

KEAMANAN DALAM SISTEM PERDAGANGAN ELEKTRONIK (NIAGA-el) DENGAN PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY (COD)

Dina Andayati¹, Muhammad Sholeh², Beltsazar Dalle Lobo³

^{1,3} Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Komunikasi & Bisnis

² Program Studi Informatika, Fakultas Sains & Teknologi Informasi

Universitas AKPRIND Indonesia

e-mail: ¹dina_asnawi@yahoo.com, ²muhash@akprind.ac.id, ³beltsazardalle1234@gmail.com

ABSTRACT

When shopping online, selecting and determining various desired or needed items has become easier and more practical thanks to e-commerce services. Through easy access to e-commerce platforms on smartphones, chosen items can be delivered directly to one's doorstep. However, when shopping online, it is essential to consider several factors, including the desired product, the item ordered, the displayed promotions, applicable discounts, and available payment methods. These are crucial to ensure the security of transactions, guaranteeing that payments align with agreements and that received items match the displayed promotions. In today's digital era, online shopping offers various digital payment options that consumers can choose from, including bank transfers. For individuals without a bank account or credit card, the Cash on Delivery (COD) method provides an accessible alternative, making online shopping even more convenient. Nevertheless, online transactions may present challenges, such as mismatches in payment amounts or discrepancies in product quality between the advertised and received items, as well as risks of fraud. These issues have been highlighted in consumer complaints submitted to the Directorate General of Consumer Protection and Trade Order under the Ministry of Trade, which aims to ensure legal certainty and consumer protection for all Indonesians. For enhanced security, it is advised to verify that payments made through couriers match those agreed upon with the seller and that goods align with the established order prior to payment. Also ensure smooth communication with the seller online to avoid any issues, so there is no hesitation in completing the transaction.

Keywords : Online Shopping, Cash on Delivery (COD), Security

INTISARI

Dalam berbelanja online, memilih dan menentukan bermacam barang yang dikehendaki atau dibutuhkan semakin mudah dan praktis berkat adanya layanan e-commerce. Layanan e-commerce dengan mudah diakses melalui smartphone, barang yang dipilih atau diinginkan bisa sampai ke depan rumah. Waktu berbelanja online, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan mulai dari produk yang diinginkan, kemudian yang dipesan, bentuk promosi yang ditampilkan, dan diskon yang ada hingga bentuk atau metode pembayarannya. Hal ini perlu diperhatikan demi keamanan saat pembelian, aman uang yang dibayar sesuai kesepakatan yang ada dan barang yang diterima benar atau cocok dengan pesanan dari promosi yang ditampilkan. Saat ini telah memasuki era digital, untuk berbelanja online terdapat bermacam cara pembayaran digital yang dapat dipilih oleh pembeli atau pelanggan. Pembayaran bisa melalui transfer atau kirim uang melalui bank. Namun bagi yang belum mempunyai rekening tabungan bank maupun kartu kredit, maka dalam pembayaran dapat menggunakan Cash on Delivery (COD) atau Bayar di Tempat sehingga dalam berbelanja menjadi lebih mudah dan praktis. Dalam transaksi perdagangan secara online, kemungkinan bisa terjadi ketidaksesuaian antara besarnya uang yang harus dibayarkan atau keadaan barang yang tidak sesuai dengan barang yang dipesan atau dipromosikan atau terjadi tindak penipuan. Ketidaksesuaian ini, tertulis dari pengaduan konsumen kepada Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Kementerian Perdagangan (Kemendag) yang bertujuan untuk berupaya menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan kepada seluruh konsumen Indonesia. Untuk menjaga keamanan dipastikan bahwa pembayaran lewat kurir sama dengan pembayaran saat bertransaksi dengan pihak penjual barang, kemudian sebelum dibayarkan dipastikan dulu bahwa barang yang dibeli sesuai kesepakatan, juga dalam berhubungan secara online dengan pihak penjual tidak terjadi kendala, sehingga tidak ada keraguan dalam melakukan transaksi.

Kata kunci : belanja online, Cash on Delivery (COD), keamanan

1. PENDAHULUAN

Perdagangan Elektronik (Niaga-el) merupakan cara melakukan perdagangan yang dijalankan secara *online* dengan memanfaatkan media internet. Proses perdagangan berbasis internet ini, semua informasi yang disampaikan pada masyarakat atau yang diperdagangkan dapat menggunakan media internet. Perdagangan elektronik dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai cara seperti dengan menggunakan *website*,

menggunakan *blog*. Penggunaan yang paling mudah adalah dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* serta dapat menggunakan *marketplace* seperti *berniaga.com*, *bukalapak.com*, *tokobagus.com*, *marketplace.com*, *Shopee.com* dan lainnya (Andayati et al., 2022).

Dalam berbelanja online, memilih dan menentukan bermacam barang yang dikehendaki atau dibutuhkan semakin mudah dan praktis berkat adanya layanan e-commerce. Layanan e-commerce dengan mudah diakses melalui *smartphone*, barang yang dipilih atau diinginkan bisa sampai ke depan rumah. Waktu berbelanja online, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan mulai dari produk yang diinginkan, kemudian yang dipesan, bentuk promosi yang ditampilkan, dan diskon yang ada hingga bentuk atau metode pembayarannya. Hal ini perlu diperhatikan demi keamanan saat pembelian, aman uang yang dibayar sesuai kesepakatan yang ada dan barang yang diterima benar atau cocok dengan pesanan dari promosi yang ditampilkan. (Ramdhani, 2023)

Saat ini telah memasuki era digital, untuk berbelanja online terdapat bermacam cara pembayaran digital yang dapat dipilih oleh pembeli atau pelanggan. Pembayaran bisa melalui transfer atau kirim uang melalui bank. Namun bagi yang belum mempunyai rekening tabungan bank maupun kartu kredit, maka dalam pembayaran dapat dan praktis. Dalam transaksi perdagangan secara online, kemungkinan bisa terjadi ketidaksesuaian antara besarnya uang yang harus dibayarkan atau keadaan barang yang tidak sesuai dengan barang yang dipesan atau dipromosikan atau terjadi tindak penipuan. Ketidaksesuaian ini, tertulis dari pengaduan konsumen kepada Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Kementerian Perdagangan (Kemendag) yang bertujuan untuk berupaya menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan kepada seluruh konsumen Indonesia.

Sepanjang tahun 2023 Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Kementerian Perdagangan (Kemendag) melayani 7.707 laporan dan pengaduan. PKTN berkomitmen memberikan berbagai kemudahan layanan dan meningkatkan penyelesaian pengaduan sebagai wujud kehadiran pemerintah dalam melindungi konsumen. Pengaduan konsumen meliputi sembilan sektor, yaitu sektor obat dan makanan, elektronik/kendaraan bermotor, jasa keuangan, jasa pariwisata, perumahan, listrik/gas, jasa telekomunikasi, jasa kesehatan, dan jasa transportasi. Selain itu, terdapat dua instrumen pendukung, yaitu jasa logistik dan niaga-el. Adapun persentase layanan pengaduan konsumen terkait transaksi melalui sistem perdagangan elektronik/niaga-el masih yang tertinggi, yaitu 7.019 layanan atau 91 persen dari jumlah layanan konsumen yang masuk selama 2023. Pengaduan transaksi melalui niaga-el meliputi permasalahan isi ulang saldo, sistem pembayaran pada *paylater* dan kartu kredit, pengembalian dana (*refund*), pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian atau rusak, serta barang tidak diterima konsumen. Pengaduan juga termasuk penipuan dan penggunaan aplikasi *platform/ media sosial* yang tidak berfungsi. (Kemendag, 2023)

Metode transaksi dalam sistem online dapat dilakukan dengan sistem pembayaran COD dimana sistem pembayaran yang dilakukan ketika barang yang dipesan sudah sampai pada pembeli secara *face to face* dan secara *cash* (Putriana, A. 2022). Sistem COD ini dapat menjadi masalah sehingga perlu mekanisme dalam penyelesaian sengketa, untuk meningkatkan perlindungan konsumen serta mengatasi risiko etika yang terkait dengan COD dalam konteks e-commerce (Star, 2024). Oktaria, melakukan analisis manajemen risiko pengiriman barang online menggunakan sistem pembayaran COD (Oktaria, 2024). Penelitian lain yang mengupas penggunaan sistem COD dilakukan Bohalima (Bohalima, 2022), kemanan COD (Rahmawati, 2024), (Marlin, 2023). Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian di di *shopee* (Adhitya, 2023).

Penelitian ini berawal dari pengalaman penulis, melakukan pembelian secara online dengan bentuk pembayaran COD. Dalam pembelian secara online, ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipromosikan dalam salah satu media sosial. Kemudian setelah terjadi ketidakcocokan dilakukan pengecekan melalui *whatsapp* milik kurir, namun pihak kurir tidak tahu menahu karena pihak kurir hanya bertindak selaku pengantar barang. Sedangkan pengecekan kepada pihak pengirim atau pedagang online tidak bisa dilakukan karena melalui *whatsapp* tidak ada balasan. Berdasarkan pengalaman penulis kemudian mengangkat sebuah penelitian yang berjudul keamanan dalam sistem perdagangan elektronik (niaga-el) dengan pembayaran *cash on delivery* (COD).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi aktual saat penelitian dilakukan. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk memahami gejala, peristiwa, atau kejadian tertentu sebagaimana adanya, sedangkan pendekatan kualitatif memanfaatkan data non-numerik yang dianalisis secara naratif. Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama: studi literatur dan penelitian lapangan. Studi literatur melibatkan pengumpulan referensi dari buku, artikel ilmiah, dan situs internet yang relevan untuk mendukung landasan teori. Sementara itu, penelitian lapangan dilakukan dengan observasi langsung terhadap praktik pembelian online di media sosial Facebook. Fokus pengamatan diarahkan pada taktik promosi, seperti penggunaan gambar dan deskripsi menarik, serta fenomena

ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen pada transaksi COD (Cash on Delivery).

Proses analisis data dilakukan dengan langkah-langkah kualitatif, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari hasil observasi dan literatur dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan kesesuaian dengan teori yang relevan. Untuk pengujian keabsahan data, digunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber dan metode guna memastikan validitas hasil. Dalam konteks penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan memadukan temuan dari observasi lapangan dengan literatur yang relevan.

Teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi pemasaran digital dan perilaku konsumen. Salah satu rumus yang dapat mendukung analisis adalah **Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)** (Iha, 2021), yang menjelaskan bagaimana promosi menarik perhatian hingga mendorong konsumen untuk melakukan tindakan pembelian. Selain itu, teori kepercayaan konsumen digunakan untuk memahami dampak ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan pada keputusan pembelian ulang.

Metodologi ini dirancang untuk menghasilkan gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai permasalahan yang terjadi, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan praktik promosi digital yang jujur dan sesuai dengan etika bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Langkah Berbelanja dengan Metode Pembayaran COD

Kehadiran layanan COD banyak dipilih karena dianggap dapat memberikan kemudahan dan fleksibilitas tersendiri bagi para pelanggan dalam hal pembayaran. Setelah memilih menggunakan metode COD, artinya konsumen hanya perlu membayar saat barang yang dipesan sudah berada di tempat atau tangan pembeli. Berikut langkah mudah dan praktis berbelanja dengan metode pembayaran COD yang perlu pelanggan perhatikan. Langkah pertama yaitu pilih produk yang akan dibeli melalui aplikasi, temukan produk yang diinginkan dengan menggunakan fitur Pencarian. Pilih produk yang diinginkan dari hasil pencarian. Pastikan toko yang dipilih telah mengaktifkan metode pembayaran COD (Marpaung, 2022). Langkah yang kedua yaitu klik ikon keranjang, Setelah menemukan produk yang dicari, klik ikon "Keranjang" pada halaman produk untuk memasukkan produk ke keranjang belanja, atau klik "Beli Sekarang" untuk membuat pesanan. Langkah yang ketiga yaitu pilih variasi dan jumlah barang, apabila produk tersebut memiliki variasi ukuran, jenis, warna, dan model yang harus dipilih, setelah klik ikon "Keranjang" atau "Beli Sekarang", akan muncul pilihan yang harus dipilih terlebih dahulu untuk lanjut ke proses *checkout*. Langkah yang keempat yaitu konfirmasi pemesanan, Pada halaman *checkout*, pastikan alamat pengiriman sudah benar, kemudian pilih layanan pengiriman yang ingin digunakan. Langkah yang kelima yaitu Klik "Metode Pembayaran" dan pilih COD. Pilih metode pembayaran yang diinginkan dengan memilih metode pembayaran COD (*Cash On Delivery*) atau bayar di tempat, setelah itu klik "Konfirmasi". Langkah yang keenam yaitu Buat Pesanan, pada halaman *checkout* pastikan kembali alamat pengiriman dan produk yang ingin dibeli sudah benar. Jika semua sudah benar, kemudian bisa klik "Buat Pesanan". Apabila pesanan sudah berhasil dilakukan dan dikonfirmasi, selanjutnya bisa melacak status pesanan melalui fitur "Pesanan Saya" di aplikasi. Langkah terakhir yaitu Pastikan melakukan pembayaran pada kurir sebelum menerima barang, Ketika kurir telah mengirimkan pesanan, pembeli harus membayar terlebih dahulu sebelum menerima dan membuka paket. Namun, jika menemukan kendala pada produk yang diterima pembeli dapat mengajukan permintaan pengembalian barang atau dana melalui aplikasi disertai dengan alasan dan bukti yang sesuai dengan syarat dan ketentuan.

3.2. Transaksi Pembelian online di Media Sosial Face Book

Pada awalnya tertarik dengan promosi yang ditampilkan pada media sosial Facebook. Promosi mukena dari sebuah pabrik dengan promo beli satu mukena dapat dua potong. Promosi dapat terlihat pada gambar 1. Tampilan Promosi Mukena, kemudian juga gambar 2. Tampilan Spesifikasi Mukena, promosi mukena ditampilkan juga dengan gambar 3. Tampilan Variasi Warna Mukena. Berdasarkan tampilan gambar promosi yang menarik,

kebetulan juga membutuhkan yang akan dibeli terjadilah transaksi pembelian.

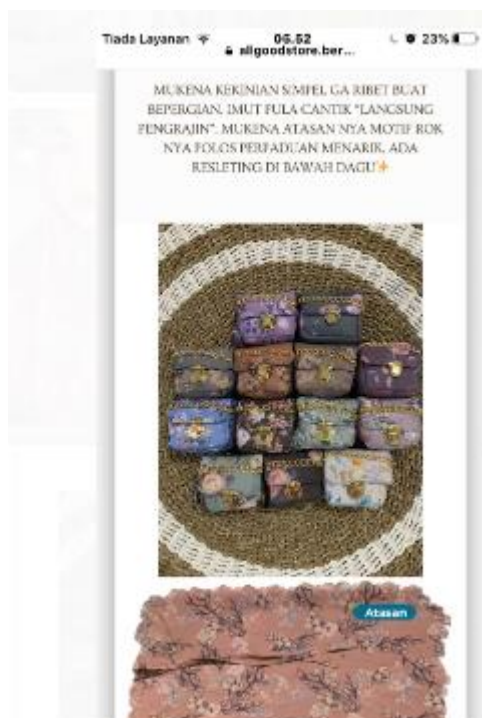


Gambar 1. Tampilan Promosi Mukena



Gambar2. Tampilan Spesifikasi Mukena

Dalam promosi untuk meyakinkan pembeli terdapat berbagai keterangan atau informasi, antara lain jaminan keaslian barang, barang dari bahan parasut yang berkualitas, ukuran mukena jumbo, praktis ringan dan memiliki kemasan yang kecil sehingga mudah dibawa kemampuan serta keterangan lain yang terdapat pada gambar 4 Informasi tentang Produk Mukena, yang membuat pembeli semakin yakin akan barang yang dipilih atau dikehendaki untuk dibeli.



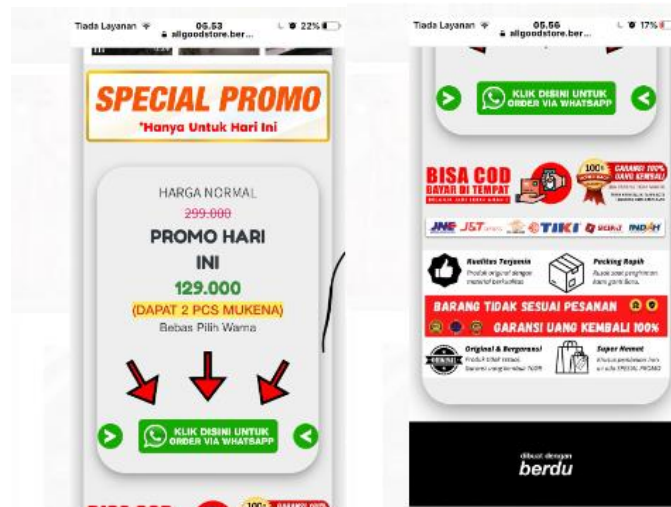
Gambar 3. Tampilan Variasi Warna Mukena



Gambar 4. Informasi tentang Produk Mukena

Setelah membaca promosi dan berniat untuk membeli, maka dilakukan transaksi pembelian dengan mengklik sebuah tulisan 'klik di sini untuk orderan via whatsapp', seperti dalam tampilan gambar 5 Tampilan Cara Bertransaksi. Sebagaimana pembelian dalam online, diminta untuk mengisi identitas dari nama, alamat, nomor handphone. Gambar 6 Tampilan Informasi Garansi untuk sekali lagi meyakinkan pembeli adanya garansi

uang kembali, jika barang tidak sesuai pesanan.



Gambar 5. Tampilan Cara Bertransaksi

Gambar 6. Tampilan Informasi Garansi

Setelah melakukan transaksi dan terhubung dengan WhatsApp penjual online, dan juga terhubung dengan kurir, ternyata harga yang harus dibayarkan tidak sesuai dengan harga yang diminta kurir. Saat menghubungi pihak penjual online untuk memastikan harganya, dengan pihak penjual online sudah tidak terhubung lagi. Hal ini membuat pembeli mulai curiga karena tidak ada kesesuaian harga dan putus hubungan dengan pihak penjual online. Setelah barang diterima dan tidak dilakukan cross cek dahulu, ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipromosikan oleh penjual online. Barang yang diterima memang sebuah mukena juga sebagaimana terlihat pada gambar 7 Tampilan Mukena yang Diterima Pembeli, sebuah mukena berwarna kuning yang sangat tidak sesuai dengan mukena bermotif bunga yang dipromosikan oleh penjual online.



Gambar 7. Tampilan Mukena yang Diterima Pembeli

3.3. Keamanan dalam Pembelian Online dengan Pembayaran COD (Cash On Delivery)

COD (*Cash On Delivery*) biasanya memiliki jangka waktu pengiriman yang lebih pendek daripada faktur standar. Ini menguntungkan karena pelanggan diminta oleh perantara untuk membayar saat pengiriman. Namun, pengiriman COD meningkatkan risiko bahwa pelanggan tidak merencanakan pembayaran dengan tepat, dan pembelian harus dikembalikan. Pembelian yang dikembalikan tidak berkontribusi pada keuntungan dan mungkin memerlukan biaya pengiriman kembali, di mana keduanya akan merugikan pedagang (Zulfakbir, 2023). Bagi pedagang, menawarkan opsi pembayaran COD dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada usaha baru yang masih berkembang dan memerlukan pengakuan masyarakat. Jika hendak melakukan transaksi COD secara langsung dengan penjualnya, maka ada beberapa tips yang perlu diperhatikan sebelum melakukan transaksi berikut ini: tentukan lokasi yang tepat, dengan memilih tempat yang ramai dan banyak orang. Usahakan jangan pergi

sendirian saat hendak bertransaksi COD, lakukan transaksi COD pada siang hari. Fokus pada tujuan COD, dan hati-hati bila pembeli mulai membicarakan sesuatu di luar konteks. Periksa kondisi, kelengkapan, dan garansi barang sebelum melakukan pembayaran. Berikan semua informasi yang diperlukan oleh pembeli demi kenyamanan saat bertransaksi.

4. KESIMPULAN

Belanja online kini semakin praktis dengan hadirnya layanan e-commerce yang dapat diakses dengan mudah melalui smartphone. Kemudahan ini memungkinkan konsumen memilih dan membeli berbagai barang yang diinginkan tanpa perlu keluar rumah, dengan barang yang dipesan dapat langsung diantar ke depan pintu. Namun, ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan saat berbelanja online, mulai dari memastikan kejelasan produk yang diinginkan, memeriksa detail pesanan, memperhatikan bentuk promosi, hingga mempertimbangkan metode pembayaran yang tersedia. Salah satu metode pembayaran yang populer adalah Cash on Delivery (COD), yang memberikan fleksibilitas bagi pelanggan dengan memungkinkan pembayaran dilakukan setelah barang sampai di tangan pembeli.

Meskipun layanan COD memberikan rasa aman karena konsumen hanya perlu membayar setelah menerima barang, ada beberapa langkah pencegahan yang sebaiknya dilakukan untuk menghindari potensi kerugian. Konsumen disarankan untuk berkomunikasi dengan jelas dengan penjual, terutama jika transaksi dilakukan melalui platform seperti WhatsApp. Penting untuk memastikan kesepakatan harga dan barang yang dipesan sebelum pengiriman dilakukan. Ketika barang tiba, pembeli sebaiknya memeriksa ulang antara harga yang harus dibayar dengan barang yang diterima. Pastikan kondisi barang sesuai dengan yang dijanjikan sebelum menyerahkan pembayaran kepada kurir. Langkah-langkah ini dapat membantu meminimalkan risiko, seperti ketidaksesuaian barang atau harga, sekaligus memastikan transaksi berjalan dengan lancar dan aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178-189.
- Andayati, D., K Rachmawati, Y.& Sholeh, M. (2022). Berbisnis Online Batik Kraton Yogya Melalui Marketplace. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains Dan Teknologi (SNAST) 2022*, 96–103.
- Bohalima, S. A. U., & Hanum, F. (2022). Implementasi Metode Pembayaran Cash On Delivery Melalui Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Tik Tok. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1(12), 2193-2206.
- Damayanti, T., Fasa, M. I., & Fachri, A. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN E-BUSSINES DALAM INTERNET BISNIS (STUDI KASUS PADA TOKOPEDIA). 8(1), 1–12.
- Fauziah, A., Nugroho, D. W. pratito sri, & Wardana, E. S. (2021). KEPUASAN PELANGGAN BELANJA ONLINE (Pada Marketplace Tokopedia Situs www.tokopedia.com/klikbarcode). *Solusi*, 19(2), 80–91. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3156>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 61–76. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Hermawati, M., & Sholihaningtias, D. N. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Tokopedia Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Warga Ibu-Ibu Pkk. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(6), 602. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v4i6.8844>
- Iha, H., Sumowo, S., & Setyaningsih, W. E. (2021). EFEKTIVITAS PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA SWIWINGS JEMBER MENGGUNAKAN METODE AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION). *Universitas Muhammadiyah Jember*. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/8236>
- Kemendag. (2023). Kemendag Terima 7.707 Laporan Pengaduan dari Konsumen Sepanjang 2023. <https://www.kemendag.go.id>
- Kurniawan.A.W, Wibowo.A, M. (2015). Makna Bisnis Online Bagi Pengusaha Muda. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(2), 28–36.
- Rahmawati, O. F., & Nisa, F. L. (2024). Penerapan Akad Istishna dalam Sistem Cash On Delivery (COD) pada Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 178-188.
- Lupi, F. R., & Nurdin. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan E-COMMERCE PADA TOKOPEDIA.COM. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1), 20–31.
- Nasution, O. B. (2019). Faktor Penentu Sikap Konsumen Untuk Berbelanja Daring Melalui Marketplace. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 206–214. <https://doi.org/10.26460/jm.v9i1.976>

- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2).
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh iklan, sistem cod, dan promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada tiktokshop (studi kasus pada mahasiswa uin sumatera utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477-1491.
- Putriana, A. (2022). Daya Ikat Perjanjian Jual Beli dalam Marketplace Shopee Dengan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD). *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 365-373.
- Ramdhani., G., (2023). Cara Kerja COD dalam Belanja Online, Mudah dan Praktis, <https://www.liputan6.com>
- Riyanto, J. (2020). Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 4(4), 940–946. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i4.2346>
- Sudjhana, N., & Ibrahim, (2001)Penelitian dan Penilaian Pendidikan. Sinar Baru. Bandung
- Star, M., Rahmawati, N. D., & Fadli, S. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PADA PERMASALAHAN TRANSAKSI COD DALAM E-COMMERCE. *Fortiori Law Journal*, 4(02), 81-99.
- STAR, Mandala; RAHMAWATI, Nooraini Dyah; FADLI, Sahril. PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PADA PERMASALAHAN TRANSAKSI COD DALAM E-COMMERCE. *Fortiori Law Journal*, 2024, 4.02: 81-99.
- Tysara, L. (2023). COD dalam Belanja Online, Pahami Tips Aman Transaksinya, <https://www.liputan6.com>
- Oktarina, M., & Mala, I. K. (2024). Manajemen Resiko Pengiriman Barang Online Menggunakan Sistem Pembayaran Cash on Delivery (COD). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(2), 209-221.
- Zulfakbir, Z. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Sistem COD di PT JNE Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).