analisis Hukum (JAH) Fakultas Hukum Universitas Pendidikan Nasional yang telah memberikan kesempatan untuk publikasi hasil penelitian ini sehingga dapat menjadi sarana berbagi ilmu pengetahuan kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

Buku

- Asikin, Zaenal. (2012). *Dasar-Dasar Hukum Perburuhan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kartasapoetra, G. Indraningsih, Rience. (1982). *Pokok-Pokok Hukum Perburuhan*. Cet. I, Bandung: Armico
- Muhadjir, Noeng. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarisin
- Miru, Ahmadi. (2013). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Satrio, J. (1995). *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Buku 1. Bandung: Citra Aditya Bakti

Jurnal & Prosiding

- Aisyiyah, Nasyiatul, Hartoyo, Krisnatuti, Diah. (2019). Analisis Perilaku Komplain Konsumen Online Shopping, Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen, Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Institut Pertanian Bogor 12 (3), ISSN.25023594
- Anandhita, V. H. (2013). Studi Pemilihan Layanan Jasa Pengiriman oleh Pelaku Bisnis Online Sebagai Sarana Distribusi Produk Menggunakan Strategi Marketing Mix di DKI Jakarta. Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika, 3 (1), ISSN. 113136
- Hulu, Fatolosa. (2017). Dampak Bisnis Online Terhadap Peningkatan Pemasaran Jasa Pengiriman Barang Melalui Jne Gunungsitoli-Nias. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pembnas, STIE Pembangunan Nasional, 1 (1). ISSN. 26848694
- Mahadewi, I Gusti Agung Ika, Laksmi, Nurmawati, Made. (2019). Tanggung Jawab Perusahaan Jasa pengiriman Barang Dengan Kendaraan Bermotor. Jurnal Kertha Wicara, Fakultas Hukum Udayana, 8 (12), ISSN. 2303-0550
- Matondang, Asnawati. (2019). Dampak Modernisasi Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat. Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, USU, 8 (2), ISSN. 2089-8592
- Setiawan, Wawan. (2017). Era Digital Dan Tantangannya. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan 2017: Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal Untuk Menghadapi Isu-Isu Strategis Terkini Di Era Digital, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung, ISBN. 9786025008801
- Sinaga, Niru Anita. (2019). Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Fakultas Hukum Universitas Suryadharma. 10 (1), ISSN. 26564041
- Setyaningsih, Sri Utami. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis, Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi, Faculty of Economy, Universitas Slamet Riyadi, 8 (1), E-ISSN. 2656-3797
- Widhianto, Chandra Wibowo. (2002). E-Business: Teknologi dan Peluang Bisnis di Indonesia. The Winners Universitas Bina Nusantara (Binus), 3 (2), ISSN. 25412388

Online/World Wide Web

- Asperindo Tuntut Ketegasan Pemerintah Soal Aplikasi Jasa Kurir, http://transportasi.co/asperindo_tuntut_ketegasan_pemerintah_soal_aplikasi_jasa_kurir_533.htm, diakses 15 Juli 2021
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. Survei asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia. <http://www.apjii.or.id>. diakses 6 Juli 2021
- Begini Tanggapan YLKI Soal Maraknya Kasus Pembeli Ancam Kurir Saat Terima Pesanan COD, <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/06/02/begini-tanggapan-ylki-soal-maraknya-kasus-pembeli-ancam-kurir-saat-terima-pesanan-cod>. diakses, 9 Juli 2021
- Badan Perlindungan Konsumen Republik Indonesia (BPKN RI), Marak COD bermasalah BPKNRI beri Penjelasan, <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2356>. diakses 9 Juli 2021
- COD banyak Masalah Pertahankan atau Hilangkan, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5579634/cod-banyak-masalah-pertahankan-atau-hilangkan>. diakses 15 Juli 2021

- Konflik Kurir-Pembeli Merunding, Sistem COD Perlu Ditinjau Ulang, <https://tirto.id/konflik-kurir-pembeli-merunding-sistem-cod-perlu-ditinjau-ulang-ggeB>. diakses, 17 Juli 2021
- Marak Kasus COD Belanja Online, Ini Kata Shopee, Tokopedia, hingga YLKI, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/21/084500965/marak-kasus-cod-belanja-online-ini-kata-shopee-tokopedia-hingga-ylki?page=all>. diakses tgl 16 Juli 2021
- Mengenal Sistem COD di Ecommerce yang Bikin Kurir Kerap Jadi Korban Ancaman, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/mengenal-sistem-cod-di-e-commerce-yang-bikin-kurir-kerap-jadi-korban-ancaman-1vp8P4OOupn/full>, diakses 19 Juli 2021
- ¹ Ogah Bayar Pesanan Cash on Delivery (COD), Ini ¹ Hukumnya!, <https://m.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt60a78e8f5f1ca/ogah-bayar-pesanan-i-cash-on-delivery-i-cod-ini-hukumnya-/>, diakses 18 Juli 2021
- Prasetyo, Budi Widagdo. *Perkembangan Electronic Commerce (E-commerce) di Indonesia*, https://www.academia.edu/download/50896905/revisi_ekoreg_Prasetyo_07733.pdf, diakses 18 Juli 2021
- Sistem e-commerce dan Perlindungan Konsumen, <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>, diakses 15 Juli 2021
- Supply Chain Indonesia (SCI), Sektor Logistik Indonesia pada Triwulan I-2020 Tumbuh 1,27%, <https://supplychainindonesia.com/sektor-logistik-indonesia-padatrywulan-i-2020-tumbuh-127>. diakses 15 Juli 2021

Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi e-commerce dengan Sistem COD (Cash On Delivery)

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.hukumonline.com Internet Source	2%
2	journal.ipb.ac.id Internet Source	1%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	ocs.unud.ac.id Internet Source	1%
5	www.coursehero.com Internet Source	1%
6	doaj.org Internet Source	<1%
7	www.kompas.com Internet Source	<1%
8	jurnal.uns.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.ubb.ac.id Internet Source	<1%

10	atikaaribagayota.wordpress.com Internet Source	<1 %
11	kliklegal.com Internet Source	<1 %
12	www.rctiplus.com Internet Source	<1 %
13	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
14	www.karanganyarkab.go.id Internet Source	<1 %
15	www.e2ecommerce-indonesia.com Internet Source	<1 %
16	repository.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
17	kemenperin.go.id Internet Source	<1 %
18	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.scribd.com Internet Source	<1 %
20	core.ac.uk Internet Source	<1 %
21	www.jogloabang.com Internet Source	<1 %

22	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
23	journal.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
24	labourinspector48.wordpress.com Internet Source	<1 %
25	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
26	www.cermati.com Internet Source	<1 %
27	perpajakan.ddtc.co.id Internet Source	<1 %
28	rihafblog.wordpress.com Internet Source	<1 %
29	123dok.com Internet Source	<1 %
30	id.berita.yahoo.com Internet Source	<1 %
31	ilmanmuhamad.blogspot.com Internet Source	<1 %
32	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
33	ptprimatama.co.id Internet Source	<1 %

34	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
35	Repositori.Usu.Ac.Id Internet Source	<1 %
36	blogs.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
37	ejournal.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
38	ejournal.unipas.ac.id Internet Source	<1 %
39	makalah-xyz.blogspot.com Internet Source	<1 %
40	repository.uki.ac.id Internet Source	<1 %
41	tugas-makalah-skripsi.blogspot.com Internet Source	<1 %
42	voi.id Internet Source	<1 %
43	2satu0satu.wordpress.com Internet Source	<1 %
44	akurat.co Internet Source	<1 %
45	e-journal.unair.ac.id Internet Source	<1 %

46

hadyanghepenk.blogspot.com

Internet Source

<1 %

47

ojs.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

48

repository.unib.ac.id

Internet Source

<1 %

49

www.babastudio.com

Internet Source

<1 %

50

es.scribd.com

Internet Source

<1 %

51

fhukum.unpatti.ac.id

Internet Source

<1 %

52

kartikanews.com

Internet Source

<1 %

53

rb.kominfo.go.id

Internet Source

<1 %

54

www.docstoc.com

Internet Source

<1 %

55

ejournal.uika-bogor.ac.id

Internet Source

<1 %

56

tiarramon.wordpress.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On