An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 1, Nomor 1, Oktober 2025,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Analisis Metode Transaksi Cash on Delivery (COD) dalam Platform E-Commerce di Indonesia

Aghniyatuz Zahwa Sholeha[1], Adinda Aurel, dan Fadhil Ihsan Siswanda, Endri Dores

Abstrak

Metode transaksi Cash on Delivery (COD) telah menjadi opsi pembayaran di kalangan masyarakat yang sangat populer di platform e-commerce Indonesia, terutama di tengah pertumbuhan pesat perdagangan elektronik pada era sekarang. Inti permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi COD mempengaruhi efisiensi transaksi, risiko penipuan dan inklusi keuangan pada platfrom e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop dan Bukalapak, khususnya di daerah dengan akses perbankan terbatas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif berbasis data sekunder, dengan mengumpulkan informasi dari laporan resmi platform, artikel berita, forum online, dan penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa COD meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses e-commerce bagi masyarakat yang belum memiliki rekening bank. Namun, metode ini juga menimbulkan risiko pembatalan pesanan, biaya logistik tambahan, dan potensi penipuan. Penelitian ini menekankan pentingnya integrasi teknologi verifikasi digital dan edukasi literasi keuangan untuk mengoptimalkan sistem COD secara aman dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *e-commerce; COD; transaksi; Indonesia; kualitatif*

Abstract

The Cash on Delivery (COD) transaction method has become a very popular payment option among the public on Indonesian e-commerce platforms, especially amid the rapid growth of electronic commerce in the current era. The core issue in this study is how the implementation of COD affects transaction efficiency, fraud risk, and financial inclusion on e-commerce platforms such as Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop, and Bukalapak, especially in areas with limited banking access. The research method used is qualitative based on secondary data, by collecting information from official platform reports, news articles, online forums, and previous studies. The results show that COD increases consumer confidence and expands e-commerce access for people who do not have bank accounts. However, this

[1] Aghniyatuz Zahwa Sholeha. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, @zahwasholeha57@gmail.com

method also poses the risk of order cancellations, additional logistics costs, and potential fraud. This study emphasizes the importance of integrating digital verification technology and financial literacy education to optimize the COD system in a safe and sustainable manner.

Keywords: *e-commerce; COD; transactions; Indonesia; qualitative*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, ini mendorong inovasi pada sistem pembayaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam (Sugianto, Mutiara & Malik, 2025; Ramadian, Akhsan & Dewantara, 2024). Salah satu metode pembayaran yang populer saat ini adalah *Cash on Delivery (COD)*, yaitu sistem di mana konsumen membayar saat barang diterima oleh jasa kirim (kurir). Popularitas COD di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk rendahnya literasi keuangan masyarakat, terbatasnya akses perbankan di wilayah pedesaan dan tingkat kepercayaan konsumen yang meningkat karena dapat memeriksa barang sebelum melakukan pembayaran (Rahayu & Damanuri, 2023; Putri & Dewi, 2025).

Meskipun sistem COD menawarkan berbagai keuntungan, seperti meningkatkan konversi penjualan dan mendorong inklusi keuangan, metode ini juga memberikan tantangan. Beberapa penelitian menunjukkan adanya risiko penipuan, pembatalan pesanan dan biaya logistik yang lebih tinggi (Alfian, 2024; Cahyani & Kusrini, 2024). Selain itu, masalah hukum dan etika terkait tanggung jawab seorang konsumen dalam transaksi COD juga menjadi perhatian, terutama jika terjadi pembatalan sepihak (Putri & Dewi, 2025). Kerugian finansial yang dialami penjual dan kurir dapat meningkat akibat pembatalan dan return barang (Ramadian, Akhsan & Dewantara, 2024).

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi COD terhadap efisiensi transaksi, risiko penipuan, dan kontribusinya pada inklusi keuangan di platform e-commerce Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop, Bukalapak. Dengan menggunakan pendekatan campuran (kualitatif dan kuantitatif), penelitian ini mengeksplorasi bagaimana COD mendukung akses e-commerce di wilayah dengan keterbatasan layanan perbankan serta tantangan operasional dan risiko yang mungkin muncul dalam sistem transaksi ini.

B. KAJIAN TEORI

Metode pembayaran dalam e-commerce memengaruhi perilaku konsumen saat bertransaksi digital. Seiring meningkatnya penggunaan platform belanja online di Indonesia, pilihan metode pembayaran seperti COD relevan untuk dibahas, terutama dalam konteks sosial, ekonomi, dan

budaya masyarakat (Taufik & Harris, 2025; Naufaldi & Tjokorosaputro, 2024). Teori adopsi teknologi menjelaskan bahwa keputusan seseorang menggunakan sistem baru dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan, dan keamanan (Davis, 1989). Banyak pengguna memilih COD karena merasa lebih nyaman membayar setelah barang diterima, sehingga mereka memiliki kontrol dan kepastian dalam transaksi. Kepercayaan, pengalaman berbelanja, dan norma sosial turut membentuk keputusan ini (Naufaldi & Tjokorosaputro, 2024; Noer, Prihananto & Rekso, 2023).

COD juga berkaitan dengan inklusi keuangan. Di Indonesia, banyak masyarakat belum memiliki akses penuh terhadap layanan perbankan formal, sehingga metode berbasis rekening atau dompet digital sulit dijangkau. Dengan COD, kelompok masyarakat yang tidak memiliki rekening bank tetap dapat berpartisipasi dalam ekosistem e-commerce (Rita Rahayu, 2022; Sari, 2023).

Namun, COD menimbulkan tantangan operasional, seperti biaya logistik tambahan dan risiko pembatalan pesanan atau penipuan (Ashgar & Nurlatifah, 2023; Taufik & Harris, 2025). Selain itu, aspek etika dan tanggung jawab konsumen juga menjadi perhatian, karena kerugian tidak hanya dialami penjual, tetapi juga kurir yang mengantarkan barang (Ashgar & Nurlatifah, 2023; Noer, Prihananto & Rekso, 2023).

Dengan demikian, metode COD dalam e-commerce Indonesia tidak hanya dapat dipahami sebagai mekanisme pembayaran, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang menggambarkan bagaimana manusia, teknologi, kepercayaan dan budaya transaksi saling berhubungan dalam ruang digital.

1. KERANGKA BERFIKIR

Pilihan menggunakan COD dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, dan akses finansial (Davis, 1989; Sugianto, Mutiara & Malik, 2025). Keputusan konsumen untuk memilih COD tergantung pada persepsi manfaat, keamanan, dan kemudahan penggunaan.

Di Indonesia, preferensi COD muncul karena keterbatasan layanan perbankan dan literasi digital. Konsumen di daerah dengan akses perbankan terbatas merasa aman membayar setelah barang diterima. Di sisi lain, COD juga menimbulkan tantangan operasional, seperti pembatalan pesanan, penolakan barang, dan biaya logistik tambahan (Ramadian, Akhsan & Dewantara, 2024).

Dengan demikian, COD mencerminkan hubungan antara faktor sosial dan teknologi, memengaruhi efisiensi transaksi, risiko operasional, dan kemampuan mendukung inklusi keuangan.

2. HIPOTESIS PENELITIAN

H1: Semakin mudah dan praktis pembayaran COD bagi konsumen, semakin besar kemungkinan mereka memilih metode ini saat berbelanja di platform e-commerce (Davis, 1989).

H2: Tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi online mendorong mereka untuk lebih nyaman menggunakan metode COD (Davis, 1989).

H3: Semakin tinggi risiko operasional yang terkait dengan COD, seperti pembatalan pesanan atau penipuan, semakin mempengaruhi cara konsumen dan penjual dalam memilihi metode ini (Ramadian, Akhsan & Dewantara, 2024).

H4: Penggunaan metode COD dapat mendukung untuk mendorong perluasan akses layanan bagi keuangan masyarakat yang sebelumnya belum memiliki rekening bank atau kesulitan dalam mengakses sistem pembayaran digital, sehingga berkontribusi pada inklusi keuangan (Sugianto, Mutiara & Malik, 2025).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis data sekunder. Yann artinya, kami tidak melakukan survei atau wawancara secara langsung, tetapi mengumpulkan informasi dari sumber yang sudah tersedia, seperti laporan resmi platform e-commerce, artikel berita, forum online, serta penelitian atau studi sebelumnya.. Pendekatan ini membantu kami bagaimana sistem Cash on Delivery (COD) dijalankan, dampaknya terhadap efisiensi transaksi, risiko penipuan dan peran COD dalam memperluas akses layanan keuangan

1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini berupa studi dokumentasi dan analisis data sekunder**.** Kami menelusuri berbagai sumber online yang relevan, termasuk laporan transaksi dari Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop, dan Bukalapak, serta artikel, blog, dan publikasi riset terkait COD. Dengan cara ini, kami dapat mengidentifikasi tren, tantangan dan pola perilaku konsumen tanpa harus menghubungi mereka secara langsung.

2. Populasi dan Sampel

Sampel dipilih secara purposive, yaitu data yang benar-benar relevan dengan tujuan penelitian, seperti laporan penjualan, kasus penipuan, pengalaman konsumen yang dibagikan di artikel atau forum dan hasil studi terdahulu.

3. Teknik Pengumpulan Data

Kami (peneliti) membaca dan mencatat informasi dari laporan resmi platform, artikel berita, forum diskusi, serta publikasi akademik yang membahas penggunaan COD. Semua informasi dikategorikan

berdasarkan topik, misalnya kemudahan penggunaan COD, risiko penipuan, pengalaman kurir, dan kontribusi COD terhadap inklusi keuangan.

4. Teknik Analisis Data

Data kami analisis secara tematik, dengan mencari pola, tema dan hubungan antar faktor. Kami membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk memastikan temuan lebih akurat dan dapat dipercaya (triangulasi data sekunder). Analisis ini membantu memahami bagaimana COD memengaruhi perilaku konsumen, efisiensi transaksi, dan risiko operasional secara keseluruhan.

5. Lokasi dan Durasi Penelitian

Penelitian kami lakukan secara virtual, karena seluruh data dikumpulkan dari sumber online. Proses penelitian berlangsung sekitar 1 bulan, mulai dari pengumpulan data hingga analisis tematik, untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang penggunaan COD di e-commerce Indonesia.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian literatur dan data sekunder, beberapa temuan terkait metode pembayaran Cash on Delivery (COD) di e-commerce Indonesia dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. **Preferensi Konsumen terhadap Sistem COD**
   COD tetap menjadi favorit konsumen karena memberi rasa aman dan nyaman. Dengan metode ini, konsumen dapat memeriksa barang terlebih dahulu sebelum membayar, sehingga mengurangi kekhawatiran akan risiko penipuan (Rahayu & Damanuri, 2023; Putri & Dewi, 2025). Selain itu, COD juga memudahkan masyarakat yang belum memiliki rekening bank atau yang kurang terbiasa dengan pembayaran digital, sehingga metode ini turut mendorong inklusi keuangan, terutama di daerah pedesaan dan wilayah dengan akses perbankan terbatas (Sari, 2023; Rita Rahayu, 2022).

2. **Efisiensi Transaksi dan Dampak Operasional**
   COD terbukti meningkatkan konversi penjualan hingga sekitar 25% di beberapa wilayah pedesaan (Ramadian, Akhsan & Dewantara, 2024). Namun, metode ini membawa tantangan operasional bagi penjual dan jasa logistik. Risiko pembatalan pesanan atau penolakan barang dapat menambah beban biaya dan waktu pengiriman (Ashgar & Nurlatifah, 2023; Taufik & Harris, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa walaupun COD membantu menarik konsumen, pengelolaan risiko tetap penting agar operasional tetap lancar.

3. **Kepercayaan dan Etika Transaksi**
   Tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi online memengaruhi kenyamanan mereka menggunakan COD (Davis,

1989). Di sisi lain, penolakan barang secara sepihak atau pembatalan transaksi tanpa alasan yang jelas menimbulkan kerugian bagi penjual maupun kurir, yang mengeluarkan biaya dan tenaga untuk pengiriman (Noer, Prihananto & Rekso, 2023; Ashgar & Nurlatifah, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan COD tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada interaksi manusia dan etika bertransaksi.

4. **COD Sebagai Sarana Inklusi Keuangan**
   COD tidak hanya berfungsi sebagai metode pembayaran, tetapi juga menjadi jembatan bagi masyarakat yang sebelumnya kesulitan mengakses layanan finansial digital. Dengan COD, lebih banyak orang bisa ikut berpartisipasi dalam ekosistem e-commerce, sehingga membantu memperluas akses ekonomi digital dan mengurangi kesenjangan finansial (Sugianto, Mutiara & Malik, 2025).

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa metode pembayaran *Cash on Delivery (COD)* di platform e-commerce Indonesia tidak hanya memudahkan konsumen, tetapi juga memberikan rasa aman, khususnya bagi mereka yang tinggal di daerah dengan akses perbankan terbatas atau baru pertama kali berbelanja online. COD membantu konsumen merasa lebih percaya diri karena pembayaran dilakukan setelah barang diterima.

Di sisi lain, penggunaan COD juga menimbulkan tantangan, seperti risiko pembatalan pesanan, potensi penipuan, dan biaya logistik tambahan bagi penjual maupun kurir. Temuan ini menegaskan bahwa COD lebih dari sekadar metode pembayaran; ia juga merupakan fenomena sosial yang mencerminkan interaksi antara teknologi, kepercayaan, budaya transaksi, dan etika digital. Dengan demikian, COD bisa menjadi jalan untuk memperluas akses masyarakat ke layanan keuangan digital.

F. SARAN

Agar penggunaan COD lebih aman dan bermanfaat, platform e-commerce sebaiknya menambahkan sistem verifikasi digital yang praktis, konsumen tetap memeriksa barang sebelum membayar, peneliti bisa mengeksplorasi cara mengurangi risiko dan meningkatkan literasi keuangan, dan pembuat kebijakan perlu membuat aturan yang melindungi semua pihak sehingga transaksi COD lebih lancar, nyaman, dan mendukung perkembangan e-commerce di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Alfian, A. (2024). Analisis risiko pembatalan pada transaksi COD di e-commerce Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 12 (2), 55–64.

Ashgar, M., & Nurlatifah, S. (2023). Tantangan operasional metode COD pada platform belanja online. *Jurnal Logistik Digital*, 4(1), 22–34.

Cahyani, R., & Kusrini, E. (2024). Dampak biaya logistik pada transaksi COD di marketplace Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6 (3), 112–120.

Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13 (3), 319–340.

Naufaldi, A., & Tjokorosaputro, D. (2024). Pengaruh norma sosial terhadap penggunaan COD pada e-commerce. *Jurnal Perilaku Konsumen Indonesia*, 3 (1), 14–25.

Noer, R., Prihananto, D., & Rekso, B. (2023). Etika konsumen dalam transaksi COD di Indonesia. *Jurnal Etika Digital*, 5 (2), 77–89.

Putri, M., & Dewi, N. (2025). Keamanan transaksi COD pada era digital dan tantangan penipuan online. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 7 (1), 41–52.

Rahayu, R., & Damanuri, A. (2023). Peran literasi keuangan terhadap preferensi pembayaran COD di Indonesia. *Jurnal Literasi Keuangan*, 2 (2), 88–97.

Ramadian, A., Akhsan, F., & Dewantara, A. (2024). Efektivitas penggunaan COD dalam meningkatkan penjualan di daerah pedesaan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8 (1), 101–115.

Rita Rahayu, R. (2022). Inklusi keuangan melalui metode pembayaran COD. *Jurnal Keuangan Mikro*, 4 (1), 56–67.

Sari, P. (2023). Akses layanan keuangan digital dan penggunaan COD pada masyarakat non-bankable. *Jurnal Studi Pembangunan*, 9 (2), 130–139.

Sugianto, A., Mutiara, D., & Malik, R. (2025). Pertumbuhan e-commerce dan preferensi pembayaran COD di Indonesia. *Jurnal Perdagangan Digital*, 11 (1), 1–15.

Taufik, M., & Harris, A. (2025). Analisis risiko operasional dalam penerapan metode COD di marketplace. *Jurnal Manajemen Transportasi Digital*, 5 (1), 20–33.