

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Kurir

Jasa kurir merupakan sarana penghubung antara penjual dan pembeli dalam pendistribusian barang. Sejalan dengan hal tersebut, perkembangan bisnis jasa kurir di bidang logistik di Indonesia juga semakin meningkat sehingga menyebabkan peningkatan jenis jasa kurir. Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang atau produk.¹³

Pihak yang bertindak atas nama perusahaan jasa pengiriman barang dalam menjalankan kewenangan yang diberikan oleh penjual disebut sebagai penyedia jasa kurir berdasarkan Pasal 1800 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Ketika suatu barang dikirimkan melalui jasa kurir, kurir dapat dianggap sebagai perantara yang melaluinya penjual menitipkan barang tersebut kepada pembeli. Tindakan menerima, memindahkan, dan/atau menyerahkan barang bawaan dari pengirim kepada penerima barang dengan imbalan pembayaran dikenal sebagai penyimpanan yang dimaksudkan.

Kurir adalah badan usaha atau seseorang yang bertugas mengangkut pesan, barang berukuran kecil hingga sedang, surat, dan sebagainya melalui udara, laut, atau darat, menurut Wikipedia. Kurir adalah orang yang mengantarkan produk penting tepat waktu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).¹⁴

¹³ Ilfatul Hasanah, “Efektivitas Pengola Bisnis Online Shopping Terhadap Penyedia Jasa Kurir PT.JNE Situbodo” Dalam Jurnal Al-kharaj, Vol.02 No. 02 tahun 2020, hlm. 2-3

¹⁴ <https://kbbi.web.id/kurir> (Diakses pada Senin 21 Oktober 2024, Pukul 18:59)

Kurir bertugas untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab ekspedisi serta bertindak sebagai agen fungsionalnya. Dalam transaksi penjualan daring, kurir adalah pihak yang mempekerjakan atau mengandalkan suatu jasa untuk mengirimkan barang kepada pelanggan. Jika berbicara tentang pengiriman barang melalui kurir, secara tidak langsung dapat kita katakan bahwa kurir bertugas untuk mengangkut barang dari vendor ke pelanggan melalui penyedia jasa.¹⁵

Kurir yang menggunakan COD dalam transaksi belanja online harus bertemulangsung dengan pembeli untuk mengirim barang dan menagih pembayaran.

1. Hak dan Kewajiban Kurir

Adanya hubungan hukum yang mengikat antara dua pihak menimbulkan hak dan kewajiban satu sama lain. Hubungan hukum yang dibahas di sini adalah kemitraan bisnis antara perusahaan jasa kurir dan perusahaan pengiriman barang. Berikut ini adalah hak dan kewajiban perusahaan kurir:

a. Hak Kurir

1. Anda berhak atas pembayaran dari pelanggan atas barang Anda.
2. Mereka berhak atas perlindungan hukum, termasuk perlindungan atas kesehatan dan keselamatan mereka di tempat kerja, moral dan

¹⁵ Fadilah, Armin, Aifan, *Kedudukan Dan Tanggung Jawab Kurir Dalam Transaksi Jual Beli Online Dengan Sistem Cash On Delivery (Cod) (Studi Kota Palu)*, Jurnal Ilmu Hukum Toposantaro Volume 1 No 2 June (2024) hlm. 143

etika, dan perlakuan yang menghormati keyakinan agama dan martabat manusia mereka.

3. Bisnis yang mengirimkan barang Anda berhak untuk menagih Anda untuk pembayaran..

b. Kewajiban Kurir

1. Alamat pengiriman adalah tempat barang harus dikirim.
2. Ia diharuskan untuk melindungi properti yang dipercayakan kepadanya dengan cara yang sama seperti ia akan melindungi miliknya sendiri
3. Jika kurir menerima pembayaran untuk sistem cash on delivery, kurir harus memberikan biaya kepada bisnis, yang selanjutnya mentransfer biaya tersebut kepada penjual dan pasar.¹⁶

Aturan metode transaksi COD (Cash on Delivery) bertujuan untuk mendidik pelanggan tentang hak dan tanggung jawab pembeli dan perusahaan pengiriman. Hal itu juga termasuk dalam prosedur operasi bahwa perusahaan pengiriman, yang bertindak sebagai agen perusahaan, harus membayar perusahaan pengiriman setelah pelanggan menerima paket COD.¹⁷

B. Tinjauan Umum *Marketplace*

¹⁶ Fajar Nugroho Handayani and Ahmad Raihan Harahap, *Hukum Perlindungan Consume*, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021, hlm, 21-22.

¹⁷ I Wayane Gde Wirawan, "Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash ON Delivery)," *Jurnal Analisis Hukum* 4, no. 2 (21AD), hal, 187, (Diakses pada Selasa, 5 Juli 2024, Pukul 19.43).

Mirip dengan penjualan tradisional standar, marketplace juga melibatkan kontrak penjualan. Konsensualitas, atau kesepakatan bersama, adalah kriteria lain yang mengatur transaksi yang dilakukan melalui marketplace. Kesepakatan antara para pihak dimulai dengan penawaran dan penerimaan ini. Prosedur untuk penawaran dan penerimaan online adalah Tidak ada perbedaan antara proses penawaran dan penerimaan tradisional dan yang online ini. Satu-satunya perbedaan adalah media, dan Internet adalah media yang digunakan untuk transaksi marketplace.¹⁸

Secara umum, marketplace merujuk pada "pasar" daring dan dapat dilihat sebagai penyedia layanan untuk pusat perbelanjaan daring. Namun, anggota yang telah mendaftar untuk berjualan di situs web marketplace yang bersangkutan melakukannya, bukan penyedia situs web tersebut. Calon pembeli, vendor yang telah mendaftar di marketplace, dan marketplace itu sendiri—media transaksi daring—adalah peserta yang terlibat dalam transaksi penjualan daring.

Dalam transaksi penjualan daring yang dilakukan melalui Marketplace, para pihak menjalin hubungan perdata yang lazim. Barang dan jasa termasuk dalam cakupan pasar. Setiap transaksi di marketplace biasanya memiliki lapisan perlindungan ekstra, seperti mekanisme pembayaran rekening bersama. Dengan demikian, marketplace menjadi pihak ketiga yang menerima pembayaran, mengirimkan barang dari penjual, dan menahannya hingga pembeli menerimanya setiap kali transaksi terjadi

¹⁸ Bernadetta Tjandra Wulandari Paku Putra Alam, *Tinjauan Yuridis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Marketplace*, Fakultas Hukum Unika Atma Jaya, hlm. 5-6

di sistem marketplace. Penjual menerima pembayaran setelah prosedur pengiriman selesai.¹⁹

C. Pengertian *E-Commerce* dan *Marketplace Shopee*

Transaksi elektronik adalah tindakan sah yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan media elektronik lainnya sesuai dengan Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. E-commerce berasal dari bahasa Inggris yang merupakan gabungan dari dua istilah, 'E' untuk Electronic dan Commerce. Secara etimologi, e-commerce adalah sebagai berikut: (E) Electronics adalah ilmu yang mempelajari tentang muatan listrik, perangkat elektronik, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan teknologi dan elektronika.

Sedangkan e-commerce adalah perdagangan dan perniagaan. E-commerce, dengan kata lain, adalah pertukaran barang dan jasa melalui media elektronik yang terhubung dengan internet. Lebih jauh, kontrak penjualan yang dilakukan secara elektronik antara pembeli dan penjual melalui jaringan komputer pribadi umumnya disebut sebagai transaksi elektronik, atau e-commerce, menurut Adi . Nugloho . Dalam hal ini, pelanggan melakukan pembelian menggunakan peramban web dan memberikan rincian tentang opsi pembayaran, seperti cek elektronik, mata uang digital, atau kartu kredit.²⁰

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Ekuilibria, Yogyakarta, 2016, hlm. 5.

Masyarakat umum sering menyebut perdagangan elektronik, atau e-commerce, sebagai demikian. E-commerce adalah bagian dari bisnis elektronik, atau e-bisnis, yang mencakup semua aktivitas yang berkaitan dengan jaringan dan transaksi daring, termasuk bank, penyedia layanan, dan transaksi perdagangan dan penjualan. Dengan kata lain, e-commerce adalah praktik penggunaan perangkat elektronik yang terhubung ke Internet untuk membeli dan menjual barang dan jasa atau untuk mentransfer uang dan data.

Sejumlah pakar dan ahli juga telah menyampaikan pernyataan serupa; berikut ini adalah kompilasi dari sumber-sumber tersebut:

1. perdagangan dijelaskan dari empat sudut pandang yang tercantum di bawah ini:
 - a. Perspektif Komunikasi: Penggunaan jaringan komputer dan perangkat elektronik lainnya untuk mendistribusikan barang, jasa, informasi, atau pembayaran dikenal sebagai perdagangan elektronik.
 - b. Dari sudut pandang proses bisnis, e-commerce adalah penggunaan teknologi. untuk mengotomatiskan alur kerja dan transaksi komersial.
 - c. Dari sudut pandang layanan, e-commerce adalah alat yang dapat membantu perusahaan, manajer, dan pelanggan untuk menurunkan biaya layanan, meningkatkan kualitas barang, dan mempercepat layanan pengiriman.
 - d. Dari sudut pandang daring, e-commerce memudahkan pembelian dan penjualan produk dan informasi melalui Internet dan saluran daring lainnya

2. . Menurut Laudon & Laudon , e-commerce adalah proses di mana pelanggan menggunakan komputer untuk memperoleh dan menjual barang secara elektronik (bisnis ke bisnis).
3. E-commerce didefinisikan sebagai transaksi bisnis yang terjadi melalui jaringan elektronik, seperti Internet, dan mencakup pembelian, penjualan, dan pemasaran. Definisi OECD

Transaksi barang atau jasa antara mitra bisnis melalui jaringan komputer berbasis internet merupakan definisi sempit dari e-commerce. Namun, dalam pengertian yang lebih luas, e-business dan e-commerce adalah sinonim, yang tidak hanya mencakup transaksi online tetapi juga layanan pelanggan, transaksi dengan mitra bisnis lain, dan aktivitas internal perusahaan.²¹

Platform seluler yang menawarkan transaksi pembelian internet yang menyenangkan, gratis, dan dapat diandalkan melalui ponsel di Asia Tenggara (Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, dan Vietnam) dan Taiwan.²²

Bidang perdagangan yang menangani aplikasi telepon pintar untuk perdagangan elektronik. Dengan menawarkan platform yang memajukan dunia, Shopee berharap dapat mempertemukan pelanggan dan penjual lokal serta mempromosikan inovasi teknologi.²³

D. Konsumen

²¹ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis di Era Globalisasi*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2008, hlm. 407.

²² <https://shopee.co.id/>, Di akses pada hari senin 17 Juni 2024 Pukul 16.00 WIB

²³ *Ibid*

Terjemahan dari “konsumen” adalah asal muasal istilah “konsumen”. baik "konsumen" dalam bahasa Belanda atau "konsumen" dalam bahasa Inggris Amerika. Bergantung pada lokasi konsumen, beberapa definisi konsumen berlaku. Istilah "konsumen" secara harfiah berarti "seseorang yang menggunakan suatu produk." Pelanggan mana yang selanjutnya dimasukkan bergantung pada penggunaan produk atau layanan yang dimaksudkan. Demikian pula, "konsumen" didefinisikan sebagai "pengguna" atau "konsumen" dalam kamus Inggris-Indonesia.²⁴

Konsumen secara umum didefinisikan sebagai individu yang menggunakan atau akhirnya menggunakan barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Hondius , seorang spesialis konsumen asal Belanda, sampai pada kesimpulan bahwa sebagian besar konsumen dan pakar hukum sependapat. Dengan menggunakan rumusan ini, Hondius berharap dapat membedakan antara pengguna akhir dan konsumen perantara. "Pembeli (tas)" adalah frasa yang sedikit lebih sesuai dengan konsumen. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memuat definisi untuk istilah ini.

Jelaslah bahwa konsep konsumen lebih luas daripada konsep pembeli. Pernyataan mantan Presiden AS John F. Kennedy, "Konsumen, menurut definisi, mencakup kita semua," merangkum ruang lingkup pengertian konsumen. Di Amerika Serikat, "korban produk yang cacat" termasuk dalam definisi konsumen. Ini mencakup pembeli dan pengguna, yang bukan pembeli, dan korban non-pengguna berhak atas hak yang

²⁴Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 3.

sama dengan pembeli. Peraturan jelas jauh lebih longgar di Australia. Konsumen didefinisikan oleh Undang-Undang Praktik Perdagangan 1974, yang telah mengalami beberapa amandemen, sebagai individu yang membeli komoditas atau layanan tertentu dengan harga maksimum A \$40.000. Dengan kata lain, hingga harganya lebih tinggi, alasan pembelian komoditas atau layanan tersebut tidak dipertanyakan. Harus ada kebutuhan khusus jika biayanya lebih dari A \$40.000²⁵

Az. Nasution memberikan batasan-batasan sebagai berikut kepada nasabah:

1. Seseorang yang membeli barang dan jasa untuk tujuan tertentu disebut konsumen.
2. Seseorang yang membeli produk dan jasa untuk diperdagangkan (tujuan komersial) atau untuk memproduksi barang atau jasa lain dianggap sebagai konsumen perantara.
3. Orang perseorangan yang membeli dan memanfaatkan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, keluarga, atau pribadi dan bukan untuk dijual kembali (tujuan nonkomersial) dianggap sebagai konsumen akhir.²⁶

E. Perlindungan Konsumen

Cakupan perlindungan konsumen luas dan mencakup perlindungan barang dan jasa dari titik penjualan hingga akhir penggunaan. Namun, ada dua komponen perlindungan konsumen: perlindungan terhadap kemungkinan konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan yang disepakati.²⁷

²⁵ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen Reposisi Dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*, Jala Permata Akasara, Jakarta, 2021, hlm. 74

²⁶Hulman Panjaitan, *Op.Cit*, hlm. 75

²⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2016, hlm. 21

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri, diupayakan adanya jaminan kepastian hukum guna melindungi konsumen.²⁸

Cakupan perlindungan konsumen luas dan mencakup perlindungan barang dan jasa dari titik penjualan hingga akhir penggunaan. Namun, ada dua komponen perlindungan konsumen: perlindungan terhadap kemungkinan konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan yang disepakati.

Pembelaan terhadap ketentuan tidak masuk akal yang diberlakukan pada pelanggan.

Az. Definisi hukum konsumen menurut Bapak Nastion adalah “Seperangkat asas dan norma yang mengatur interaksi dan masalah yang mempengaruhi penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara pengguna dan penyedia dalam kehidupan sosial”, demikianlah Bapak Nastion mendefinisikan hukum konsumen, yang meliputi perlindungan konsumen.²⁹

Menurut Ahmadi Mil dan Stalman Yod , sudah cukup jika perlindungan konsumen didefinisikan secara formal sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 ayat (1) UUPK. Diharapkan kalimat ini, yang telah berupaya semaksimal mungkin untuk menjamin kepastian hukum, akan berfungsi

²⁸Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. 33 Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994, hlm 152.

²⁹ Az Nasution, *Op., Cit*, hlm. 38.

sebagai pencegah terhadap tindakan sewenang-wenang yang menguntungkan perusahaan semata-mata untuk kepentingan konsumen.³⁰

F. Pengertian COD (*Cash On Delivery*)

Bayar di tempat adalah cara pembayaran dengan uang tunai di tempat yang telah ditentukan dengan menggunakan transaksi internet. Saat barang diantar ke rumah pelanggan atau tempat lain yang ditentukan, pelanggan membayar dengan cara bayar di tempat (COD). COD merupakan cara pembayaran yang lebih nyaman dan aman, dan klien dapat memeriksa produk saat barang diantar. Jika dibandingkan dengan opsi pembayaran online, jaminan ini menguntungkan baik saat pengiriman maupun pembayaran. Bagi pelanggan yang ingin membeli produk secara online, COD merupakan alternatif yang membantu.³¹

Bayar di Tempat, atau COD, adalah opsi pembayaran yang memungkinkan Anda membayar barang yang Anda pesan secara online dengan uang tunai saat barang tersebut sampai di tangan pembeli. Layanan ini memungkinkan pelanggan untuk membeli produk dari penjual daring dan membayar ongkos kirim saat barang tersebut dikirim ke alamat yang ditentukan. Saat menerapkan sistem COD ini, penting untuk memastikan bahwa orang yang memperkenalkan sistem tersebut hadir di rumah atau di alamat yang ditentukan saat jadwal pengiriman barang dilaksanakan.³²

³⁰ Hulamn, *Op., Cit.* hlm. 83

³¹ Ummul Haira Asmar, Skripsi : “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Cash On Delivery*” (Palopo : IAIN,2021), hal, 10.

³² Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 59

COD adalah pendekatan pembayaran di mana pelanggan memilih untuk membayar produk yang dibeli setelah produk tersebut dikirimkan, lebih lanjut, mode pembayaran *cash-on-delivery* muncul sebagai konstruksi utama untuk meningkatkan niat belanja online. Dalam sistem pembayaran dapat menggunakan tiga komponen yaitu: kemudahan, efektif, minimalisir penipuan transaksi antara penjual dan pembeli selesai ketika penjual telah setuju untuk menukar barang yang dikemas dengan pembayaran dari pembeli.³³

³³ Sudung Simatupang dkk, *Sistem Pembayaran Cash On Delivery terhadap keputusan Pembelian Di Shopee*, Edunomika - Vol. 08, No. 01, 2023, hlm. 5