

PENGARUH METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY (COD) TERHADAP KURIR DI ERA DIGITAL

Umul Sidikoh¹, Abdurohim², Arna Soraya Hutasuhut³, Kasih Bunga Melati⁴, Besar Agung Martono⁵

Universitas IPWIJA
umulsidikoh@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh dari sistem pembayaran *Cash On Delivery* terhadap kurir pada saat proses transaksi jual-beli berlangsung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Metode Desk Study dilakukan dengan studi literatur mengenai kasus-kasus COD, pengguna sistem pembayaran *Online* dan data lainnya berdasarkan dari dokumen-dokumen terkait, seperti media massa, media elektronik, dan laporan kegiatan. Hasil dari penelitian ini adalah memberikan saran bagi para pelaku bisnis, seperti marketplace, penjual dan ekspedisi untuk membuat skema yang lebih baik dan memberikan edukasi kepada pelanggan tentang skema tersebut.

Kata kunci: *Cash On Delivery, Desk Study, Kurir, Online, Sistem Pembayaran.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of the Cash On Delivery payment system on couriers during the buying and selling transaction process. The method used in this research is using the desk study method, which is carried out by studying the literature on COD cases, online payment system users and other data based on related documents, such as mass media, electronic media, and activity reports. The results of this research are to provide suggestions for business people, such as marketplaces, sellers and expeditions to make better schemes and provide education to customers about these schemes.

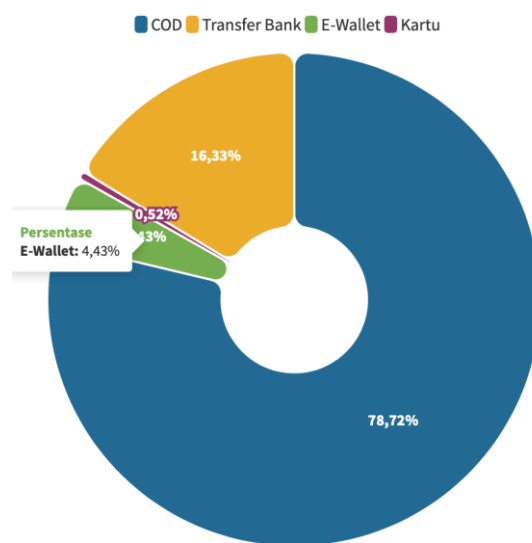
Keyword: *Cash On Delivery, Desk Study, Courier, Online, Payment System.*

PENDAHULUAN

Perkembangan situs belanja berbasis *online* atau *e-commerce* kian melesat tinggi di era digital. Terlebih ketika pandemi Covid-19 muncul dan tersebar di seluruh dunia, hingga kurun waktu dua tahun lebih, membuat masyarakat kian menjadikan belanja *online* salah satu cara mereka dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dikutip dari situs kominfo, "Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan '*e-commerce*' dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1. Sementara Meksiko berada di peringkat kedua, dengan nilai pertumbuhan 59 persen," kata Septriana Tangkary di Pamekasan, Jawa Timur, Rabu (27/2) [1].

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, ada 2,36 juta unit usaha yang berjualan secara daring (*online*) pada 2020. Dari jumlah itu, mayoritas atau 78,72% pemilik usaha daring menggunakan metode pembayaran *cash on delivery* (COD). Persentase pemilik usaha daring yang menggunakan transfer bank untuk transaksi pembayaran sebesar 16,33%. Kemudian, ada 4,43% pemilik usaha daring yang memilih transaksi pembayaran melalui dompet digital (*e-wallet*). Sementara, proporsi pemilik usaha daring yang menggunakan kartu debit/kredit untuk transaksi pembayaran paling minim. Persentasenya hanya sebesar 0,52%. Berdasarkan wilayahnya, Bangka Belitung memiliki persentase usaha daring dengan sistem pembayaran COD tertinggi, yakni 95,32%. Sedangkan, DKI Jakarta menjadi provinsi dengan proporsi pengguna COD terendah, yakni 58,43%. Kebanyakan pemilik usaha daring di Jakarta menggunakan sistem pembayaran transfer bank dan *e-wallet*. Tercatat proporsinya masing-masing sebesar 26,94% dan 16,13% [2].

Metode Pembayaran E-Commerce (2020)



Sumber: BPS

Gambar 1. Metode Pembayaran E-Commerce Tahun 2020

Dari hasil survey BPS dipaparkan, bahwa metode pembayaran *cash on delivery* (COD) masih menduduki peringkat pertama dalam transaksi di *e-commerce* pada tahun 2020. Dikutip dari situs Kargo.tech, bahwa ada beberapa kelebihan dan kekurangan dari penerapan metode pembayaran *cash on delivery* (COD), yaitu:

Kelebihan metode pembayaran COD:

1. Pembelian produk dapat dikontrol sendiri apakah barang sesuai dengan yang diinginkan atau tidak.
2. Barang yang tidak sesuai dapat dikembalikan dan transaksi dapat dibatalkan, dengan begitu kamu tidak perlu menyesal telah membelinya karena barang tidak sesuai.
3. Terhindar dari penipuan.
4. Dapat melakukan pembayaran dengan langsung atau *cash*.
5. Membuktikan kualitas toko dan produk dengan metode COD.
6. Lebih banyak mengundang pembeli karena metode ini terpercaya dan sangat aman.

Kekurangan metode pembayaran COD:

1. Kerugian dirasakan oleh para kurir, seperti contohnya pada saat pengiriman diantarkan rumah dari calon pembeli kosong, atau tidak menepati janji dan pada saat ingin melakukan pertemuan. Apalagi dengan sistem COD, harus konsumen itu sendiri yang menerima barang, karena ketentuan dari sistem ini pembayaran harus dilakukan secara langsung atau *cash*, sehingga pertemuan tidak bisa diwakilkan atau kecil kemungkinan barang harus dititipkan ke tetangga.
2. Konsumen tidak mengaku karena barang tidak sesuai dengan yang diinginkan. Bayangkan bila kurir sudah jauh-jauh mengantarkan barang besar yang belum tentu akan dibayarkan dan diambil oleh konsumen? Tentu akan menyusahkan kurir dan menghambat pengiriman lainnya.
3. Melakukan tawar-menawar memang merupakan definisi dari COD itu sendiri, namun metode COD yang dilakukan bukan dengan penjual tentu melakukan tawar-menawar tidak bisa dilakukan. Masih banyaknya calon konsumen yang menawar harganya, tentu perlu edukasi lebih lanjut agar tidak menyusahkan para kurir yang sudah mengantarkan barangnya.
4. Metode *Cash* yang tujuannya agar membuat konsumen percaya dengan barang yang dibelinya, kadang suka disepelekan sehingga banyak kurir yang sudah datang ke rumah namun konsumen sendiri tidak memegang uang *cash* sehingga mereka harus mengambil uang terlebih dahulu ke atm. Tentu hal itu akan merugikan kurir yang harus melanjutkan perjalanan [3].

METODE

Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Desk Study*. Metode Desk Study dilakukan dengan studi literatur mengenai kasus-kasus *Cash On Delivery*, pengguna sistem pembayaran *Online* dan data lainnya berdasarkan dari dokumen-dokumen terkait, seperti media massa, media elektronik, dan laporan kegiatan.

Semakin berkembangnya teknologi, informasi yang didapatkan semakin mudah. Ketika satu berita diperbincangkan oleh pengguna internet, maka tidak lama kemudian berita itu akan ada di berbagai platform media sosial dan berita. Sistem COD ini memang memiliki beberapa keuntungan, seperti yang sudah dibahas sebelumnya. Tapi, bukan hanya itu, pada sistem ini, kurir terlibat langsung pada saat pengantaran barang dan transaksi, terkadang menimbulkan beberapa kasus atau konflik. Berikut beberapa kasus COD yang pernah tersebar luas melalui media *online*, yaitu;

1. Kurir Diancam oleh Pelanggan

Seorang pelanggan di Ciputat Timur mengancam kurir yang mengirimkan barang pesanan COD. Sebab, barang yang dibeli tidak sesuai. Pada awalnya sang kurir sudah mengingatkan pelanggan untuk mengecek paket tersebut, sebelum membukanya. Tetapi, sang pelanggan langsung membuka dan memaksa kurir untuk mengembalikan uang yang telah diberikan ke kurir tersebut. Karena sang kurir diancam oleh pelanggan, uang tersebut langsung dikembalikan, lalu kurir melaporkan kejadian tersebut ke pihak yang berwajib, dan pelaku sudah diamankan [4].

2. Kurir Disiram Air

Pada 10 Juni 2021. Seorang kurir disiram oleh salah pelanggan COD. Sang pelanggan tidak terima dengan barang bor yang dibelinya senilai Rp. 77.000, dan ternyata barang yang datang hanya kepada bor saja. Ia bersikukuh, bahwa barang yang dibelinya adalah bor utuh, tetapi ketika dicek kembali pada platform pembelian tersebut, keterangannya memang hanya kepala bor yang dibelinya [5].

3. Kurir Dipukuli Saat Mengantar Barang COD

Pada kasus ini, seorang kurir Shopee COD, dipukuli ketika ia sedang mengirimkan paket ke pelanggannya. Kejadian anehnya, si pelaku yang memukuli kurir tersebut adalah rekan pelanggan, bukan sang pelanggan itu sendiri yang memesan produk tersebut [6].

HASIL

Hasil penelitian ditinjau dari metode sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dan pihak yang mengantarkan produk kepada konsumen (Kurir). Dilihat dari temuan di atas, bahwa data dari Pusat Badan Statistik (BPS) pada tahun 2020 mayoritas pengusaha daring atau pengusaha secara *online* menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) sebesar 78,72%, yang artinya itu menandakan tingginya minat para pengusaha daring atau penjualan secara *online* dikarenakan beberapa hal yang dirasa oleh pengusaha dapat menarik lebih banyak pelanggan karena diferensiasi produk sistem pembayaran toko tersebut. Seperti 1) Membuat para pelanggan lebih percaya kepada toko tersebut walaupun toko tersebut baru meluncur pada sistem *platform online*, 2) Toko mendapatkan nilai tambah dari pelanggan karena memberikan waktu lebih untuk pelanggan dalam mempersiapkan uang yang akan diserahkan kepada kurir, sehingga tidak perlu *top-up* karena tidak semua pelanggan memiliki rekening maupun *e-wallet* untuk melakukan transaksi, 3) Metode *Cash On Delivery* (COD) menjadi nilai tambah bagi sebuah toko karena pelanggan dapat terhindar dari penipuan, pasalnya ketika barang datang dengan ringan dan mencurigakan dapat di cegah atau dapat dikembalikan sesegera mungkin.

Dari data Pusat Badan Statistik (BPS) untuk yang menggunakan metode lain selain metode *Cash On Delivery* (COD) seperti pemilik usaha daring yang menggunakan transfer bank untuk transaksi pembayaran sebesar 16,33%. Kemudian, ada 4,43% pemilik usaha daring yang memilih transaksi pembayaran melalui dompet digital (*e-wallet*). Sementara, proporsi pemilik usaha daring yang menggunakan kartu debit/kredit untuk transaksi pembayaran paling minim. Persentasenya hanya sebesar 0,52%, untuk pengusaha daring yang menggunakan metode lain selain metode *Cash On Delivery* (COD) dikarenakan beberapa toko tersebut masih dibayang-bayangi beberapa ketakutan untuk menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) ini. Seperti 1) Palsunya alamat tujuan yang

mengakibatkan kerugian dari penjual karena barang yang sudah dikirim dan harus segera dikembalikan, 2) Pembeli membatalkan pesanan secara tiba-tiba saat barang belum sampai ke alamat tujuan, ini dapat mengakibatkan kerugian dari sisi penjual sama seperti point 1 di atas kerugian dari biaya bungkus paket, ongkos tenaga kerja pengantar dan pembungkus paket, bahan bakar kendaraan, dan biaya lainnya yang sudah dikeluarkan oleh pihak penjual, 3) Penerima paket tidak berada di tempat pada saat paket tiba, dikarenakan sistem *Cash On Delivery* (COD) ini mengharuskan paket diterima oleh pemesan paket dengan orang yang sama, tidak dapat diwakilkan atau di titipkan, sehingga bilamana pelanggan tidak berada di tempat maka paket dibawa kembali oleh kurir. Sehingga dapat menurunkan *performance* toko dalam segi waktu pengantaran.

Beberapa keuntungan dan kendala dalam sistem *Cash On Delivery* (COD) ini seperti yang sudah dijelaskan pada pendahuluan harus adanya pembenahan skema COD yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak terkait, sehingga kedepannya skema COD bisa lebih menenangkan dan menentramkan untuk semuanya. Seperti, 1) Pihak Marketplace, dapat menerbitkan klausula berupa dua opsi bagi pembeli untuk memilih membatalkan transaksi atau meneruskan dengan konsekuensi bagi pembeli yang memilih untuk membatalkan transaksi jual beli akan menerima bahwa pembeli setuju menyerahkan uang kepada kurir untuk membayar biaya ekspedisi beserta biaya pengemasan barang, atau meneruskan akad jual belinya dengan cara membayar tagihan pembelian barang dan kurir bisa menerima klaim garansi dengan konsekuensi bahwa pihak pembeli tidak dikenakan biaya ekspedisi dan pengemasan barang. 2) Pihak penjual, penjual wajib memahami perbedaan konsekuensi antara skema janji beli dengan jual beli, dan penjual wajib memastikan telah mencantumkan spesifikasi barang yang sejelas-jelasnya pada lapak onlinenya di *marketplace*. penjual wajib menyerahkan proses pengemasan akhir kepada ekspedisi, penjual mencetak label pengiriman (cetak pesanan yang memuat spesifikasi barang sesuai akad janji beli) yang dapat dibaca secara jelas dan ditempelkan pada paket yang akan dikirim. 3) Pihak ekspedisi wajib memiliki divisi khusus yang menangani pengemasan barang final dengan prosedur rupa dan kualitas kemas yang seragam, ekspedisi wajib memastikan kuantitas, kualitas dan spesifikasi barang yang dikemas sudah sesuai akad janji beli yang dilakukan pada platform *marketplace*, kurir wajib memastikan penerimaan uang pembayaran baik secara fisik maupun digital jika barang telah diterima dan dicek pembeli, kurir wajib menegaskan penjelasan bahwa apabila pembeli telah membongkar kemasan dan mendapati barang tidak sesuai ekspektasinya, maka pembeli boleh memilih untuk membatalkan transaksi jual beli dengan konsekuensi berlakunya syarat bahwa pembeli setuju menyerahkan uang kepada kurir untuk membayar biaya ekspedisi beserta biaya pengemasan barang atau meneruskan akad jual belinya dengan cara membayar tagihan pembeli barang dan kurir bisa menerima klaim garansi dengan konsekuensi bahwa pihak pembeli tidak dikenakan biaya ekspedisi dan pengemasan barang [7].

Selain perbaikan skema, pemberian edukasi yang lebih menyeluruh dan detail kepada para pelanggan juga hal yang sangat penting. Beberapa kasus yang terjadi kepada kurir merupakan karena pelanggan yang kurang paham dan kurang edukasi tentang bagaimana skema COD, sehingga sang kurir yang menerima pelampiasan emosi serta amarah dari para pelanggan tersebut, ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan atau yang diinginkan. Pada dasarnya, sang kurir hanya mengirimkan paket yang diterimanya, untuk proses komplain, pengajuan pengembalian barang atau pengajuan pengembalian uang, maka perlu dilakukan oleh pelanggan itu sendiri kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Sehingga kedepannya, kurir tidak diliputi rasa was-was dan merasa lebih aman ketika mengantar paket.

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh Sistem Pembayaran COD pada Kurir di Era Digital” ini adalah menggunakan Metode *Desk Study*. Pengguna sistem pembayaran di e-commerce dari hasil BPS survei adalah paling banyak menggunakan sistem COD di tahun 2020. Dari sistem COD tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, dan dampaknya bagi kurir. Beberapa kurir mengalami kasus kurang menyenangkan, ketika proses pengiriman COD berlangsung. Untuk itu, pihak marketplace, penjual dan ekspedisi harus mengevaluasi sistem yang sudah ada dan menerapkan sistem baru yang lebih baik sehingga proses transaksi jual-beli dan sistem pembayaran COD memberi dampak positif untuk semua.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kominfo.go.id (2019, 2 Februari). Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia capai 78 persen. Diakses pada 13 Januari 2023, dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media
- [2] Dataindonesia.id (2021, 22 Desember). COD Jadi Metode Pembayaran Favorit di E-Commerce. Diakses pada 29 Desember 2023, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/cod-jadi-metode-pembayaran-favorit-di-ecommerce>
- [3] Kargo.tech (2021, 6 November). Apa itu COD? (Keuntungan dan Kerugian Sistem COD. Diakses pada 29 Desember 2022, dari <https://kargo.tech/blog/apa-itu-pengiriman-cod/>
- [4] Theasianparent.com. 3 Kasus Viral yang Makin Marak, Ini Hal Penting yang Perlu Dipelajari. Diakses pada 9 Januari 2023, dari <https://id.theasianparent.com/kasus-viral-cod>
- [5] Economy.okezone.com (2021, 21 Juni). Kasus COD Viral, dari Disiram Air Sampai Diancam Samurai. Diakses pada 11 Januari 2023, dari <https://economy.okezone.com/read/2021/06/21/320/2428448/kasus-kasus-cod-viral-dari-disiram-air-sampai-diancam-samurai?page=2>
- [6] Motorplu-online.com (2022, 20 Juni). Ramai Kasus Kurir COD Dipukuli Saat Antar Barang, YLKI Desak Sistem COD Dihapus. Diakses pada 9 Januari 2023, dari <https://www.motorplus-online.com/read/253341591/ramai-kasus-kurir-cod-dipukuli-saat-antar-barang-ylki-desak-sistem-cod-dihapus>
- [7] Antaranews.com (2021, 13 Juni). Mekanisme COD pada Marketplace Bikin Untung atau Buntung?. Diakses pada 4 Januari 2023, dari <https://www.antaranews.com/berita/2208702/mekanisme-cod-pada-marketplace-bikin-untung-atau-buntung>