

BAB IV

ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BARANG SISTEM COD PADA APLIKASI TIKTOK *SHOP*

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Pembelian Barang Sistem COD Pada Aplikasi TikTok *Shop* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Jaminan perlindungan hukum bagi konsumen dalam proses transaksi pembelian barang melalui sistem *Cash on Delivery* (COD) pada *platform* TikTok *Shop* diatur secara komprehensif melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang secara eksplisit menjamin hak-hak substantif konsumen berupa akses terhadap informasi yang akurat dan tidak menyesatkan, kesesuaian barang dengan spesifikasi yang dijanjikan, serta pemberian kompensasi atau ganti rugi jika terjadi pelanggaran kontraktual.

Pasal 1 angka 2 UUPK secara presisi mengklasifikasikan konsumen sebagai setiap perorangan yang menggunakan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan pribadi diluar konteks komersial, sedangkan Pasal 1 angka 6 mengklarifikasi cakupan pelaku usaha yang meliputi *platform e-commerce* dan jaringan seller terafiliasinya. Hak-hak dasar konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 UUPK, mencakup delapan prinsip fundamental yang relevan dengan dinamika COD, yaitu: (1) kenyamanan, keamanan, dan keselamatan; (2) informasi benar, jujur, dan tidak menyesatkan; (3) pemilihan barang/jasa; (4) ganti rugi jika dirugikan; (5) rehabilitasi kesehatan; (6) kompensasi informasi; (7) advokasi,

perlindungan hukum, dan penanganan sengketa; serta (8) pendidikan perlindungan konsumen.

Menurut peneliti, penerapan sistem *Cash on Delivery* (COD) di TikTok *Shop* pada dasarnya telah selaras dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sistem ini memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan yang optimal bagi konsumen (sesuai Pasal 4 UUPK), karena mereka baru menyerahkan uang ketika fisik barang telah sampai di tempat. Metode ini sangat menguntungkan konsumen karena meminimalkan risiko penipuan online sekaligus mengakomodasi masyarakat yang belum memiliki akses ke perbankan digital. Dengan bayar di tempat, konsumen juga dapat memastikan kesesuaian identitas paket sebelum bertransaksi, yang memperkuat hak mereka atas informasi barang yang benar dan jujur.

Namun disisi lain, kepraktisan sistem ini justru menciptakan ketidakadilan yang merugikan pelaku usaha (seller) dan kurir akibat tiadanya sistem pengamanan pembayaran yang ketat dari pihak platform. Kelemahan utama terletak pada absennya fitur verifikasi untuk memastikan bahwa pemesan adalah orang yang benar-benar memahami aturan COD, serta tidak adanya deteksi pesanan ganda (*double order*). Akibatnya, konsumen sering kali tidak sengaja memesan barang yang sama berulang kali karena mengira sistem sedang eror, atau menolak membayar saat kurir datang dengan dalih tidak tahu-menahu atau tidak sengaja terpicet oleh anak kecil.

Dampak dari celah sistem ini sangat merugikan pelaku usaha secara finansial. Ketika terjadi penolakan paket atau *Return to Sender* (RTS), seller harus

menanggung kerugian waktu, biaya pengemasan, hingga risiko barang rusak saat retur. Kerugian serupa juga menimpa kurir ekspedisi; mereka kehilangan waktu, tenaga, dan insentif pengiriman akibat mengantar paket yang berujung ditolak. Lebih jauh lagi, ketiadaan edukasi dan verifikasi dari platform sering kali memicu konflik verbal hingga fisik di lapangan karena konsumen bersikeras membuka paket sebelum membayar. Situasi ini mencederai hak pelaku usaha dalam Pasal 6 UUPK untuk menerima pembayaran sesuai kesepakatan dan mendapatkan perlindungan dari konsumen yang tidak beriktikad baik. Oleh karena itu, TikTok *Shop* perlu segera membenahi sistem ini dengan menghadirkan fitur verifikasi OTP, sistem peringatan pesanan ganda, serta sanksi pemblokiran fitur COD bagi konsumen yang kerap melakukan pembatalan sepihak.

Kerugian yang dialami oleh pelaku usaha dan kurir kian diperparah oleh munculnya fenomena penyalahgunaan data pribadi, di mana oknum tidak bertanggung jawab memanfaatkan nama, alamat, hingga nomor telepon orang lain untuk melakukan pemesanan COD fiktif. Absennya mekanisme penyaringan (*screening*) identitas yang ketat pada platform TikTok *Shop* di aplikasi TikTok membuat siapa saja dapat mereplikasi atau mencatut data korban dengan mudah. Ketika paket fiktif tersebut sampai di lokasi tujuan, pemilik data asli yang bertindak sebagai korban pemalsuan ini kerap dihadapkan pada situasi dilematis; mereka dipaksa membayar barang yang tidak pernah mereka pesan, atau terpaksa menolaknya sehingga reputasi digital mereka memburuk dan terancam sanksi pemblokiran (*blacklist*) fitur COD oleh sistem.

Tindakan pemakaian data tanpa persetujuan (*consent*) ini tidak hanya mencederai asas iktikad baik dalam hukum perlindungan konsumen, tetapi juga telah bergeser menjadi klaster pelanggaran hukum pidana yang serius. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), perbuatan memperoleh dan menggunakan data pribadi milik orang lain secara melawan hukum diancam dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau denda maksimal Rp5 miliar. Terlebih lagi, jika aktivitas ini melibatkan manipulasi informasi elektronik agar pesanan seolah-olah otentik dari korban, pelaku dapat dijerat Pasal 35 UU ITE mengenai manipulasi data elektronik. Oleh karena itu, mendesak bagi pihak platform untuk tidak hanya membatasi pesanan ganda, melainkan juga menerapkan sistem otentikasi dua langkah (2FA) atau konfirmasi OTP langsung ke nomor telepon tujuan pengiriman sebelum pesanan diproses, guna memitigasi risiko kejahatan siber yang merugikan ekosistem niaga digital ini.

Pasal 4 UUPK secara eksplisit menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang/jasa, prinsip yang menjadi krusial dalam konteks mekanisme *Cash on Delivery* (COD) yang mengharuskan pembeli melakukan pembayaran setelah menerima dan memverifikasi barang secara fisik, sehingga dapat meminimalkan potensi *gharar* atau ketidakpastian yang inheren dalam jual beli jarak jauh. Pasal 7 UUPK secara normatif mewajibkan pelaku usaha bertanggung jawab secara penuh atas setiap kerugian yang dialami konsumen akibat cacat pada barang, ketidaksesuaian dengan deskripsi, atau kegagalan fungsi, seperti kerusakan yang terjadi selama proses pengiriman dalam skema COD.

Risiko substantif yang paling prevalen dalam praktik COD mencakup ketidaksesuaian barang dengan spesifikasi yang diiklankan (sebagaimana tercermin dalam kasus seperti perbedaan ukuran, cacat produksi, atau pemalsuan barang) dimana konsumen telah berkomitmen pada pembayaran setelah penerimaan fisik, sehingga menciptakan asimetri informasi yang merugikan. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, Pasal 7 UUPK mengimperatiskan pelaku usaha untuk menjamin kualitas barang sesuai dengan standar yang diterapkan atau deskripsi kontraktual, dengan penerapan doktrin tanggung jawab mutlak (*strict liability*) yang menghilangkan keharusan pembuktian elemen kelalaian atau itikad buruk dari pihak konsumen, sehingga memperkuat posisi protektif hukum bagi konsumen dalam dinamika transaksional digital.

UUPK yang secara khusus membahas dalam ranah perlindungan konsumen yang memaknai konsumen sebagai pihak individu atau kelompok yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan pribadi non-komersial (Pasal 1 ayat 2), sementara pelaku usaha mencakup entitas seperti *TikTok Shop* sebagai perantara digital dan mitra penjualnya (Pasal 1 ayat 6). Pasal 4 UUPK menyebutkan 8 (delapan) hak dasar konsumen, dan yang relevan dengan COD meliputi: (a) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang, spesifikasi, harga, serta risiko potensial; (b) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam penggunaan barang; serta (c) hak atas ganti rugi, penggantian, atau pemulihan kondisi akibat kerugian material atau immaterial.

Dalam konteks COD, yang dimana pembayaran dilakukan setelah pemeriksaan fisik barang, risiko yang muncul berupa ketidaksesuaian deskripsi

(*missrepresentation*), cacat produksi tersembunyi (*latent defect*), atau kerusakan selama pengiriman. Pasal 7 UUPK mewajibkan pelaku usaha memberikan jaminan kualitas barang sesuai standar atau iklan, dengan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) yang tidak memerlukan pembuktian kesalahan.

Klausul baku dalam syarat dan ketentuan *TikTok Shop* yang membebaskan *platform* dari liabilitas batal demi hukum (Pasal 18 UUPK) jika merugikan konsumen, sehingga kebijakan refund dan retur menjadi kewajiban imperatif. Integrasi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) memperkuat *traceability* rantai pasok, termasuk identitas seller dan rekam jejak transaksi.

Mekanisme pengembalian barang (retur) pada *platform TikTok Shop* dalam transaksi sistem *Cash on Delivery* (COD) dirancang sebagai instrumen operasional yang mendukung realisasi hak konsumen sesuai dengan Pasal 4 dan 7 UUPK, terutama jika barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan. Apabila barang telah diterima namun ternyata tidak memenuhi spesifikasi yang dijanjikan, prosedur pengembalian (retur) dilakukan secara terstruktur melalui tahapan berikut:

1. Pengajuan klaim secara formal dalam rentang waktu maksimal 7 (tujuh) hari pasca-penerimaan barang melalui antarmuka menu “pesanan saya > pengembalian”;
2. Pengunggahan bukti visual berupa dokumentasi fotografis atau videografis yang kredibel untuk mendukung klaim;

3. Respon dari pihak penjual yang harus diberikan dalam kurun waktu 48 jam, disertai mekanisme persetujuan otomatis (*auto-approval*) apabila batas waktu tersebut terlampaui; serta
4. Pengiriman barang retur dengan memanfaatkan label pengiriman gratis (jika kesalahan terbukti berasal dari penjual) atau mekanisme reimbus ongkos kirim.

Proses pencairan dana pengembalian (refund) selanjutnya direalisasikan ke dalam saldo *TikTok Wallet* dalam jangka waktu 3-7 hari kerja, yang dapat ditransfer lebih lanjut ke rekening bank yang telah terdaftar secara resmi. Berikut merupakan prosedur pengajuan pengembalian barang atau pengembalian dana yang dilakukan sebagai bentuk penanganan terhadap ketidaksesuaian isi paket dengan deskripsi produk yang tercantum:



Gambar 4.1 Skema Pengajuan Pengembalian Dana

Penyelesaian sengketa dalam konteks transaksi *e-commerce* mengadopsi pendekatan hierarkis yang progresif, dimulai dari tahap mediasi internal pada *platform* melalui *Seller Center*, dilanjutkan dengan eskalasi ke layanan *Customer*

Service TikTok, dan selanjutnya ke ranah formal melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sesuai dengan ketentuan Pasal 44 hingga Pasal 56 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

BPSK memiliki yurisdiksi untuk melaksanakan prosedur konsiliasi, mediasi, atau arbitrase, yang menghasilkan putusan bersifat mengikat dan eksekutorial dalam kurun waktu maksimal 21 hari kerja sebagaimana diatur dalam Pasal 52, dengan prinsip akseibilitas yang mengecualikan biaya bagi pihak konsumen. Apabila proses tersebut tidak mencapai kesepakatan, konsumen berhak mengajukan gugatan perdata ke Pengadilan Negeri, dimana beban pembuktian diterapkan secara terbalik kepada pelaku usaha sesuai Pasal 37 UUPK, sehingga memperkuat posisi tawar konsumen dalam dinamika asimetris hubungan kontraktual.

Menurut peneliti, transaksi pembelian melalui sistem *Cash on Delivery* (COD) pada *platform TikTok Shop* telah mematuhi ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang diwujudkan melalui implementasi preventif (pencegahan), kuratif (penindakan), dan restorative (pemulihan) yang selaras dengan 8 (delapan) hak dasar konsumen yang sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf b UUPK (hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi, cacat, dan jaminan barang).

Implementasi Pasal 4 melalui dokumentasi video produk, spesifikasi teknis (ukuran, bahan, warna), rating seller algoritmik, ulasan pembeli *real-time*, serta fitur Q&A interaktif, meskipun memiliki potensi adanya penggunaan filter kecerdasan buatan (AI) dalam video atau foto produk dapat melanggar Pasal 10

UUPK (larangan iklan yang menyesatkan atau menimbulkan harapan palsu) jika tidak diiringi dengan *disclaimer* tekstual yang mengurangi keterbatasan visualisasi digital.

Pasal 7 ayat (1) UUPK (kewajiban pelaku usaha menjamin mutu dan/atau kualitas barang/jasa sesuai standar yang berlaku atau sesuai dengan deskripsi dengan prinsip *strict liability*) terpenuhi secara fungsional melalui mekanisme tanggung jawab antar pelaku usaha (Pasal 26 UUPK), dimana *TikTok Shop* sebagai penyedia jasa sistem elektronik (PJSE) bertanggung jawab bersama seller dan mitra logistik (JNE, SiCepat, J&T) untuk memfasilitasi ganti rugi tanpa memerlukan pembuktian kelalaian konsumen, sebagaimana diterapkan pada kasus cacat produksi tersembunyi, ketidaksesuaian ukuran/warna, pemalsuan produk, atau pengiriman ganda/salah alamat. Kebijakan *auto-refund* (pencairan dana otomatis jika seller tidak merespons dalam 48 jam) merealisasikan Pasal 4 huruf d UUPK (hak atas ganti rugi, penggantian, dan/atau servis yang memadai serta perlakuan yang layak).

Mekanisme retur barang dan/atau dana secara eksplisit mengoperasionalkan Pasal 19 UUPK (hak pembatalan transaksi yang tidak sesuai dengan perjanjian baik secara keseluruhan maupun sebagian) melalui Kebijakan Pengembalian TikTok Shop yang menetapkan jangka waktu pengembalian 15 hari untuk produk biasa dan 30 hari untuk TikTok Shop Mall sejak status pesanan "Terkirim", dengan proses yang sudah dijabarkan. Proses pengembalian ini tidak hanya memenuhi Pasal 7 ayat (2) huruf c UUPK (kewajiban memberikan kompensasi atas kerugian konsumen), tetapi juga Pasal 62

UUPK (kompensasi ditanggung pelaku usaha secara proporsional) jika terbukti kesalahan seller.

B. Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem *Cash on Delivery* (COD) Pada Platform TikTok Shop

Sistem *Cash on Delivery* (COD) pada platform *TikTok Shop* dikonseptualisasikan secara yuridis dalam fikih muamalah sebagai transaksi jual beli (*bay'*) yang pada dasarnya mubah atau diperbolehkan, sepanjang memenuhi rukun dan syarat akad secara integral, yaitu kejelasan objek (*mauqud alaih*), kesepakatan harga (*tsaman*), ijab-qabul yang eksplisit dan menghasilkan ikatan hukum mengikat, serta kerelaan (*taradhi*) kedua belah pihak, serta bebas dari unsur-unsur pembatal akad seperti *gharar* (ketidakpastian substantif), *tadlis* (penyamaran atau menyembunyikan cacat secara sengaja), atau *ghasyysi* (penipuan terselubung yang merusak amanah transaksional).

Hukum dasar jual beli dalam Islam bersifat *tasrih* (eksplisit dan tegas) diperbolehkan sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba,”

yang secara normatif menjadi prinsip hukum asal kebolehan dasar bagi transaksi COD sebagai bentuk *bai' naqdi* (jual beli kontan dengan pembayaran fisik langsung saat serah terima) atau *bai' taqsi* (jual beli penangguhan pembayaran singkat yang disepakati dan terukur untuk memungkinkan verifikasi).

Rukun akad jual beli mencakup: (1) pihak *akid* (penjual dan pembeli); (2) objek barang halal, *qath'i* (jelas spesifikasi), dan milik sah; (3) harga pasti dan tidak mengandung *riba nasi'ah*; (4) ijab-qabul.⁶⁹

Menurut peneliti, sistem *Cash on Delivery* (COD) pada *platform TikTok Shop* secara umum sudah memenuhi rukun dan syarat akad jual beli dalam fikih muamalah, sehingga dapat dikategorikan sah secara syar'i dengan beberapa catatan penting terkait potensi *gharar* yang dapat dicegah melalui transparansi deskripsi yang lebih ketat. Pemenuhan rukun akad secara sistematis ditunjukkan sebagai berikut:

1. Pihak *akid* (penjual dan pembeli) terpenuhi melalui identitas seller yang sudah terdaftar dan konsumen yang melakukan order secara sukarela.
2. Objek barang yang halal (*mauqud 'alaih*) didokumentasikan melalui video barang dan spesifikasi teknis (ukuran, bahan, dan warna).
3. Harga pasti tanpa ada unsur riba, tertera tanpa markup tersembunyi
4. Ijab (penawaran dari penjual) terjadi saat penjual memajang produk di *TikTok Shop*, mencantumkan deskripsi, dan harga.
5. Qabul (penerimaan dari pembeli) terpenuhi ketika pembeli memilih produk, lalu memilih metode pembayaran “Bayar di Tempat” (COD), dan mengklik tombol “Buat Pesanan” atau “Pesan”.

⁶⁹ “Rukun Jual Beli dalam Islam, Dasar Hukum, dan Syaratnya,” diakses 24 Juni 2026, <https://pegadaian.co.id/artikel/inspirasi/rukun-jual-beli>.

6. Serta akad sempurna (serah terima), dianggap sah dan mengikat saat pembeli/konsumen menerima paket dari kurir dan melakukan pembayaran tunai, yang menandakan rida (kerelaan) kedua belah pihak.

Konsep *khiyar* (hak opsional) menjadi instrumen krusial dalam validasi keabsahan COD: *khiyar 'aib* (hak pembatalan atas cacat tersembunyi yang terdeteksi pasca-penerimaan), *khiyar syarth* (hak berdasarkan syarat deskripsi yang disepakati di listing), *khiyar majlis* (hak selama majelis transaksi berlangsung), serta *khiyar ru'yah* atau hak membatalkan jual beli karena melihat barang saat menerima barang yang cacat atau tidak sesuai menjadi hak pembeli dalam hukum Islam.⁷⁰ Oleh karena itu, pembeli berhak menolak atau mengembalikan barang dengan ketentuan yang adil, sesuai prinsip keadilan dan larangan *gharar* (ketidakjelasan) dalam transaksi Islam.⁷¹ Secara *maqashid syariah*, COD mendukung *hifz al-mal* (perlindungan harta) dengan meminimalkan risiko kerugian salah satu pihak, serta *sadd al-dzari'ah* (penutupan jalan kejahatan) melalui transparansi deskripsi dan mekanisme retur yang terstruktur.

Berdasarkan uraian sebelumnya mengenai konsep *khiyar* sebagai hak opsional dalam fikih muamalah, peneliti berpendapat bahwa mekanisme pengembalian dana atau barang yang disediakan oleh pihak *TikTok Shop* khususnya ketika konsumen menerima barang dalam kondisi cacat, rusak, atau tidak sesuai dengan pesanan maupun deskripsi secara mendasar selaras dengan prinsip *khiyar*

⁷⁰ Zulfatus Sa'diah dkk., "Konsep Khiyar Pada Transaksi Ba'i Salam," *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* 1 (2022): 386–88.

⁷¹ 265,513, "Hukum Jual Beli Online Dengan Sistem COD |," *Republika.Id*, diakses 29 Oktober 2025, <https://republika.id/posts/14376/hukum-jual-beli-online-dengan-sistem-cod>.

'*aib* (hak atas cacat tersembunyi) dan *khiyar syarth* (hak berdasarkan syarat deskripsi), sebagaimana diakomodasi melalui fitur retur 7 (tujuh) hari. Secara *maqashid syariah*, metode pengembalian dana atau barang selaras dengan *hifz al-mal* (perlindungan harta) melalui kompensasi transparan dan *sadd al-dzari'ah* (penutupan jalan kejahatan) melalui pengaduan terstruktur.

Meskipun pada dasarnya mubah, sistem *Cash on Delivery* (COD) berpotensi jatuh ke dalam hukum *fasid* (batal bersyarat) atau haram secara *taklifi* jika mengandung *ghara katsir* (ketidakpastian substantif yang dominan), seperti perbedaan signifikasi antara barang yang diterima dengan spesifikasi yang dideskripsikan, misalnya kesalahan ukuran, cacat produksi, atau pemalsuan produk yang disebabkan oleh deskripsi manipulatif melalui filter kecerdasan buatan (AI) pada video TikTok, yang secara yuridis termasuk dalam kategori *tadlis hasy* (penyamaran sifat cacat secara disengaja).

Dengan demikian, transaksi dengan sistem *Cash on Delivery* (COD) pada *platform TikTok Shop* dapat dilakukan secara halal (*thayyib*) dalam kerangka fikih muamalah sepanjang kedua belah pihak mematuhi prinsip iktikad baik, dimana penjual berkewajiban menyampaikan deskripsi produk secara jujur, jelas, dan komprehensif tanpa unsur *tadlis* atau *gharar* substantif. Sementara pembeli melaksanakan pembayaran sesuai kesepakatan kontraktual *qath'i* pasca-verifikasi fisik. Pengembalian barang tetap diperbolehkan melalui *khiyar ru'yah* atau *khiyar syarth* (hak batal berdasarkan syarat deskripsi) apabila terjadi ketidaksesuaian spesifikasi, sehingga menjamin keseimbangan transaksional dan kemaslahatan bersama.