

BAB III

DESKRIPSI DARI TRANSAKSI ELEKTRONIK DENGAN METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY (COD)

A. Transaksi Elektronik

Pada prinsipnya, transaksi perdagangan dengan menggunakan teknologi *E-Commerce* merupakan suatu model kontrak yang sama dengan kontrak jual beli konvensional yang dilakukan di dalam masyarakat Indonesia. Jual beli sendiri dianggap sudah berlangsung antara pihak penjual maupun pembeli, apabila mereka sudah menyetujui dan bersepakat tentang keadaan benda dan harga barang tersebut, sekalipun barangnya belum diserahkan dan harganya belum dibayarkan, hal ini berdasarkan Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Jual beli tidak lain dari penyesuaian kehendak (*wis overeesteeming*) antara penjual serta pembeli mengenai barang dan harga. Barang dan harga inilah yang menjadi objek dari perjanjian jual beli.

Perdagangan secara *E-Commerce* dengan jual beli secara konvensional ini memiliki perbedaan, yang mana letak dari perbedaan utamanya ini merupakan hanya pada media yang digunakannya. Pada transaksi *E-Commerce*, media yang digunakan adalah media elektronik atau internet. Sehingga kesepakatan maupun kontrak yang tercipta ini melalui online. Kemudian, hampir sama pula dengan kontrak jual beli yang dilakukan secara konvensional, kontrak jual beli *E-Commerce* tersebut juga terdiri dari

penawaran dan penerimaan. Sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak lainnya.⁶⁶

Transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat elektronik dalam transaksi elektronik ini harus memiliki hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Sebagaimana hal ini ditentukan pada pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi bahwa transaksi elektronik yang dituangkan kedalam kontrak elektronik ini mengikat para pihaknya. Para pihak yang saling mengikat diri berasal dari kesepakatan yang dituju oleh masing-masing pihak, seperti yang terdapat pada Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai kesepakatan para pihak yang diutamakan untuk melanjutkan dari setiap perbuatannya dalam suatu perjanjian.

Apabila kita membeli sebuah barang yang berada di salah satu web atau aplikasi jual beli online, maka hal tersebut merupakan sebuah proses transaksi elektronik. Dalam pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa Transaksi Elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan sebuah komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Perbuatan hukum yang dimaksud dalam hal ini merupakan sebuah perjanjian jual beli.

Syarat sahnya dari dokumen elektronik yaitu apabila dalam menggunakan sistem elektronik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, khususnya dalam pasal 6 ini yaitu Informasi Elektronik atau dokumen elektronik dianggap sah

⁶⁶ Abdul Halim Barkatullah, Op.Cit, hlm 41-42

sepanjang informasi yang tercantum didalamnya dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggung jawabkan sehingga menerangkan suatu keadaan. Selain itu, terdapat pula kekhususan dalam penyelenggaraan setifikat yang berbentuk elektronik dan sistem elektronik serta transaksi elektronik yaitu salah satunya ada pada pasal 46 ayat (1) yaitu transaksi elektronik yang dilakukan oleh para pihak dapat memberikan akibat hukum kepada para pihak. Pada pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Sistem Penyelenggaraan dan Transaksi Elektronik menjelaskan mengenai kontrak elektronik dianggap sah apabila :

- a. Terdapat kesepakatan para pihak,
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undang,
- c. Terdapat hal tertentu,
- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.⁶⁷

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur secara khusus mengenai transaksi elektronik dalam Bab V Undang-Undang tersebut yakni pada pasal 17 hingga pasal 22 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam pasal 17 ayat (2), para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi atau pertukaran informasi elektronik atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung. Pasal 18

⁶⁷ Komang Frisma Indra Prastya, Ni Ketut Sari Adnyani, Sri Ngurah Ardhya, *Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 Kuhperdata Dan Undang-Undang Nomer 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, E-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha, Vol 4 No 2, agustus 2021. Hlm 621

ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur bahwa transaksi elektronik yang dituangkan kedalam kontrak ini mengikat para pihaknya. Selanjutnya, dalam pasal 18 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ditentukan pula bahwa :

1. Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.
2. Para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya.
3. Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam transaksi elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas hukum perdata internasional.
4. Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi elektronik internasional yang dibuatnya.
5. Jika para pihak tidak melakukan pilihan forum tersebut, penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas hukum perdata internasional.

Berajak dari isi ketentuan pasal 18 tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap transaksi elektronik harus dibuatkan dalam bentuk kontrak elektronik yang mengikat para pihak. Selain itu, para pihak juga diberikan kewenangan untuk melakukan pilihan hukum (*choice of law*) dan

pilihan forum (*choice of forum*) dalam menyelesaikan segala sengketa yang berkenaan masalah dalam transaksi elektronik. Sebaliknya, dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang dijelaskan dalam pasal 18 tersebut bahwa dalam hal para pihak tidak melakukan pilihan forum, kewenangan forum yang berlaku berdasarkan prinsip atau asas hukum perdata internasional. Asas tersebut dikenal dengan asas tempat tinggal tergugat (*the basis of presence*) dan efektivitas yang menekankan pada tempat harta benda tergugat berada (*principle of effectiveness*).⁶⁸

B. Marketplace

Marketplace adalah *platform* yang memfasilitasi transaksi jual beli secara online dengan berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Selain itu, *marketplace* atau pasar daring juga menawarkan berbagai layanan seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk berdasarkan kategori, dan fitur lainnya. Singkatnya, pemilik *marketplace* akan menyediakan *website* maupun aplikasi dimana penjual dan pembeli bisa terhubung secara online. Setelah pembeli setuju dan membayar, penjual akan mengemas dan mengirim barang.⁶⁹

Pada umumnya terdapat dua jenis *marketplace* di Indonesia, yaitu :

1. *Marketplace* Murni.

Ketika situs *web marketplace* hanya menawarkan lapak berjualan dan opsi pembayaran, itu dianggap sebagai kerjasama

⁶⁸ Abdul halim barkatullah, Op.Cit, hlm 56-57

⁶⁹ Sabtarini kusumaningsih, joko sutopo, fenti nurlaeli, *Buku Panduan Marketplace*, Cet. 1, Global Aksara Pres, Surabaya, Desember 2021. Hlm 2

marketplace murni. Dibandingkan dengan kerjasama konsinyasi, kerjasama murni ini memberikan penjual lebih banyak keleluasaan.

Deskripsi produk dan gambar harus disediakan secara mandiri oleh penjual. Selain itu, pembeli juga dapat memberikan penawaran harga kepada penjual. Sehingga, pembeli dapat melakukan penawaran harga kepada penjual sebelum melakukan pembayaran. Setelah kedua belah pihak menyepakati harga, pembeli dapat mentransfer dana ke rekening yang disediakan oleh *marketplace*.

Beberapa *marketplace* yang ada di Indonesia yaitu Tokopedia, Bukalapak, BliBli, dan lain sebagainya. Sedangkan, ada pula *marketplace* yang berasal dari luar negeri tetapi terkenal di Indonesia yaitu Shopee yang berasal dari Singapura, Lazada berasal dari Singapura, JD.ID yang berasal dari Tiongkok, Amazon berasal dari Amerika Serikat, dan Rakuten berasal dari Jepang.

2. *Marketplace* Konsinyasi.

Konsinyasi atau lebih mudahnya diartikan sebagai titip barang. Jika penjual bekerjasama dengan konsinyasi dalam situs *web marketplace*, ia hanya perlu menyediakan produk dan informasi lengkap ke pada pihak *marketplace*. Zalora merupakan salah satu contoh *marketplace* yang menyediakan kerja sama konsinyasi. Contoh lainnya yaitu Berrybenka.

Situs *marketplace* akan menangani penjualan, mulai dari gambar barang, gudang, hingga opsi pengiriman dan pembayaran. Berbeda dengan jenis kerjasama sebelumnya, semua proses transaksi

ditangani oleh *website marketplace* pada kerjasama jenis ini, sehingga pembeli tidak dapat memberikan penawaran harga.⁷⁰

Beberapa *Marketplace* yang saat ini banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia yaitu :

1. Shopee

Shopee merupakan *marketplace* yang didirikan oleh Chis Feng, mampu merajai aplikasi *mobile* dengan tetap menduduki posisi teratas sebagai aplikasi belanja yang paling banyak digunakan di *platform* data kunjungan pada tahun 2021. Shopee adalah perusahaan *marketplace* yang didirikan di Singapura dan merupakan anak perusahaan dari Garena. Shopee mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2015 setelah pertamakalinya diperkenalkan di Singapura. Selain itu Shopee telah merambah ke sejumlah Negara, termasuk Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina.

Shopee adalah aplikasi seluler untuk pasar *online* yang membuat pembelian dan penjualan barang menjadi mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai barang, termasuk barang trendi dan kebutuhan sehari-hari. Untuk memudahkan pelanggan berbelanja *online* tanpa harus membuka *website* melalui perangkat komputer, Shopee telah tersedia sebagai aplikasi *mobile*. Shopee memudahkan penjual untuk menjual barangnya dan menawarkan logistik yang terintegrasi serta mekanisme pembayaran yang aman bagi pelanggan.

⁷⁰ Titin sumarni, sri wahyuningsih, mufaro'ah, irlina dewi, roinah, *Strategi Peningkatan Ekonomi Dengan Memanfaatkan Marketplace Melalui Media Internet (Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Sungai Alam Kecamatan Bengkalis)*, CV. DOTPLUS Publisher, Maret 2022. Hlm 15-16

Selain minat beli yang dimiliki oleh calon pembeli, tidak ada jaminan produk yang diinginkan akan dibeli. Oleh karena itu, Shopee tidak dapat eksis hanya melalui layanan saja. Keberhasilan Shopee akan ditentukan oleh peringkat produk yang menguntungkan, desain *situs web* yang menarik, dan keragaman produk di dunia dimana permintaan meningkat.⁷¹

2. Tokopedia

Tokopedia diciptakan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison melalui situs *E-Commerce* yang signifikan dan bereputasi baik. PT Tokopedia didirikan pada tanggal 6 Februari 2009, versi *closed beta* dari situs tokopedia.com dirilis ke publik pada 17 Agustus 2009. Begitu dirilis, karya kreatif anak muda tanah air ini berhasil masuk nominasi Indonesia ICT Award 2009 dan *bubu awards* yang merupakan penghargaan karya ICT terbesar di Indonesia.⁷²

C. Metode Pembayaran *Cash On Delivery* (COD)

Dengan opsi pembayaran *Cash On Delivery* (COD), pesanan online dibuat dan kemudian dibayar secara langsung setelah pembeli menerima barangnya. Saat *Cash On Delivery* (COD) pertama kali dimulai, merupakan transaksi jual beli yang mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara

⁷¹ Didik Gunawan, *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*, Cet. 1, PT Inovasi Pratama Internasional, padangsidempuan, maret 2022. Hlm 15-19

⁷² Jubilee Enterprise, *Rahasia Sukses Buka Lapak Jualan Di Tokopedia*, Cet. 1, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2012. Hlm 2-3

langsung di lokasi dan waktu yang telah ditentukan. Namun dalam transaksi *e-commerce*, konsumen dapat melakukan pembelian melalui aplikasi *e-commerce* dengan cara membayar setelah produk tersebut dikirimkan kepada pembeli. Oleh karena itu, perlu adanya pihak ketiga khususnya jasa pengiriman atau kurir untuk bekerja sama dengan *e-commerce* untuk mengelola pesanan dan pengiriman barang.

Pada layanan *Cash On Delivery* (COD) pembeli memesan produk tanpa membayar dimuka, tetapi melakukan pembayarannya setelah kurir mengirimkan barang yang pembeli berikan. Namun, pembeli hanya akan membayar barang yang dipesan saat barang tersebut sampai di alamat pembeli karena pembeli menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Apabila belum membayar kurir dengan uang tunai untuk harga pembelian dan biaya pengiriman, maka pembeli tidak diijinkan untuk membuka paket. Sedangkan, *marketplace* telah membuat fitur komplain yang menghubungkan penjual dan pelanggan jika diketahui barang yang dipesan dengan menggunakan sistem *Cash On Delivery* (COD) ini tidak cocok, cacat, maupun rusak.

Manfaat dari metode ini adalah dapat digunakan untuk mengontrol sendiri pembelian suatu produk oleh pelanggan, dan pelanggan dapat menilai apakah barang yang diinginkan sesuai atau tidak. Metode ini juga dapat berfungsi sebagai media pembuktian bagi toko mengenai kualitas barang atau produk yang dijualnya dan membantu menghentikan penipuan yang merupakan kejadian yang sering terjadi. Metode ini juga dapat meningkatkan penjualan produk yang disediakan toko karena lebih aman dan terjamin.

Saat ini, metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) tidak lagi ditangani oleh penjual melainkan oleh kurir dari *platform marketplace* yang menawarkan metode pembayaran tersebut. Hal ini menyulitkan kurir, karena misalnya saat mengatarkan barang, calon pembeli tidak ada di rumah padahal metode ini mengharuskan konsumen untuk menerima barang secara pribadi karena berdasarkan ketentuan pembayaran yang mengharuskan melakukan pembayaran secara tunai untuk menghindari masalah. Hal ini dikarenakan waktu pengiriman barang yang sering tertunda, dan terkadang masi ada pelanggan yang belum menyediakan uang tunai. Akibatnya, kurir harus menunggu pelanggan tersebut untuk mengambil uang tunai di ATM, tentu hal yang seperti ini sangat merugikan kurir yang harus melanjutkan pekerjaan untuk mengirim barang.⁷³

⁷³ Muhammad Munsarif, Mohamad Arif, Markani Muhammad, Yuswardi, First Wanita, Ade Irma, Nuraida Latif, Wa Ode, Yo Ceng, Agustian Budi, Janner Simarmata, *Pengantar E-Commerce*, Cet. 1, Yayasan Kita Menulis, Februari 2022. Hlm 68-69