

MANAJEMEN RISIKO FITUR *CASH ON DELIVERY*(COD) DALAM MENGOPTIMALISASIKAN BISNIS *E-COMMERCE* DI SHOPEE

Nur Asy Syifa Priatna¹, Arsyadona²

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia^{1,2}

Corresponding Author: nurasysyifapriatnaa@gmail.com¹, arsyadona1100000174@uinsu.ac.id²

Abstrak: Metode pembayaran *cash on delivery* (COD) pada *platform e-commerce* Shopee memiliki risiko yang signifikan. Risiko yang dihadapi penjual di Shopee adalah pembatalan pesanan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis manajemen risiko pada metode pembayaran *cash on delivery* pada Shopee. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur (*library research*). Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pembatalan pesanan secara sepihak oleh pembeli di *platform e-commerce* seperti Shopee menimbulkan sejumlah kerugian bagi penjual, mulai dari pemborosan tenaga kerja, risiko kerugian finansial, hingga berkurangnya waktu dan reputasi toko. Meskipun Shopee telah berupaya mengurangi risiko ini dengan berbagai kebijakan, namun perlu adanya perbaikan lebih lanjut, terutama terkait fitur bayar di tempat. Hal ini menjadi penting mengingat kerugian yang dialami penjual akibat pembatalan sepihak yang sering terjadi.

Kata Kunci: *E-Commerce*; Cash On Delivery; Manajemen Risiko

Abstract: *The cash on delivery (COD) payment method on the Shopee e-commerce platform has significant risks. The risk faced by sellers at Shopee is order cancellation. The purpose of this study is to analyze risk management in the cash on delivery payment method at Shopee. The research method uses descriptive qualitative with a literature study approach (library research). The results of this study found that unilateral cancellation of orders by buyers on e-commerce platforms such as Shopee incurs a number of losses for sellers, ranging from wasted labor, risk of financial loss, to reduced time and store reputation. Although Shopee has attempted to mitigate this risk with various policies, further improvements are needed, especially regarding the pay-on-site feature. This is important considering the losses that sellers experience due to unilateral cancellations that often occur.*

Keywords: *E-Commerce*; Cash On Delivery; Risk Management

Article history

Received: Januari 2025
Reviewed: Januari 2025
Published: Januari 2025

Plagiarism checker no
871.874.757

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author
Publish by : musytari

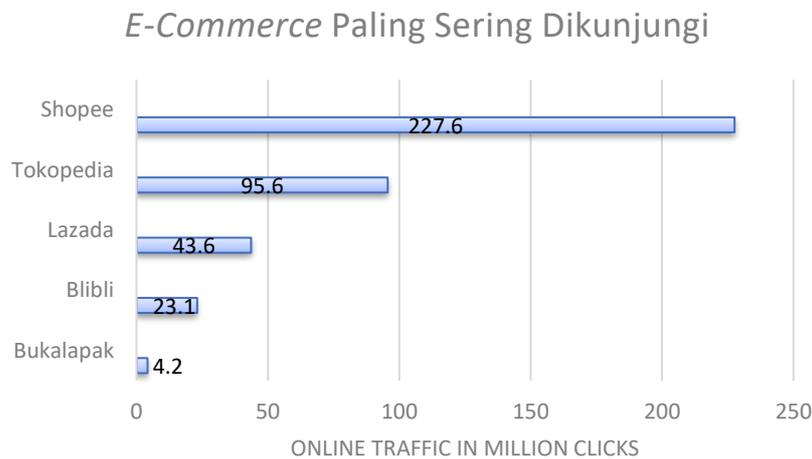


This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

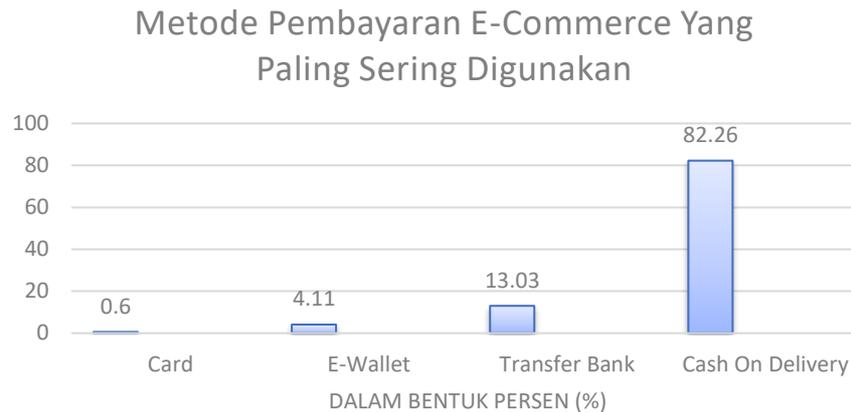
Indonesia telah mengalami perubahan signifikan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya akibat perkembangan fungsi dan peran teknologi informasi. Teknologi telah menyatukan dunia dengan menghubungkan orang dan bisnis tanpa batas geografis, membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan persaingan global (Dwi Lestari & Merthayasa, 2023). Dengan meningkatnya penggunaan internet dan *gadget* di kalangan masyarakat, pelaku bisnis dapat lebih mudah berinteraksi dengan konsumen (Mulyandi & Sani, 2020). Di era bisnis yang kompetitif saat ini, para pengusaha perlu terus mengembangkan usaha mereka untuk mampu bertahan serta bersaing di pasar (Aisyah, 2024). Fokus utama yang harus diperhatikan adalah peningkatan penjualan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat.

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi untuk pelaku bisnis saat ini untuk memasarkan produknya adalah munculnya *e-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan secara *online*, memanfaatkan internet sebagai sarana untuk menjual dan membeli produk atau layanan. Perusahaan semakin banyak yang mengadopsi *e-commerce* guna memperluas jangkauan pasar tanpa terikat batas wilayah.



Gambar 1. *E-Commerce* Paling Sering Dikunjungi 2024
Sumber: Statista (2024)

Berdasarkan data dari statista, pada Februari 2024, Shopee menduduki peringkat pertama sebagai situs *e-commerce* paling banyak frekuensi kunjungannya di Indonesia, dengan sekitar 228 juta klik. Posisi berikutnya diisi oleh Tokopedia dan Lazada ID. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, adalah aktivitas jual beli produk dan layanan yang dilakukan melalui internet atau *platform digital*. Dalam proses ini, semua transaksi berlangsung secara *online*, memungkinkan pembeli dan penjual berinteraksi tanpa harus bertemu langsung. Penjual biasanya menggunakan situs web, aplikasi seluler, atau *platform* digital lainnya untuk menawarkan produk, sedangkan pembeli dapat mencari, memilih, dan membayar secara elektronik (Lisnawati et al., 2023).



Gambar 2. Metode Pembayaran *E-Commerce* Yang Paling Sering Digunakan

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, dapat diketahui bahwa sebagian besar usaha e-commerce, yakni sekitar 82,26% paling sering memilih metode pembayaran cash on delivery (COD). Metode pembayaran berikutnya yang cukup banyak digunakan adalah transfer bank melalui ATM, internet banking, maupun mobile banking dengan persentase 13,03%. Sementara itu, e-wallet hanya digunakan sebesar 4,11%. Adapun metode yang paling jarang digunakan adalah pembayaran menggunakan kartu, baik kartu debit, kredit, maupun kartu uang elektronik, yang hanya mencapai 0,60%. Tingginya penggunaan COD menandakan bahwa masyarakat merasa lebih aman dan nyaman menggunakan metode ini ketika berbelanja online, khususnya di platform marketplace (Badan Pusat Statistik, 2022).

Namun, meningkatnya penggunaan COD turut menghadirkan tantangan baru, yaitu tingginya jumlah pembatalan sepihak yang dilakukan oleh pembeli tanpa persetujuan dari pihak penjual. Secara umum, pembatalan atau pengembalian pesanan biasanya terjadi setelah barang diterima oleh pembeli. Namun, penting dicatat bahwa hal ini sah dilakukan hanya jika terjadi ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan deskripsi di toko online, seperti adanya perbedaan spesifikasi, jenis, atau kualitas produk (Pratama, 2020). Dalam kondisi tersebut, pembeli berhak meminta penggantian barang atau pengembalian dana, tetapi harus berdasarkan kesepakatan bersama antara pembeli dan penjual. Metode COD memungkinkan pembeli untuk membatalkan pesanan dengan mudah karena pembayaran baru dilakukan saat barang diterima (Halaweh, 2018).

Penelitian terdahulu oleh Afzil (2024) yang meneliti topik yang sama menyatakan terdapat insiden pembatalan transaksi secara sepihak oleh konsumen dalam metode cash on delivery (COD) pada platform e-commerce Shopee yang sering merugikan para penjual, terutama mereka yang kurang memahami teknologi digital. Insiden pembatalan sepihak dalam metode pembayaran COD ini menunjukkan bahwa salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya pemahaman pelanggan tentang sistem COD (Afzil, 2024). Banyak konsumen belum sepenuhnya mengerti bahwa metode ini bukanlah fasilitas untuk membatalkan pesanan sesuka hati, melainkan jaminan keamanan agar mereka bisa memeriksa barang sebelum melakukan pembayaran. Hal ini juga merugikan penjual, karena mereka tetap harus menanggung biaya pengiriman meskipun barang yang dikirim tidak diterima oleh konsumen. Selain itu, dalam proses pengembalian barang, ada risiko kerusakan pada produk, yang semakin menambah beban bagi penjual. Kondisi ini menekankan pentingnya edukasi kepada konsumen mengenai tanggung jawab dalam bertransaksi menggunakan COD, agar tidak hanya menjaga

kepercayaan, tetapi juga meminimalkan kerugian bagi penjual. Manajemen risiko dalam e-commerce menjadi semakin krusial untuk menghadapi berbagai tantangan yang muncul.

Berdasarkan latar belakang di atas, dimana terjadi fenomena pengusaha memanfaatkan teknologi dengan berjualan di e-commerce Shopee. Dengan tersedianya sistem cash on delivery (COD) memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Namun, terdapat risiko yang mungkin terjadi dan berdampak pada kerugian bagi pengusaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko dalam penggunaan metode COD pada penjualan produk di e-commerce Shopee, sehingga dapat merumuskan strategi yang efektif guna meningkatkan volume penjualan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Afzil, 2024; Batubara, 2024; R. P. Rahayu, 2023) menyatakan metode pembayaran cash on delivery (COD) pada e-commerce Shopee memiliki risiko yang signifikan bagi penjual akibat pembatalan sepihak oleh pembeli, sehingga peneliti sebelumnya memberikan solusi terkait permasalahan ini dengan menyarankan pihak Shopee menerapkan beberapa strategi manajemen risiko yang ketat. Penelitian ini diharapkan mampu merumuskan strategi yang relevan untuk mengurangi risiko, meningkatkan jumlah penjualan, dan meningkatkan customer experience dalam waktu yang lama, yang pada akhirnya membantu pengusaha meraih kesuksesan yang optimal dalam bisnis e-commerce di Shopee.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Risiko

Menurut Siahaan (2007) risiko adalah gabungan antara kemungkinan terjadinya suatu peristiwa dengan dampak atau konsekuensinya. Risiko juga dapat diartikan sebagai variasi hasil yang mungkin muncul dalam suatu periode tertentu dan pada kondisi tertentu (Stiadi et al., 2021).

Manajemen risiko adalah suatu proses yang dimulai dengan mengidentifikasi, melakukan penilaian, pemantauan, dan pengendalian risiko yang berkaitan dengan aktivitas bisnis. Manajemen risiko adalah pendekatan yang sistematis dan logis yang digunakan untuk mengarahkan, mengenali, memantau, menetapkan solusi, melaporkan risiko, serta mengelola organisasi dalam menangani risiko yang ada (As Sajjad et al., 2020). Pendekatan yang efektif membutuhkan integrasi risiko ke dalam pengambilan keputusan bisnis, kebijakan, dan proses operasional organisasi (Lisnawati et al., 2023).

Tahapan dalam proses manajemen risiko meliputi:

- a) Identifikasi Risiko
Mengidentifikasi adalah langkah awal di mana risiko diidentifikasi dan dipahami sebelum pengambilan keputusan.
- b) Pengukuran Risiko
Proses ini melibatkan penilaian terhadap kemungkinan dan konsekuensi yang mungkin timbul dari setiap risiko yang teridentifikasi.
- c) Evaluasi Risiko
Pada tahap ini, dilakukan pemeringkatan atau penentuan prioritas risiko. Hasil dari evaluasi ini akan mempengaruhi strategi penanganan untuk mengendalikan risiko yang ada.
- d) Pengendalian Risiko
Tahap terakhir dari serangkaian tahapan sebelumnya. Pada proses pengendalian ini, keputusan yang tepat akan diambil berdasarkan analisis pengukuran dan evaluasi risiko yang telah dilakukan. Pengendalian risiko bertujuan untuk mengimplementasikan

strategi yang efektif dalam mengurangi dampak risiko serta memaksimalkan peluang yang ada (Stiadi et al., 2021).

E-Commerce

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah bagian dari bisnis elektronik yang lebih luas, mencakup tidak hanya transaksi jual beli tetapi juga berbagai bentuk kerja sama bisnis, layanan pelanggan, pengelolaan sumber daya manusia, rekrutmen, dan berbagai aspek lainnya (P. Rahayu & Rangkuti, 2022).

E-commerce dapat diartikan sebagai sekumpulan teknologi, sistem, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui pembelian dan penjualan barang atau jasa secara virtual (Rafiah, 2019). *E-commerce* berfungsi sebagai platform yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memperoleh pendapatan dan memulai usaha baru (Eddy, 2022).

Cash On Delivery (COD)

Cash On Delivery (COD) adalah metode pembayaran dalam *platform e-commerce*, di mana pembeli dapat melakukan pembayaran setelah pesanan mereka sampai di alamat tujuan (Afzil, 2024).

Sistem COD diciptakan untuk mengakomodasi orang-orang yang lebih memilih metode pembayaran konvensional karena mereka tidak sepenuhnya mempercayai pembelian secara *online* (Alfarizi & Sari, 2023). Dengan layanan COD, pelanggan tidak perlu khawatir tentang penipuan, seperti barang yang tidak sampai ke tujuan atau paket kosong.

COD adalah metode transaksi di mana konsumen membayar barang setelah barang diantarkan, dengan menggunakan *cash-on-delivery* menjadi pilihan utama untuk meningkatkan minat berbelanja (Tandon, U., & Kiran, 2018).

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur (*library research*) untuk memahami risiko COD dalam *e-commerce*. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan sumber yang relevan untuk mendukung topik penelitian (Bakhrudin All, 2017). Sumber-sumber bacaan dalam penelitian ini bersumber dari menganalisis berbagai artikel ilmiah yang tersedia di Google Scholar maupun berstandar Internasional. Semua artikel ilmiah terkait disitasi menggunakan Mendeley.

Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat mengeksplorasi secara mendalam terkait persepsi, pengalaman, dan konteks operasional penerapan manajemen risiko dalam COD di *e-commerce* hal-hal yang sulit dijelaskan secara kuantitatif. Selain itu, penelitian ini juga mencakup studi kasus mengenai pembatalan sepihak dalam metode pembayaran COD berdasarkan keluhan konsumen di *platform Shopee E-Commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

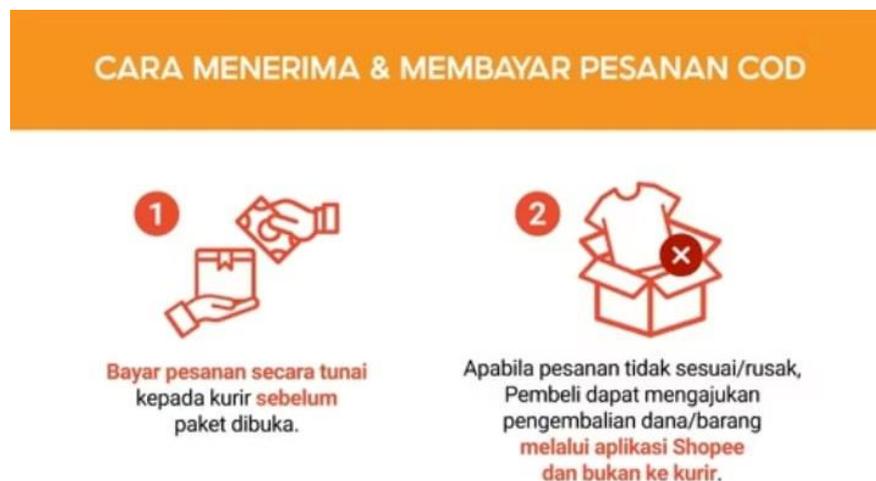
Risiko merupakan variasi dari hasil-hasil yang mungkin muncul dalam rentang waktu tertentu, yaitu ketidakpastian yang berpotensi menimbulkan kerugian (Maralis, 2019). Sementara itu, Manajemen risiko sebagai strategi menyeluruh yang dirancang untuk mengatasi berbagai peristiwa yang dapat menyebabkan kerugian (Arta, 2021). Dalam menerapkan Manajemen Risiko, dilakukan dengan cara proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, serta pengendalian risiko (Arsyadona et al., 2020).

Identifikasi Risiko

Cash On Delivery (COD) adalah metode transaksi dalam *platform e-commerce* yang di mana konsumen melakukan pembayaran setelah barang diterima di lokasi tujuan. Dengan kata lain, pembayaran dilakukan ketika barang telah sampai di tangan pembeli (Batubara, 2024). Namun, terdapat risiko pembeli membatalkan pesanan ketika kurir meminta pembayaran. COD adalah metode pembayaran di mana konsumen membayar setelah barang diterima, dan sistem ini menjadi salah satu cara utama untuk meningkatkan minat belanja *online*. Penting dalam penerapan COD bahwa pembeli berada di alamat yang tertera saat barang dikirim.

Menurut Afzil (2024), terdapat dua metode pembayaran COD:

- Pembayaran langsung kepada penjual. Penjual dan pembeli menentukan lokasi pertemuan agar pembeli bisa memeriksa barang sesuai deskripsi, dan penjual menerima pembayaran secara langsung.
- Pembayaran tunai melalui kurir atau layanan pengiriman. Penjual dan pembeli memanfaatkan jasa kurir untuk mengantar barang, di mana pembeli akan melakukan pembayaran tunai saat barang diterima melalui kurir.



Gambar 3. Cara Pembayaran COD Shopee

Sumber: Aplikasi Shopee (2024)

Shopee menyediakan layanan pembayaran secara *cash on delivery* (COD) atau bayar di tempat dengan syarat dan ketentuan umum seperti:

- Pembayaran untuk paket pesanan yang baru saja datang harus dilakukan secara tunai langsung kepada kurir sebelum paket dibuka. Pembayaran tidak dapat dilakukan secara angsuran.
- Apabila barang yang dibeli terdapat kesalahan (rusak/tidak sesuai), pembeli tidak bisa langsung mengembalikan barang kepada kurir. Proses pengembalian dana atau barang harus dilakukan melalui aplikasi Shopee.

Metode pembayaran *cash on delivery* (COD) menjadi salah satu pilihan bagi konsumen yang ingin membayar setelah barang diterima. Namun, metode ini sering mengalami masalah, terutama terkait dengan pembatalan atau gagal bayar. Dikutip dari (www.kompas.com, 2022), terdapat faktor-faktor yang mendasari gagal bayar maupun pembatalan sepihak dalam transaksi *Cash On Delivery* adalah:

- Perubahan Pikiran Pembeli

Terkadang, konsumen membatalkan transaksi saat barang sudah diantar oleh kurir. Hal ini sering terjadi karena pembeli merasa tidak lagi membutuhkan barang tersebut atau

menemukan alternatif yang lebih menarik. Perubahan keputusan ini dapat merugikan penjual karena menghabiskan waktu, tenaga, dan biaya operasional. Terdapat beberapa alasan pembeli berubah pikiran, diantaranya:

- a) Pembeli merasa tidak ada risiko karena pembayaran baru dilakukan di akhir transaksi.
 - b) Kurangnya komitmen pembeli saat menggunakan sistem COD menyebabkan pembatalan mendadak.
 - c) Penjual terpaksa menanggung biaya logistik yang tidak efektif.
- 2) Pembeli Tidak Memiliki Dana Saat Barang Tiba

Faktor lain adalah ketidakmampuan pembeli untuk membayar ketika kurir mengantarkan pesanan. Pembeli mungkin awalnya memiliki uang, tetapi menggunakannya untuk kebutuhan mendesak sebelum barang tiba. Situasi ini menimbulkan friksi antara pembeli dan kurir, serta berpotensi meningkatkan biaya pengembalian.

3) Pesanan Tidak Sengaja atau Salah Klik saat *Checkout*

Beberapa pembeli secara tidak sengaja memesan produk atau mengklik tombol "*checkout*" tanpa sengaja. Ketika mereka mencoba membatalkan, pesanan sudah diproses dan kurir dalam perjalanan. Hal ini menyebabkan penolakan saat barang tiba karena pembeli merasa tidak perlu membeli produk tersebut.

Metode pembayaran COD di Shopee memiliki beberapa risiko yang dapat memengaruhi penjual, antara lain:

1) Risiko Kerugian Tenaga

Dalam proses penanganan pesanan, penjual perlu mengeluarkan banyak energi, mulai dari mencetak label, mengemas barang, hingga mengurus pengiriman. Beban tenaga ini semakin terasa saat penjual harus mempersiapkan ulang pesanan yang dibatalkan tanpa pemberitahuan atau alasan yang jelas. Ketika pembatalan terjadi, penjual merasa kecewa karena usahanya tidak dihargai, sehingga menyebabkan ketidakpuasan dan frustrasi dalam pengelolaan bisnisnya. Ketergantungan pada sistem COD dapat mengakibatkan peningkatan beban kerja pada penjual. Di luar aspek fisik, hal ini juga mempengaruhi psikologis penjual, terutama jika pembatalan terjadi berulang kali.

2) Risiko Kerugian Finansial

Setiap pesanan yang tidak berhasil terjual menimbulkan kerugian finansial. Penjual telah mengeluarkan biaya untuk pengemasan, seperti kardus, *bubble wrap*, dan selotip. Apabila pesanan dikembalikan karena pembatalan, produk tersebut bisa mengalami kerusakan, sehingga menurunkan nilainya atau membuatnya tidak lagi layak jual. Kehilangan ini tidak hanya berdampak pada biaya material, tetapi juga menambah kerugian waktu dan uang untuk proses pengembalian. Kerugian ini makin terasa jika penjual harus menanggung ongkos kirim bolak-balik tanpa ada jaminan barang akan laku di kemudian hari.

3) Risiko Kerugian Waktu

Pembatalan sepihak dari pembeli menyebabkan waktu terbuang untuk mengemas, mengirim, dan mengembalikan pesanan. Semakin jauh lokasi pengiriman, semakin lama waktu yang dibutuhkan dalam setiap tahap proses. Hal ini membuat penjual harus menunggu lebih lama untuk mengelola pesanan lainnya atau mengganti stok yang kembali. Dalam bisnis *e-commerce*, waktu sangat berharga. Kehilangan waktu untuk menangani pembatalan berulang akan mempengaruhi efisiensi operasional dan menghambat penjual dalam memenuhi pesanan baru secara tepat waktu.

4) Risiko Performa Toko Menurun

Shopee memberikan peringatan kepada penjual jika persentase pembatalan pesanan COD tinggi selama 30 hari. Pembatalan pesanan ini disebut sebagai pesanan yang tidak terselesaikan oleh si penjual. Peringatan yang diberikan Shopee adalah poin penalti.

ASPEK PERFORMA	PELANGGARAN	POIN PENALTI DIBERIKAN PER MINGGU
 PENYELESAIAN PESANAN	Tingkat Pesanan Tidak Terselesaikan $\geq 10\%$ (jumlah pesanan dalam 7 hari terakhir)	1 Poin
	Tingkat Pesanan Tidak Terselesaikan $\geq 10\%$ dan ≥ 30 pesanan yang tidak terselesaikan (jumlah pesanan dalam 7 hari terakhir)	2 Poin
	Tingkat Pesanan Tidak Terselesaikan $\geq 60\%$ dan < 30 pesanan yang tidak terselesaikan (jumlah pesanan dalam 7 hari terakhir)	3 Poin
	Tingkat Pesanan Tidak Terselesaikan $\geq 60\%$ dan ≥ 30 pesanan yang tidak terselesaikan (jumlah pesanan dalam 7 hari terakhir)	4 Poin

Gambar 4. Poin Penalti di Shopee

Sumber: Aplikasi Shopee (2024)

POIN	<3	3-5	6-8	9-11	12-14	≥ 15
TINGKATAN	0	I	II	III	IV	V
Larangan keikutsertaan promosi Shopee		✓	✓	✓	✓	✓
Penurunan posisi produk di halaman utama, kategori produk, dan pencarian		✓	✓	✓	✓	✓
Larangan meng-upload produk baru dan perubahan produk					✓	✓
Pembatasan akun						✓

Gambar 5. Konsekuensi Poin Penalti Shopee

Sumber: Aplikasi Shopee (2024)

Penjual yang mendapatkan poin penalti akan mengalami dampak signifikan terhadap kinerja tokonya. Tingkatan poin penalti berkisar dari 0 hingga 5, di mana poin penalti yang lebih tinggi dapat menyebabkan penjual kehilangan akses untuk berpartisipasi dalam promosi Shopee, bahkan mengakibatkan penurunan posisi produk di halaman utama. Dampak dari akumulasi poin penalti ini dapat berujung pada penurunan performa toko secara keseluruhan.

Pengukuran dan Evaluasi Risiko

Pengukuran risiko diterapkan guna menentukan nilai eksposur atau paparan risiko perusahaan sebagai acuan untuk mengambil keputusan apakah perlu dilakukan tahap pengendalian. Pengukuran menjadi penting untuk evaluasi dan pemantauan risiko perusahaan. Dalam hal sistem pembayaran *cash on delivery* (COD) risiko diukur dengan informasi:

- a) Frekuensi atau seberapa sering risiko akan terjadi.
 1. Semakin tinggi jumlah pesanan yang menggunakan metode pembayaran COD, semakin besar pula potensi terjadinya risiko.
 2. Produk dengan harga tinggi atau barang mudah rusak cenderung memiliki risiko pembatalan atau penolakan pembayaran yang lebih tinggi.
 3. Daerah dengan infrastruktur logistik yang kurang memadai atau tingkat kesadaran konsumen yang rendah tentang *e-commerce* mungkin memiliki frekuensi risiko yang lebih besar.
 4. Program promosi yang mendorong penggunaan metode pembayaran COD dapat meningkatkan frekuensi transaksi, namun juga potensi risiko.
- b) Tingkat keparahan dari kerugian tersebut.
 1. Kehilangan pendapatan akibat pembatalan pesanan atau penolakan pembayaran adalah kerugian yang paling langsung.
 2. Jika barang yang dikirim mengalami kerusakan dalam perjalanan dan pembeli menolak menerima, penjual akan menanggung biaya pengiriman balik dan potensi kerugian stok.
 3. Kasus penipuan atau masalah dalam pengiriman COD dapat merusak citra toko penjual di mata konsumen.
 4. Biaya tambahan untuk pengiriman ulang, pengembalian barang, dan penanganan keluhan konsumen juga perlu dipertimbangkan.

Untuk mengukur tingkat risiko metode pembayaran *cash on delivery* (COD), penelitian ini membandingkannya dengan metode pembayaran lain di *platform e-commerce* Shopee. Metode COD memiliki risiko yang lebih tinggi dibandingkan metode pembayaran lainnya. Kemudahan COD dalam proses transaksi, yaitu tidak perlu pendaftaran atau *transfer* bank, menjadikannya menarik bagi pembeli. Namun, kemudahan ini juga berpotensi meningkatkan risiko pembatalan pesanan oleh pembeli di akhir transaksi. Hal ini disebabkan karena pembeli baru melakukan pembayaran setelah menerima barang, sehingga mereka dapat dengan mudah membatalkan pesanan tanpa konsekuensi finansial.

Pengendalian Risiko

Setelah risiko pembayaran *cash on delivery* (COD) diukur seberapa sering akan terjadi dan seberapa tingkat keparahan dari kerugian tersebut, ternyata risiko yang timbul harus dilakukan pengendalian (Suryanto, 2020). Dalam melakukan pengendalian risiko pada metode pembayaran COD di Shopee, *platform e-commerce* ini menerapkan berbagai langkah. Langkah-langkah tersebut diwujudkan dalam kebijakan-kebijakan yang dapat diakses oleh semua pengguna di dalam aplikasi Shopee, sehingga mereka memiliki informasi yang lengkap mengenai pengaturan COD.

1. Penerapan *Risk Avoidance* oleh Shopee

Salah satu metode yang digunakan dalam pengendalian risiko adalah *avoidance* atau menghindari risiko, yaitu dengan tidak melibatkan diri dalam aktivitas yang berisiko jika terbukti berpotensi merugikan. Melalui pendekatan *avoidance* ini, Shopee memberikan fleksibilitas kepada penjual untuk memilih apakah ingin menawarkan metode pembayaran COD di tokonya. Bagi penjual yang ingin mengurangi risiko gagal bayar atau tindakan penipuan yang sering terjadi pada transaksi COD, mereka dapat memilih untuk menonaktifkan opsi COD. Dengan menonaktifkan opsi ini, penjual tidak hanya menghindari risiko gagal bayar tetapi juga mengurangi kemungkinan pembatalan sepihak oleh pembeli yang memilih COD.

2. Penerapan *Risk Retention* oleh Shopee

Penahanan resiko adalah strategi di mana perusahaan memilih untuk menanggung resiko sendiri ketika resiko tersebut terjadi. Ini berarti bahwa jika terjadi kerugian, perusahaan harus menanggung biaya dari kerugian tersebut (Suryanto, 2020). Shopee mengadopsi pendekatan ini dengan menyerap kerugian yang mungkin timbul dari transaksi COD, terutama dalam hal pengembalian barang yang mengalami gagal bayar.

Ketika terjadi masalah seperti barang hilang atau rusak selama proses pengiriman, Shopee menyediakan prosedur bagi penjual untuk mengajukan klaim ganti rugi. Misalnya, jika barang tidak dapat dikirim ke pembeli, baik disebabkan oleh pembeli tidak dapat dihubungi atau menolak menerima pesanan yang pada akhirnya dikirim kembali kepada penjual, Shopee menjamin bahwa biaya ongkos kirim untuk pengembalian tersebut tidak akan ditanggung oleh pembeli maupun penjual. Dengan demikian, Shopee menanggung biaya ongkos kirim pengembalian tersebut, mengurangi beban finansial pada penjual dan memberikan perlindungan tambahan kepada mereka dalam menghadapi risiko yang terkait dengan transaksi COD.

3. Penerapan *Risk Transfer* oleh Shopee

Metode berbagi risiko umumnya digunakan oleh perusahaan asuransi guna mendukung mengatasi berbagai kerugian yang dihadapi individu. Konsep dasarnya adalah berbagi beban risiko dengan perusahaan asuransi, yang memberikan manfaat perlindungan. Shopee menawarkan klaim bahwa seluruh layanan pengiriman memberikan jaminan 100% tanpa adanya tarif ekstra, di mana jumlah penggantian yang diberikan setara dengan harga produk yang hilang atau rusak. Jika terjadi kehilangan atau kerusakan barang dalam pengiriman, baik saat perjalanan ke pembeli maupun saat pengembalian ke penjual, pelanggan dapat mengajukan laporan dengan mengisi "Formulir Produk Rusak" atau "Formulir Pengembalian Produk yang Tidak Diterima."

4. Penerapan *Risk Reduction* oleh Shopee

Fokus *risk reduction* ini adalah untuk memahami eksistensi risiko dan meminimalkan dampaknya. Tindakan yang diterapkan oleh Shopee guna mencegah terjadinya risiko gagal bayar dalam transaksi pembayaran di tempat (COD) adalah dengan menerapkan sanksi bagi pembeli. Jika seorang pembeli menolak pesanan sampai dua kali dalam periode 60 hari, Shopee akan menonaktifkan metode pembayaran COD pada akun pengguna tersebut atau bahkan memblokirnya untuk sementara waktu. Setelah 60 hari sejak dinonaktifkan, metode pembayaran COD dapat diaktifkan kembali secara otomatis.

KESIMPULAN

Metode pembayaran *cash on delivery* (COD) di Shopee menunjukkan adanya risiko yang signifikan, terutama terkait dengan pembatalan pesanan oleh pembeli. Risiko ini tidak hanya berdampak pada kerugian finansial bagi penjual, tetapi juga berpotensi merusak reputasi toko dan mengganggu kinerja bisnis mereka. Faktor-faktor seperti perubahan pikiran pembeli, ketidakmampuan membayar, dan kesalahan pemesanan menjadi penyebab utama pembatalan. Shopee telah berupaya mengelola risiko ini melalui berbagai strategi, termasuk memberikan fleksibilitas kepada penjual untuk memilih metode pembayaran, menanggung sebagian besar biaya yang timbul akibat pembatalan, dan menerapkan sanksi bagi pembeli yang sering membatalkan pesanan.

Pengukuran risiko menunjukkan bahwa metode COD memiliki tingkat risiko yang lebih tinggi dibandingkan metode pembayaran lainnya. Meskipun demikian, metode ini tetap populer di kalangan konsumen karena kemudahannya. Untuk mengurangi dampak negatif

dari risiko COD, perlu dilakukan upaya yang lebih komprehensif. Selain langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Shopee, perlu adanya peningkatan kesadaran di kalangan pembeli mengenai pentingnya komitmen dalam bertransaksi *online*. Edukasi yang intensif mengenai konsekuensi pembatalan pesanan secara sepihak dapat membantu mengurangi angka pembatalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzil, R. (2024). Menavigasi Risiko Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam E-Commerce: Kajian Kasus Shopee Di Indonesia. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 4(1), 1–11.
- Aisyah. (2024). Analisis Manajemen Risiko Dalam Bisnis E-Commerce Shopee Terkait Metode Pembayaran Cash On Delivery (Cod) Bisnis Spanduk Di Toko Dynasty Digital. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 4(3), 243–255.
- Alfarizi, M., & Sari, R. K. (2023). Adoption Of Cash On Delivery (COD) Payment System In Shopee Marketplace Transaction. *Procedia Computer Science*, 227, 110–118.
- Arsyadona, Siregar, S., Harahap, I., & Sugianto. (2020). Manajemen Risiko Reputasi Pada Bank Syariah. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 658–661.
- Arta, I. P. S. (2021). *Manajemen Risiko Tinjauan Teori Dan Praktis*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- As Sajjad, M. B., Kalista, S. D., Zidan, M., & Christian, J. (2020). Analisis Manajemen Risiko Bisnis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 51.
- Bakhrudin All, H. (2017). Seni Memahami Penelitian Kuliitatif Dalam Bimbingan Dan Konseling : Studi Literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1, 90–100.
- Batubara, M. (2024). Manajemen Risiko Metode Pembayaran Cash On Delivery Shopee E-Commerce. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 442–450.
- Dwi Lestari, A. A., & Merthayasa, A. (2023). Peran Teknologi Dalam Perubahan Bisnis Di Era Globalisasi. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11), 16706–16711.
- Eddy, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(1).
- Halaweh, M. (2018). Cash On Delivery (COD) As An Alternative Payment Method For E-Commerce Transactions: Analysis And Implications. *International Journal Of Sociotechnology And Knowledge Development*, 10(4), 1–12.
- Lisnawati, T., Hussaen, S., & Nuridah, S. (2023). Manajemen Risiko Dalam Bisnis E-Commerce : Mengidentifikasi . *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 8252–8259.
- Maralis, R. Dan A. T. (2019). *Manajemen Risiko*. Deepublish.
- Mulyandi, M. R., & Sani, E. P. (2020). Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E Commerce Di Indonesia). *Ikraith-Ekonomika*, 3(1), 41–49.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan

- Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Indonesia. *AI Tjajah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.21111/Tjajah.V5i1.3621>
- Rahayu, P., & Rangkuti, S. (2022). Analisis Manajemen Risiko Penggunaan Aplikasi E-Commerce Dalam Transaksi Penjualan Cv. Roti Aroma Bakery Dan Cake Shop Medan. *Jurnal Bisnis Net*, 5(1), 55–68.
- Rahayu, R. P. (2023). Manajemen Risiko Metode Pembayaran Cash On Delivery Shopee E-Commerce. *Journal Of Economics, Law, And Humanities*, 2(1).
- Stiadi, D., Jikrillah, S., & Ziyad, M. (2021). Analisis Manajemen Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha Umkm Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 9(2), 134–141.
- Suryanto. (2020). *Manajemen Risiko Dan Asuransi*. Universitas Terbuka.
- Tandon, U., & Kiran, R. (2018). Study On Drivers Of Online Shopping And Significance Of Cash-On-Delivery Mode Of Payment On Behavioural Intention. *International Journal Of Electronic Business*, 14(3), 212–237.