

PERAN METODE PEMBAYARAN COD DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI ERA DIGITAL

Nur Hidayah^{1*}, Sri Hartati²,

^{1,2}Institut Agama Islam Negri Datuk Laksemama Bengkalis

Email: Hnur25431@gmail.com¹ ; srihartatirupat@gmail.com²

ARTICLE HISTORY

Received:

21 Agustus 2026

Revised

22 Agustus 2026

Accepted:

24 Agustus 2026

Online available:

1 Oktober 2026

Kata kunci:

Cash on Delivery (COD), minat beli, e-commerce, kepercayaan konsumen, perspektif syariah

Keywords:

Cash on Delivery (COD), buying interest, e-commerce, consumer trust

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran metode pembayaran Cash on Delivery (COD) dalam meningkatkan minat beli konsumen di era digital, khususnya pada masyarakat di wilayah Bengkalis, Riau. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif, yang didukung oleh data primer melalui wawancara terhadap mahasiswa dan kurir, serta data sekunder dari berbagai jurnal terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode COD memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli konsumen, terutama karena memberikan rasa aman, kemudahan, dan kepercayaan dalam bertransaksi. Konsumen cenderung lebih tertarik menggunakan COD karena dapat memeriksa barang sebelum melakukan pembayaran, sehingga meminimalkan risiko penipuan. Namun, dalam penerapannya, metode COD juga menghadapi berbagai kendala, seperti keterlambatan pengiriman, kurangnya respons penjual, kesulitan pelacakan resi, serta kendala komunikasi antara kurir dan konsumen. Dari perspektif syariah, metode COD diperbolehkan karena memenuhi rukun dan syarat jual beli, tetapi harus tetap memperhatikan prinsip kejujuran, keadilan, kerelaan, dan amanah, serta menghindari unsur gharar dan penipuan. Dengan demikian, metode COD dapat menjadi alternatif sistem pembayaran yang efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen, selama didukung oleh sistem layanan yang baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the Cash on Delivery (COD) payment method in increasing consumer buying interest in the digital era, specifically among the community in the Bengkalis region, Riau. The research methodology employed is a qualitative approach with descriptive analysis techniques, supported by primary data through interviews with university students and the general public, as well as secondary data from various related journals. The results indicate that the COD method plays a vital role in increasing consumer buying interest, primarily because it provides a sense of security, convenience, and trust in transactions. Consumers tend to be more interested in using COD as it allows them to inspect the goods before making a

payment, thereby minimizing the risk of fraud. However, in its implementation, the COD method also faces various obstacles, such as additional costs and high risks of goods being returned. From a theoretical perspective, the COD method is a solution for consumers who are still hesitant about digital payment systems, provided it is supported by a good service system. Thus, the COD method can be an effective alternative payment system to increase consumer buying interest as long as it aligns with the principles of trust and convenience.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat melakukan transaksi jual beli. Kehadiran berbagai platform e-commerce memudahkan konsumen untuk berbelanja tanpa harus datang langsung ke toko. Namun, di balik kemudahan tersebut, masih terdapat kendala yang sering dihadapi oleh konsumen, seperti kurangnya kepercayaan terhadap penjual, kekhawatiran terhadap kualitas barang, serta risiko penipuan dalam transaksi online. Kondisi ini membuat sebagian masyarakat masih ragu untuk melakukan pembayaran secara non-tunai sebelum barang diterima.

Dalam penelitian (Dewi, 2021) menyatakan bahwa metode pembayaran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce. Fitur pembayaran Cash on Delivery (COD)

menjadi salah satu pilihan yang banyak diminati, karena menawarkan kemudahan dan rasa aman bagi konsumen yang masih ragu menggunakan metode pembayaran berbasis digital (Sitepu & Hasyim, 2018). COD memungkinkan konsumen untuk membayar secara tunai saat barang diterima, sehingga menjadi solusi bagi mereka yang belum memiliki akses penuh terhadap layanan perbankan atau yang khawatir terhadap risiko transaksi daring. Kemudahan ini membuat COD menjadi salah satu pendorong utama peningkatan minat belanja online, khususnya di wilayah yang sedang berkembang seperti Panyabungan.

Menurut beberapa penelitian, kepercayaan konsumen cenderung lebih tinggi pada transaksi yang memungkinkan pengecekan barang sebelum pembayaran, sehingga COD menjadi pilihan yang populer. Beberapa penelitian kuantitatif menyebutkan bahwa 15,4% COD berpengaruh

terhadap minat beli masyarakat (Annisa Putri Kadir, 2022), COD juga Bersama dengan variabel Online Customer Review (OCR) berpengaruh 55% terhadap minat beli konsumen (Jureid, 2024).

Penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana metode COD mampu meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen di era digital. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha, platform e-commerce, serta pihak terkait dalam mengembangkan sistem pembayaran yang lebih efektif dan aman. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat pengguna e-commerce, khususnya di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum di wilayah Bengkalis, Riau, yang merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan penggunaan belanja online yang cukup pesat.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran metode pembayaran COD dalam meningkatkan minat beli konsumen, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan COD, serta mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapannya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam

pengembangan sistem transaksi digital yang lebih terpercaya dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era modern saat ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis tingkat minat serta persepsi masyarakat terhadap metode pembayaran Cash on Delivery (COD). Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui kombinasi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan penyebaran pertanyaan kepada responden yang terdiri dari tiga orang mahasiswa sebagai konsumen dan dua orang kurir sebagai pihak yang terlibat langsung dalam proses transaksi COD. Pemilihan responden ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dari sisi pengguna maupun pelaksana layanan COD.

Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh data sekunder yang bersumber dari berbagai jurnal dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pembahasan. Data tersebut digunakan untuk memperkuat analisis serta membandingkan temuan penelitian dengan hasil studi sebelumnya. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif

kuantitatif, yaitu dengan mengolah informasi yang diperoleh menjadi bentuk uraian yang sistematis sehingga dapat menjelaskan kelebihan, kekurangan, tingkat minat masyarakat, serta perbandingan antara metode COD dan e-wallet secara lebih jelas dan terstruktur.

Hasil dan Pembahasan

Cash on Delivery (COD) merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara langsung ketika barang pesanan telah sampai kepada konsumen. Istilah COD berasal dari bahasa Inggris, yaitu *cash* yang berarti pembayaran tunai dan *delivery* yang berarti pengiriman. Dengan demikian, sistem ini mengharuskan konsumen untuk membayar produk yang dibeli secara tunai kepada kurir pada saat barang diterima (Asyahrach et al., 2025).

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, sehingga data yang diperoleh bersifat deskriptif. Data tersebut disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat yang berasal dari hasil wawancara serta observasi lapangan. Melalui metode ini, peneliti dapat memahami secara lebih mendalam bagaimana penerapan sistem COD dalam meningkatkan penjualan, khususnya dari perspektif konsumen dan pelaku usaha.

Cash on delivery (COD) ini mempunyai kelebihan dan kekurangan pengguna fitur cash on delivery (COD) pada jnt kota Watampone, tetapi seiring berkembangnya zaman fitur cash on delivery (COD) yang sudah dikembangkan JNT kota Watampone ini memiliki beberapa keunggulan, diantaranya Transaksi yang aman fitur cash on delivery (COD) yang memberikan perasaan aman kepada penggunanya karena setiap transaksi yang dilakukan dapat dipantau melalui aplikasi POSin AJA sehingga akan membantu apabila terjadi kejadian-kejadian yang tidak terduga. Dalam memantau transaksi ada beberapa istilah status yang harus dimengerti oleh pengguna aplikasi JNT cash on delivery (COD) karena akan muncul pada dashboard pengguna. Istilah-istilah tersebut adalah :

- a) Pickup surat/paket sedang dijemput oleh kurir dan dalam proses pengiriman ke kota tujuan
- b) Transaksi loket Pos pengirim telah melakukan transaksi pengiriman surat/paket dan surat/paket tersebut sudah masuk puri kirim dan dipisahkan sesuai dengan kota tujuan paket/surat tersebut.
- b) Transaksi total nominal harga ditambah biaya pengiriman yang

- harus dibayarkan oleh pembeli/penerima
- c) Cash on Delivery (COD) retur biasanya terjadi apabila barang yang diterima pembeli tidak sesuai keinginan/pesanan. Barang tersebut akan dikirimkan kembali ke penjual/pengirim tanpa dikenai biaya lagi.
- d) Cash on Delivery (COD) belum setor, status ini berlaku ketika barang kiriman sudah diterima pembeli dan sudah dibayar namun uang hasil transaksi tersebut masih berada di tangan kurir dan belum disetorkan kepada penjual/pengirim.
- f) Cash on Delivery (COD) sudah setor diantaranya yaitu:
1. Cash on Delivery (COD) sudah setor merupakan status akhir dari proses cash on delivery (COD) yang masih berada di tangan kurir sudah disetorkan kepada penjual/pengirim.
 2. Bebas biaya penanganan seperti yang sudah di jelaskan di atas, ketika barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan harapan ataupun pesanan dari pembeli/penerima maka akan dilakukan proses cash on delivery (COD) retur dimana barang tersebut akan dikembalikan kepada penjual/pengirim tanpa dikenakan biaya sedikitpun
 3. Mudahnya akses pengaduan dikarenakan tidak bernaung pada marketplace, fitur cash on delivery (COD) pada JNT memiliki keunggulan yaitu mudahnya akses pengaduan apabila terjadi barang yang hilang, rusak, tidak sesuai, waktu pengiriman yang tidak sesuai, dan masih banyak keluhan yang lain. Pengguna bisa menghubungi CS (Customer Service) kantor JNT terdekat via online pada office hours (08.00-16.00) atau via online melalui whatsapp yang tertera di sosial media kantor pos setempat
 4. Jaminan ganti rugi yang disediakan JNT bersedia memberikan ganti rugi oleh kelalaian pihak kantor JNT. Jaminan ganti rugi ini memiliki beberapa syarat dan ketentuan. Klaim ganti rugi hanya bisa dilakukan terhadap kerusakan fisik dari sisi kiriman dan tidak memberikan ganti rugi terhadap kerusakan yang disebabkan oleh beberapa hal berikut:

- a) Kerusakan karena kesengajaan pengirim
- b) Pelanggaran terhadap aturan dangerous goods, prohibited items, dan restricted items
- c) Isi kiriman tidak sesuai dengan pertanyaan yang sudah tertulis di invoice

Tidak berfungsi atau berubah fungsinya sebuah barang yang menyangkut mesin ataupun barang elektronik karena resiko teknis pada saat pengangkutan

- d) Kerusakan yang disebabkan oleh oksidasi, kontaminasi, dan reaksi nuklir
- e) Kerusakan atau kerugian yang disebabkan oleh force majeure (bencana alam, kebakaran, perang, penyitaan, dll)
- f) Kerugian tidak langsung yang disebabkan oleh kekeliruan dalam penyelenggaraan pos (UU No 38 Tahun 2009 Tentang Pos).

Nilai ganti rugi yang sesuai kebijakan kantor diantaranya barang baru dengan harga dapat dipertanggung jawabkan sebesar Rp.20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) barang bekas yang telah ditetapkan oleh pengirim nilainya dengan

persetujuan kantor pos nominal maksimal yang dapat dipertanggung jawabkan adalah Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah), selanjutnya barang seni, barang koleksi pribadi, akta otentik (ijazah, SIM, STNK, BPKB) yang diterbitkan oleh sebuah instansi, institusi, atau lembaga tertentu ditentukan berdasarkan biaya pengurusan atau pembuatannya maksimal sebesar Rp. 60.00.000,00 (enam juta rupiah) per pucuk/koli dalam penerapannya.

Cash on delivery juga memiliki beberapa kekurangan dikarenakan fitur COD terbilang baru dan Sebagian besar dijalankan menggunakan sistem. Adapun beberapa kekurangannya antara lain:

- a) Lama dalam memuat data pada aplikasi dan website
- b) Resi yang sulit dilacak
- c) Tidak berubahnya status pengiriman padahal sudah diperbarui Penjualan online merupakan salah satu jenis transaksi jual beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya. pada saat ini yang paling banyak dilakukan adalah berbasis media sosial

seperti, marketplace, facebook, twiter, whatsapp, instgram dan media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual. Jual beli online merupakan salah satu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.

Menurut Haug dan Assael, minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu

merek atau mengambil Tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi. Kecenderungan responden untuk bertindak sebelum memutuskan pembelian benar-benar dilaksanakan, Aspek-aspek minat beli menurut Lucas dan Britt adalah sebagai berikut :

- 1) Perhatian, adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap produk (barang atau jasa)
- 2) Ketertarikan, setelah perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada konsumen

- 3) Keinginan, berlanjut pada perasaan ingin memiliki produk tersebut
- 4) Keyakinan, timbul keyakinan pada diri individu pada produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan untuk memperolehnya dengan membeli.

Kendala dalam Pembayaran Cash on Delivery (COD)

Kendala dalam pembayaran menggunakan metode cash on delivery (COD) sering kali terjadi

karena beberapa faktor, seperti ketidakpastian dalam kesiapan dana tunai saat barang tiba, penolakan pesanan saat pengirim, paket tertukar, hingga masalah logistik yang menghambat proses transaksi. peneliti sudah mewawancarai beberapa narasumber diantaranya ibu rumah tangga, kurir, dan mahasiswa.

Beberapa kendala yang dialami dalam penggunaan metode pembayaran Cash on Delivery (COD) antara lain konsumen merasa dirugikan serta lamanya proses pengiriman barang. Sebagai contoh, konsumen melakukan pemesanan pada tanggal 10 Agustus 2024, namun barang baru diterima pada tanggal 17 Agustus 2024, sehingga waktu tunggu

mencapai hampir satu minggu. Padahal, biasanya waktu pengiriman berkisar sekitar lima hari.

Keterlambatan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor dari pihak kurir maupun proses distribusi, seperti adanya antrean panjang di pelabuhan roro, penumpukan paket di gudang, serta kondisi lain yang menghambat proses pengiriman. Hal ini menyebabkan paket tidak dapat sampai tepat waktu kepada konsumen.

Selanjutnya permasalahan yang dialami oleh salah satu kurir setelah penulis mewawancarai terkait kendala dalam mengirimkan barang konsumen menggunakan metode pembayaran cash on delivery (COD), dimana konsumen tidak selalu berada di lokasi pengantaran yang mengakibatkan kurir harus menjadwalkan ulang pengiriman barang serta harus mengantarkan barang konsumen di lain hari dimana hal ini sangat merugikan kurir. Masalah yang sama yang dikemukakan oleh konsumen tentang perjanjian dengan kurir terkait pengantaran barang, kebanyakan permasalahan diatas membatas tentang penjadwalan ulang paket.

Dimana konsumen mengatakan bahwa kurir mengantarkan paket di lokasi tidak sesuai dengan perjanjian dengan

konsumen yang mengakibatkan konsumen selalu tidak berada dirumah saat kurir mengantarkan barangnya. Masalah ini terjadi dikarenakan kurir tidak mematuhi kesepakatan waktu dan tentunya komunikasi yang tidak efektif antara kurir dan konsumen dan juga kesibukan konsumen yang menjadikan salah satu alasan yang membuat barang atau paket harus dijadwalkan ulang untuk pengiriman selanjutnya.

Kemudian kendala yang sama dialami oleh konsumen COD dimana barang yang dipesan pada hari ini harapannya sampai tepat pada waktunya tetapi saat di cek di link pesanan barang tersebut masih belum dikemas sama sekali. Menurut peneliti sering sekali konsumen menanyakan kepada pihak toko mengenai bagaimana kondisi barang pesannya, akan tetapi tidak diberi tanggapan dari pemilik toko dan ketika konsumen melakukan pelacakan dimana posisi barang tersebut tetapi barangnya masih belum dikemas dan masih belum disentuh oleh si penjual, ketika konsumen ingin membatalkan pesanan dengan mengklik tombol batal maka pembeli tidak dapat memesan barang di toko yang sama karena sudah tidak diizinkan bagi konsumen yang melakukan pembatalan untuk memesan barang Kembali.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan yang dilakukan kepada beberapa narasumber, yaitu mahasiswa, ibu rumah tangga, dan kurir, diperoleh temuan bahwa penggunaan metode pembayaran Cash on Delivery (COD) memberikan dampak yang beragam, baik dari sisi konsumen maupun pelaku distribusi.

Dari sisi konsumen, metode COD dinilai memberikan rasa aman karena pembayaran dilakukan setelah barang diterima. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi online. Selain itu, adanya fitur pelacakan dan kemudahan pengaduan juga menjadi nilai tambah dalam penggunaan metode ini.

Namun demikian, ditemukan beberapa kendala yang cukup signifikan. Konsumen sering mengalami keterlambatan pengiriman yang melebihi estimasi waktu, bahkan hingga hampir satu minggu. Selain itu, terdapat kasus di mana barang yang dipesan belum diproses oleh penjual, sehingga menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen. Kendala lain yang muncul adalah keterbatasan dalam pembatalan pesanan yang berdampak pada

pembatasan akses konsumen untuk bertransaksi kembali di toko yang sama.

Dari sisi kurir, kendala yang dihadapi antara lain konsumen yang tidak berada di lokasi saat pengantaran, sehingga menyebabkan penjadwalan ulang dan meningkatkan beban kerja kurir. Selain itu, kurangnya komunikasi yang efektif antara konsumen dan kurir juga menjadi faktor yang memperlambat proses distribusi barang.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan metode pembayaran Cash on Delivery (COD), dapat dianalisis bahwa praktik ini pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam, selama memenuhi prinsip-prinsip dasar dalam muamalah. Dalam kajian fiqh muamalah, transaksi COD dapat dikategorikan sebagai akad jual beli (*al-bai'*) COD adalah pendekatan pembayaran dimana pelanggan memilih untuk membayar produk yang dibeli setelah produk tersebut dikirimkan, lebih lanjut, mode pembayaran cash-on delivery muncul sebagai konstruksi utama untuk meningkatkan niat belanja online (Tandon & Kiran, 2018). Dalam perspektif syariah, suatu transaksi jual beli dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat, yaitu adanya penjual, pembeli, objek barang, harga, serta ijab dan kabul. Sistem COD

telah memenuhi unsur tersebut karena terdapat kesepakatan antara penjual dan pembeli terkait barang dan harga, meskipun akad dilakukan secara tidak langsung melalui media digital.

Namun, dari hasil penelitian ditemukan beberapa kelebihan dan kendala dalam praktik COD yang perlu dianalisis lebih lanjut berdasarkan prinsip syariah, di antaranya: Keunggulan sistem COD seperti transparansi transaksi, kemudahan pengaduan, dan jaminan ganti rugi menunjukkan adanya upaya untuk menjaga keadilan antara pihak-pihak yang bertransaksi. Hal ini sejalan dengan prinsip syariah yang menekankan kejujuran dan keterbukaan dalam jual beli. Akan tetapi, kendala seperti barang tidak sesuai, keterlambatan pengiriman, serta kurangnya respon penjual menunjukkan adanya potensi gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan), yang dilarang dalam Islam. Ketidakjelasan status barang dan informasi pengiriman dapat merugikan salah satu pihak, sehingga bertentangan dengan prinsip keadilan.

Dalam Islam, transaksi harus dilakukan atas dasar suka sama suka (antaradhin). Pada praktik COD, ditemukan adanya kasus penolakan barang oleh konsumen saat barang tiba. Hal ini dapat dibenarkan jika barang tidak sesuai

dengan kesepakatan awal. Namun, jika penolakan dilakukan tanpa alasan yang jelas, maka hal tersebut dapat merugikan pihak kurir maupun penjual, sehingga tidak sesuai dengan prinsip tanggung jawab dalam muamalah. Banyak kasus yang terjadi dimana pembeli membatalkan pesanan barang saat COD sedang dilakukan sehingga kurir yang mengantarkan barang tidak menerima uang tunai yang telah disepakati sebelumnya (Zainuddin & Risma, 2023).

Sistem COD menuntut adanya amanah dari semua pihak: Penjual harus memastikan barang sesuai deskripsi, Kurir harus mengantarkan barang tepat waktu dan sesuai kesepakatan, Pembeli wajib membayar jika barang sesuai pesanan. Konsumen dapat membuat keputusan tentang berapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada waktu tertentu dan mungkin ada lebih dari satu pembelian yang dilakukan (Oentoeng et al., 2021). Pengambilan keputusan adalah suatu bentuk konstruksi psikologis, yang berarti bahwa meskipun keputusan tidak dapat dilihat, namun dapat disimpulkan dari perilaku yang dapat diamati bahwa keputusan telah dibuat (Putra et al., 2021). Keputusan pembelian dapat diukur: pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran (Rusydi,

2019). Dari hasil penelitian, terdapat kendala seperti konsumen tidak berada di tempat, kurir tidak sesuai jadwal, serta keterlambatan distribusi. Hal ini menunjukkan belum optimalnya penerapan nilai amanah dalam transaksi COD.

Beberapa konsumen mungkin merasa lebih nyaman dan percaya diri untuk berbelanja menggunakan metode pembayaran cash on delivery, sementara yang lain mungkin lebih memilih metode pembayaran elektronik yang lebih cepat dan nyaman. Penting bagi penjual untuk memahami preferensi dan profil pembeli dan memberikan opsi pembayaran yang sesuai untuk meningkatkan peluang keberhasilan mereka selama proses pembelian. Metode COD memberikan kemudahan bagi masyarakat yang belum memiliki akses pembayaran digital, sehingga memberikan manfaat (masalah) dalam meningkatkan minat beli konsumen. Namun demikian, kendala teknis seperti sistem error, resi sulit dilacak, dan keterlambatan pengiriman dapat mengurangi kemaslahatan tersebut dan bahkan menimbulkan mudharat (kerugian). Metode pembayaran COD dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penjual atau toko online, pembayaran COD

mengurangi risiko penipuan atau kecurangan online, COD masih menjadi metode pembayaran dengan cakupan yang luas meskipun memiliki banyak potensi risiko karena konsumen tidak dapat melihat, menyentuh, atau mencoba produk atau jasa yang akan mereka beli (Pembelian & Shopee, 2023).

Pembayaran COD juga mampu merangsang pembelian impulsif karena pembeli tidak perlu memasukkan informasi kartu kredit atau melakukan pembayaran elektronik yang lebih rumit, Faktanya, tingkat penggunaan COD dalam e-commerce sangat tinggi dibandingkan dengan metode pembayaran digital (Vandiny et al., 2022). Jika COD dapat memberikan kesenangan, maka kesenangan itu dapat mempengaruhi peringkat COD (Rihidima et al., 2022). Selain e-wallet, kartu kredit, e-banking, dan e-check, COD adalah metode pembayaran yang populer pembayaran yang populer dalam operasi e-commerce saat ini (Yulianto et al., 2021), COD memungkinkan konsumen tanpa kartu kredit atau akses ke metode pembayaran elektronik untuk tetap melakukan pembelian secara online, kemunculan e-commerce saat ini membutuhkan metode pembayaran yang mendukung kecepatan

dan kemudahan dalam bertransaksi (Putri et al., 2019).

Secara keseluruhan, metode pembayaran Cash on Delivery (COD) diperbolehkan dalam Islam (mubah) karena termasuk dalam transaksi jual beli yang sah. Akan tetapi, praktiknya harus memenuhi prinsip-prinsip syariah seperti: Kejujuran dan transparansi, Keadilan bagi semua pihak, Kerelaan tanpa paksaan, Tanggung jawab (amanah), Menghindari gharar dan penipuan. Jika prinsip-prinsip tersebut tidak terpenuhi, maka transaksi COD berpotensi menjadi tidak sesuai dengan ketentuan syariah.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran Cash on Delivery (COD) memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen di era digital. Hal ini ditunjukkan dari meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap transaksi online karena adanya jaminan pembayaran setelah barang diterima. Faktor keamanan, kemudahan, dan

transparansi menjadi alasan utama konsumen memilih metode COD.

Namun, dalam implementasinya, metode COD masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterlambatan pengiriman, kurang optimalnya sistem pelacakan, rendahnya respons penjual, serta kendala komunikasi antara kurir dan konsumen. Kendala tersebut berpotensi menurunkan kepuasan konsumen dan menghambat efektivitas metode COD.

Dari perspektif syariah, metode COD termasuk dalam transaksi yang diperbolehkan (mubah) karena memenuhi rukun dan syarat jual beli. Akan tetapi, pelaksanaannya harus tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran, keadilan, kerelaan, dan tanggung jawab (amanah), serta menghindari unsur gharar dan penipuan.

Dengan demikian, metode COD dapat terus dikembangkan sebagai sistem pembayaran yang efektif dan inklusif, dengan syarat adanya perbaikan dalam sistem layanan, peningkatan kualitas komunikasi, serta komitmen semua pihak dalam menerapkan nilai-nilai etika dan syariah dalam transaksi.

Daftar Pustaka

- Annisa Putri Kadir, A. (2022). *Pengaruh Sistem COD Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare)*. IAIN Parepare.
- Asyahrach, S. F., Sahaka, A., & Ardi, M. (2025). *Penerapan Sistem Pembayaran Berbasis Cash on Delivery (COD) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. 3(1), 26–35.
- Dewi, A. (2021). Pengaruh Faktor Keamanan Dan Privasi, Metode Pembayaran, Endorsement, Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Dalam e-Commerce (Studi Pada Karyawan Pt. Mandom Indonesia Tbk). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Jureid, J. (2024). CASH ON DELIVERY SEBAGAI PENGARUH MINAT BELANJA ONLINE DI E-COMMERCE. *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2).
- Oentoeng, I. F., Muslih, M., & Tri Bhakti, S. (2021). Sustainable marketing governance to drive purchasing decisions in online business. *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 5(1), 42–49.
- Pembelian, K., & Shopee, D. I. (2023). *SISTEM PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY TERHADAP*. 08(01), 1–15.
- Putra, F. A., Jamil, D. A. C., Prabandanu, B. A., Faruq, S., Pradana, F. A., Alya, R. F., Santoso, H. A., Al Zami, F., & Saputra, F. O. (2021). Classification of batik authenticity using convolutional neural network algorithm with transfer learning method. *2021 Sixth International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*, 1–6.
- Putri, Y. E., Wiryono, S. K., Nainggolan, Y. A., & Cahyono, T. D. (2019). Method of payment adoption in Indonesia e-commerce. *The Asian Journal of Technology Management*, 12(2), 94–102.
- Rihidima, L. V. C., Abdillah, Y., & Rahimah, A. (2022). Adoption of Cash on Delivery Payment Method in E-commerce Shopping: A Value-based Adoption Model Approach. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 15(3).
- Rusydi, M. (2019). Modernitas Dan Globalisasi: Tantangan Bagi Peradaban Islam. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 17(1), 91–108.
<https://doi.org/10.30631/tjd.v17i1.67>
- Sitepu, C. F., & Hasyim, H. (2018). Perkembangan ekonomi koperasi di Indonesia. *Niagawan*, 7(2), 59–68.
- 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.
- Vandiny, V. S., Listiawati, R., Rimenda, T., & Marbun, J. (2022). The Reasons of Why

Customers Choose COD as Their Payment Method When Shopping Online. *International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (ICAST-SS 2022)*, 535–540.

Yulianto, Y., Sisko, A., & Hendriana, E. (2021). The stimulus of impulse buying behavior on E-commerce shopping festival: A moderated-mediated analysis. *Journal of Business and Management Review*, 2(10), 692–714.

Zainuddin, Z., & Risma, A. (2023). The Good Faith of the Parties in Buying and Selling Goods Online with Cash on Delivery (COD) Payment: A Critical Analysis. *European Journal of Law and Political Science*, 2(1), 6–12.