
Motif Pembatalan Paket Cash On Delivery (Cod) Di Surabaya

Najwa Farah Dilla Loviane¹, Najwa Firdausyi², Riang Islamya As Zahraa³

Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3}

24041184012@mhs.unesa.ac.id¹

20241184308@mhs.unesa.ac.id²

24041184329@mhs.unesa.ac.id³

Abstrak: *E-Commerce* menjadi semakin populer, membawa semakin banyak pelanggan untuk melakukan bisnis online. Namun transaksi tersebut dilakukan dalam jarak jauh dan berpotensi menimbulkan risiko kerugian. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi kerugian untuk konsumen dan penjual perlu mengetahui hak-hak nya agar dia terlindungi dari oknum-oknum pelaku usaha yang ingin berbuat tidak baik terhadap konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memahami Motif Pembatalan Paket *Cash On Delivery* (COD) di Surabaya melalui pendekatan kualitatif. Metodenya antara lain seperti wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi kasus yang memasukkan 7-8 responden. Dari penelitian ini diperoleh hasil dari rumusan masalah bahwa pada pembatalan paket *Cash On Delivery* (COD) di Surabaya, penjual dan kurir dirugikan atas pembatalan sepihak yang dilakukan oleh konsumen. Beberapa sumber menunjukkan bahwa, karena semakin meningkatnya jumlah pesanan online, pembatalan *Cash On Delivery* (COD) umum terjadi, terutama di kota-kota besar seperti Surabaya. Perusahaan *E-Commerce* dan logistik terus mencari solusi untuk mengurangi pembatalan tersebut, seperti memperkuat sistem konfirmasi pesanan dan menawarkan insentif kepada konsumen yang menyelesaikan transaksi.

Kata Kunci: *Cash On Delivery* (COD), *E-Commerce*, Pembatalan

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi informasi, akhir-akhir ini kita menyaksikan perubahan seperti Internet dan teknologi informasi yang memegang peranan penting dalam perekonomian negara. Teknologi yang terus berkembang memudahkan orang untuk menyelesaikan aktivitas ekonominya seperti jual beli yang dapat dilakukan secara online, sebab konsep pemasaran yang selama ini dipergunakan dengan model langsung dirubah dengan model pemasaran digital (Simatupang, Efendi, et al., 2021), Internet telah membawa perekonomian dunia ke fase baru yang dikenal sebagai ekonomi digital. Adanya ekonomi digital dimana aktivitas perekonomian semakin aktif, dimana perusahaan-perusahaan menggunakan internet sebagai sarana komunikasi. Shopee sendiri berdiri tahun 2009 oleh Forrest Li, dan dulunya bernama Garena telah menjadi website komersial yang memiliki kantor pusat di Singapura (Atifi, 2018). Saat ini, sarana bisnis yang paling menonjol adalah sistem *Cash On Delivery* (COD), yang memungkinkan pelanggan membayar saat barang mereka diantar. Semakin banyak orang yang mengandalkan teknologi digital untuk berbagai keperluan, termasuk komunikasi, karena kemajuan pesat dalam masyarakat dan teknologi. *Cash On Delivery* (COD) menjadi jenis transaksi di mana penerima membayar barang pada saat pengiriman, bukan menggunakan

kredit (Young, 2023). Sampai saat ini, metode pembayaran *Cash On Delivery* COD sudah banyak diterapkan di banyak marketplace, salah satunya Shopee (Ginee.Com, 2021).

Metode *Cash On Delivery* (COD) juga mampu meningkatkan jumlah pembelian di toko online yang menawarkan pembayaran dengan metode ini seperti Shopee, Lazada, dan lainnya hingga lebih dari 30% setiap bulannya (Maisyura et al., 2022). Pemanfaatan internet dan teknologi elektronik ada di mana-mana dalam hampir setiap kegiatan ekonomi secara global, khususnya di Indonesia. Perdagangan elektronik, atau *E-Commerce* mengacu pada transaksi bisnis yang dilakukan sepenuhnya secara daring. Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak yang paling besar terhadap perekonomian melalui media elektronik dan perdagangan elektronik. Melalui transaksi *Cash On Delivery* (COD), Belanja daring, semacam telemarketing, telah menggantikan pasar konvensional, tempat penjual dan pelanggan bertemu langsung, dan telah mengubah cara orang mendapatkan barang yang mereka inginkan. Perkembangan Internet berdampak besar pada perdagangan global. Era baru dalam sejarah ekonomi global telah dimulai, yang ditandai dengan munculnya Internet: ekonomi digital. Seiring dengan meningkatnya permintaan, Surabaya tidak diragukan lagi akan menjadi salah satu kota *E-Commerce* terpadat dan memperluas *E-Commerce* jangka waktunya ditentukan oleh pembeli dengan mengaitkan pembayaran dengan *Cash On Delivery* (COD). Artinya, pembeli, setelah menerima sendiri produk ini, membayar sejumlah uang jaminan dan juga mengasumsikan bahwa sekuritas tersebut tersedia di toko yang sama, kali ini dalam arti pembayaran. Berbeda dengan pembayaran *dummy* / tiruan sebelumnya pada saat pembelian. Namun, model pembayaran ini diperkirakan akan menghadapi tantangan seperti meningkatnya pembatalan pesanan, dan dampaknya akan jauh lebih negatif bagi pedagang dan pengemudi pengiriman. Pembatalan *Cash On Delivery* (COD) oleh Surabaya menjadi tambah buruk karena biaya ongkos kirim dan kembali produk yang harus ditanggung oleh penjual tetapi hal tersebut membawa efek berlarut-larut pada efisiensi operasi layanan. Oleh karena itu, identifikasi alasan pembatalan lebih lanjut juga berpotensi sebagai bagian yang perlu dipahami dari penelitian ini dan membuat rekomendasinya agar pembatalan berkurang dan keefektifan peralatan logistik dan *E-Commerce* untuk masa depan menjadi lebih baik. Namun di dalam praktiknya, sistem Pelanggan yang tidak ada di rumah, pelanggan yang tidak ingin memesan, dan lokasi pengiriman yang tidak tepat hanyalah beberapa masalah yang sering dihadapi dengan metode *Cash On Delivery* (COD). Hal seperti ini jelas merugikan pihak kurir sebab adanya kegagalan dalam pengiriman paket yang berdampak pada performa pengiriman kurir tersebut, performa

pengiriman barang ini juga berpengaruh pada paket yang masuk ke wilayah kurir bekerja pada ekspedisi pengiriman barang (AZIZ, AHMAD ABDUL (2024)).

METODE

Penelitian kualitatif, yang mencakup penelitian ini, didefinisikan sebagai penelitian yang mengandalkan wawancara mendalam dengan partisipan. Selanjutnya akan dilakukan dengan cara memaparkan atau menggambarkan permasalahan mengenai analisis kualitatif pembatalan *Cash On Delivery* COD yang ada di Surabaya. Sumber data yang akan di kumpulkan berasal dari 7-8 responden yang telah di wawancarai mengenai Motif Pembatalan Paket *Cash On Delivery* (COD) Di Surabaya.

Hasil dari jawaban responden akan di teliti lebih lanjut untuk menemukan hasil pembahasan. Untuk menjawab pertanyaan penelitian kajian kualitatif tentang pembatalan *Cash On Delivery* COD di Surabaya studi ini mengandalkan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk bahan hukum primer dan sekunder. Proses pengumpulan data penulis terdiri dari beberapa langkah: mencari sumber data sekunder, mencari tahu data apa yang dibutuhkan, membuat inventaris data yang relevan dengan rumusan masalah, dan terakhir, meninjau data untuk memastikan relevansinya dengan rumusan masalah dan kebutuhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Baik konsumen maupun penjual sama-sama diuntungkan dengan efisiensi transaksi daring. Di sisi lain, karena semakin banyak orang berbelanja daring, semakin besar kemungkinan beberapa pelaku yang tidak bertanggung jawab akan memanfaatkan situasi ini. Oleh karena itu, pemerintah harus melakukan pengawasan dan memberikan arahan tentang E-Commerce. Sanksi hukum dapat dan harus dijatuhkan oleh pemerintah kepada pelaku korporasi yang gagal mematuhi peraturan yang relevan. Pelanggan yang gagal membayar barang yang mereka beli secara daring juga mengalami hal yang sama.

E-Commerce menjadi semakin populer, membawa semakin banyak pelanggan untuk melakukan bisnis online. Namun transaksi tersebut dilakukan dalam jarak jauh dan berpotensi menimbulkan risiko Kerugian. Jika Anda pembeli yang tidak memiliki akun, Anda tetap dapat membeli barang secara daring dengan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Bayar saja saat barang diantar oleh kurir ke rumah Anda. Namun, ada kendala pada metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Pembayaran harus dilakukan saat barang sudah sampai

di tempat tujuan. Sayangnya, banyak perusahaan yang berjualan di aplikasi marketplace yang tidak membayar barangnya karena tidak dapat dihubungi, tidak mau membayar, atau tidak jujur dalam hal keuangan. Jika pelanggan setuju untuk membayar barang belanjanya dengan sistem Cash On Delivery (COD), mereka harus mematuhi ketentuan yang tercantum dalam perjanjian. Kerugian ini dapat mempengaruhi legitimasi penjual, jenis produk yang diterima, serta pesanan dan pembayaran konsumen. Kerugian ketika jarak antara penjual dan konsumen jauh. Konsumen mengalami penundaan yang signifikan dalam pengiriman barang yang dikirimkan kepada, termasuk barang yang cacat, kerugian yang diterima melalui *E-Commerce* lebih tinggi dirasakan oleh konsumen dibandingkan entitas ekonomi dan penjual. Berdasarkan 7-8 responden yang telah di wawancara, berikut adalah hasil pembahasan yang telah diteliti, Pelanggan sering kali tidak puas dengan kualitas barang Cash On Delivery (COD) yang mereka terima, yang merupakan alasan utama mengapa sebagian besar responden membatalkan pembelian COD.

Banyak juga dari responden yang mengeluhkan tidak adanya dana saat barang *Cash On Delivery* (COD) sudah sampai, jadi transaksi pun tidak dapat dilakukan karena pelanggan tidak dapat membayar paket yang telah dipesan. Kejadian seperti ini menyebabkan kerugian yang sangat besar oleh penjual, mereka harus mengeluarkan biaya pengemasan dan jasa kurir, belum lagi barang yang harga nominalnya tidak kecil. Transaksi *online* antara badan usaha dan konsumen harus dilakukan dengan itikad baik sejak awal. Semua transaksi yang dilakukan harus ada perjanjian dari awal agar terhindar dari kerugian antar penjual dan konsumen seperti ini. Selain itu, pembeli harus memahami syarat dan ketentuan yang relevan serta memiliki dokumentasi yang sah, seperti faktur atau tanda terima, untuk mendukung pembelian mereka. Pebisnis memiliki tanggung jawab kepada pelanggan mereka untuk bersikap transparan tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan serta mematuhi semua peraturan kualitas dan keselamatan yang relevan. Selain itu, mereka perlu memiliki sistem untuk menyelesaikan perselisihan dengan cepat dan adil, dan mereka harus cepat menanggapi komentar dan keluhan pelanggan. Mengidentifikasi dan mendokumentasikan masalah dengan jelas harus menjadi langkah awal ketika konsumen mengalami masalah dengan suatu produk atau layanan. Pastikan untuk menyimpan bukti transaksi, seperti faktur, kwitansi, atau korespondensi terkait, yang dapat mendukung klaim konsumen. Setelah itu, hubungi layanan pelanggan perusahaan yang bersangkutan untuk menyampaikan keluhan konsumen.

Dalam pengaduan, sertakan detail masalah, bukti yang relevan, dan jelaskan solusi yang

konsumen inginkan. Jika respons perusahaan masih tidak memuaskan, konsumen bisa mengadukan terkait hal ini ke *E-Commerce* yang bersangkutan agar permasalahan dapat diselesaikan secara jelas. Ada sejumlah perlindungan hukum yang berlaku untuk melindungi pembeli daring dari perusahaan yang tidak jujur dan memastikan informasi keuangan mereka aman saat berbelanja daring. Anda berhak merasa aman dan terlindungi saat membeli barang dan jasa. Anda juga harus dapat memilih apa yang Anda inginkan dan mendapatkannya dengan harga yang disepakati. Anda juga harus dapat memperoleh informasi yang akurat tentang jaminan dan ketentuan barang dan jasa yang Anda beli. Anda juga harus dapat menyuarakan pendapat dan kekhawatiran Anda mengenai barang dan jasa yang Anda gunakan. Anda juga harus dapat memperoleh advokasi, perlindungan, dan hak untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen dengan benar. Anda juga harus dapat memperoleh pendidikan dan bimbingan konsumen. Terakhir, Anda harus diperlakukan secara adil dan tanpa diskriminasi. Jika barang dan jasa yang Anda terima tidak memenuhi harapan Anda, Anda harus dapat memperoleh kembali uang Anda atau penggantian. Pembatalan pesanan *Cash On Delivery* (COD) dapat menyebabkan kerugian yang sangat besar bagi penjual.

Mereka harus mengeluarkan biaya pengemasan dan jasa kurir, belum lagi barang yang harga nominalnya tidak kecil. Oleh karena itu, transaksi online antara badan usaha dan konsumen harus dilakukan dengan itikad baik sejak awal. Konsumen harus memahami syarat dan ketentuan yang berlaku sebelum melakukan pembelian daring guna mencegah kerugian finansial. Selain itu, pembeli harus selalu menyimpan struk atau faktur sebagai bukti pembelian. Tahap awal dalam menyelesaikan keluhan pelanggan tentang produk atau layanan adalah mengidentifikasi dan mendokumentasikan secara akurat sifat masalah tersebut. Jika konsumen menghadapi masalah dengan produk atau layanan, mereka dapat menghubungi layanan pelanggan perusahaan yang bersangkutan untuk menyampaikan keluhan. Dalam pengaduan, konsumen harus menyertakan detail masalah, bukti yang relevan, dan menjelaskan solusi yang diinginkan. Jika respons perusahaan masih tidak memuaskan, konsumen dapat mengadukan terkait hal ini ke *E-Commerce* yang bersangkutan agar permasalahan dapat diselesaikan secara jelas. Dengan demikian, transaksi online dapat dilakukan dengan lebih aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Konsumen dapat memperoleh produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sedangkan pelaku usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan.

Hal ini memudahkan dan mengamankan semua pihak yang terlibat dalam transaksi

daring. Orang bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan dari bisnis, dan perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan kepercayaan pelanggan. Baik konsumen maupun penjual mendapatkan keuntungan dari efisiensi transaksi daring. Meskipun berbisnis daring memiliki banyak keuntungan, hal itu juga membuka pintu bagi potensi bahaya yang lebih besar bagi pembeli dan penjual. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan pengawasan dan arahan kepada sektor *E-Commerce*. Siapa pun yang terlibat dalam perusahaan yang tidak mematuhi aturan dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum oleh pemerintah. Pelanggan yang gagal membayar barang yang mereka beli secara daring berada dalam situasi yang sama.



Transaksi paket COD

KESIMPULAN

Kesimpulan apa yang menjadi motivasi konsumen untuk membatalkan paket *Cash On Delivery* (COD) yaitu ,karena keadaan mendadak tidak ada uang, kelebihan barang saat memesan, terjadi salah penulisan alamat, ragu terhadap barang yang ia pesan, ingin menambahkan atau mengganti produk yang ia beli, atau ia menemukan produk yang lebih menarik, juga ketidakpuasan konsumen terhadap barang yang ia beli bisa jadi karena faktor ia melihat barang yang serupa di toko lain dan ia menemukan dengan harga yang lebih terjangkau. Ini karena tidak ada peraturan yang keras dan cepat mengenai regularisasi *Cash On Delivery* (COD) dalam pembelian internet. Sesuai dengan Pasal 1460 KUH Perdata, penjual berhak menuntut pembayaran untuk produk karena pembeli sekarang bertanggung jawab atasnya karena perjanjian atau pembelian, terlepas dari apakah pengiriman telah terjadi atau tidak (Endehsaw, 2007). KUH Perdata, khususnya Pasal 1243, menyatakan bahwa seseorang berhak atas

kompensasi atas kerugian yang diderita sebagai akibat dari secara keseluruhan, *E-Commerce* dan logistik dapat mengurangi frekuensi pembatalan dengan meningkatkan desain konfirmasi pesan, menawarkan insentif kepada pembeli, dan menyediakan pelanggan dengan informasi yang lebih akurat. Di sisi lain, konsumen harus tahu melawan hak dan kewajiban serta keyakinan mereka membawa kepada diri sendiri untuk membayar terlebih dulu sebelum bayar tunai. Bila semua pihak dan penjual, kita sebagai konsumen/pembeli dan platform *E-Commerce* bekerja sama, maka transaksi yang adil serta efisien dapat terjadi. Di masa tersebut semua pihak yang terlibat menusia kesejahteraan. Menurut penelitian ini, pembatalan parcel *Cash On Delivery* (COD) di Surabaya sering terjadi karena beberapa alasan utama, antara lain produk tidak sesuai dengan harapan konsumen dan ketidakmampuan konsumen membayar pada saat produk tiba. Akibatnya, penjual dan kurir mengalami kerugian, termasuk biaya terkait pengemasan, pengiriman, dan pengembalian barang.

Untuk mengurangi pembatalan tersebut, perusahaan *E-Commerce* dan logistik dapat memperkuat sistem konfirmasi pesannya, menawarkan insentif kepada konsumen yang menyelesaikan transaksi, dan memberikan informasi produk yang lebih jelas dan akurat. Sementara itu, konsumen harus memahami hak dan kewajibannya serta memastikan kemampuan membayarnya sebelum melakukan pemesanan *Cash On Delivery* (COD) Melalui kerja sama antara penjual, konsumen, dan platform *E-Commerce*, diharapkan tercipta transaksi yang lebih adil, efisien, dan saling menguntungkan.

SARAN

Konsumen harus memahami syarat dan ketentuan yang relevan sebelum melakukan pembelian (Gondokusumo, 2023) daring untuk mencegah kerugian finansial. Selain itu, pembeli harus selalu menyimpan kwitansi atau faktur sebagai bukti pembelian. Tahap awal dalam menyelesaikan keluhan pelanggan tentang produk atau layanan adalah mengidentifikasi dan mendokumentasikan secara akurat sifat masalah tersebut. Setiap orang yang terlibat dalam dunia bisnis memiliki tanggung jawab untuk bersikap terus terang dan akurat saat mengiklankan produk dan layanan mereka. Semua peraturan kualitas dan keselamatan yang relevan juga harus dipenuhi. Bisnis juga memiliki tanggung jawab untuk mendengarkan masukan dan kekhawatiran pelanggan serta menawarkan cara yang cepat dan adil untuk menyelesaikan perselisihan.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar Panigraha, D. A. (2021). *WAJAH OPINI PUBLIK DI MEDIA MASSA*.

Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. AZIZ, A. A. (2024).

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP TINDAKAN
JUAL BELI PAKET COD YANG GAGAL TERKIRIM OLEH KURIR
EKSPEDISI NINJA EXPRESS. *TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP TINDAKAN*

*JUAL BELI PAKET COD YANG GAGAL TERKIRIM OLEH KURIR EKSPEDISI NINJA
EXPRESS*, 80.

GONDOKUSUMO, R. (2023, FEBRUARY 8). *PANDUAN E-COMMERCE &
MARKETPLACE MARKETING*. RETRIEVED FROM BLOG SRIBU:
[HTTPS://WWW.SRIBU.COM/ID/BLOG/PANDUAN-
MARKETPLACE-
MARKETING-STRATEGI-PEMASARAN-SHOPEE/](https://www.sribu.com/id/blog/panduan-marketplace-marketing-strategi-pemasaran-shopee/)