

Cash on delivery: Penerapan Pada PT. POS Indonesia

M. Firdaus Nurul Ilham¹, Mellisa Fitri Andriyani Muzakir²

¹ Diploma Student, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

² Lecturer, Universitas Islam Indonesia

*Corresponding email: 132111102@uii.ac.id

Abstract

This paper is an applicable paper by comparing theory with existing applications in companies, in this case the implementation of Cash on Delivery at PT. Indonesia Post, Pekalongan, Central Java. There are two research questions, namely 1). Knowing the payment features and payment methods Cash on Delivery at PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan 2). The advantages and disadvantages of using the Cash on Delivery feature at PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan. The application of the payment method feature with Cash on Delivery is a). Supporting applications and websites include Pospay, POSin AJA, CGS Website, Full Website, Ticketing, Ipos Web, Ipos Delivery, Ipos Monitoring. b). Procedure for using features at PT. Pos Indonesia is: the seller prepares the package, the sender downloads the Pospay application and does the registration, the sender prints the address label and invoice for the shipment, the clerk uploads the shipment data via the CGS website, the receipt is uploaded on the Ipos Web, the receipt number will be given as the identity of the package, the package is handed over by clerk to the delivery shop, billing fees, returning goods if the recipient does not pay the delivery bill. The advantages of the Cash on Delivery feature are: safe transactions, free of handling fees, easy access to complaints, guaranteed compensation for damaged or lost goods. Weaknesses of the Cash on Delivery feature are application or website constraints, irresponsible buyers, technical delivery problems.

Abstrak

Paper ini merupakan paper aplikatif dengan membandingkan teori dengan penerapan yang ada pada perusahaan, dalam hal ini adalah penerapan *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia, Pekalongan, Jawa Tengah. Terdapat dua *research questions* yaitu 1). Mengetahui fitur pembayaran dan metode pembayaran *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan 2). Kelebihan dan kekurangan penggunaan fitur *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan. Penerapan fitur metode pembayaran dengan *Cash on Delivery* adalah a). Aplikasi dan Website pendukung diantaranya Pospay, POSin AJA, Website CGS, Website Kendali, Ticketing, Ipos Web, Ipos Antaran, Ipos Monitoring. b). Prosedur penggunaan Fitur pada PT. Pos Indonesia adalah: penjual menyiapkan paket, pihak pengirim mengunduh aplikasi Pospay dan melakukan registrasi, pengirim mencetak label alamat serta *invoice* kiriman, petugas mengunggah data kiriman melalui website CGS, resi diunggah pada Ipos Web, nomer resi akan diberikan sebagai identitas paket, paket diserahkan oleh petugas ke puri kirim, penagihan biaya, pengembalian barang apabila penerima tidak membayarkan tagihan kiriman. Adapun keunggulan dari fitur *Cash on Delivery* adalah: transaksi aman, bebas biaya penanganan, kemudahan akses pengaduan, jaminan ganti rugi untuk barang yang rusak atau barang hilang. Kelemahan fitur *Cash on Delivery* adalah kendala aplikasi atau website, pembeli yang kurang bertanggung jawab, kendala teknis pengiriman.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang begitu pesat, khususnya internet, menyebabkan kemajuan pada bidang lain pula. Salah satu contohnya adalah perdagangan. Perdagangan yang dulunya menuntut pertemuan antara penjual dan pembeli, sekarang dapat dilakukan melalui media internet. Perdagangan digital ini biasa kita dengar dengan istilah *E-commerce (electronic commerce)*

E-commerce adalah subset dari e-business yang mangacu pada perdagangan barang dan jasa, dan sering didefinisikan sebagai business to business (B2B), business to costumer (B2C), dan consumer to consumer (C2C) (Moriset, 2018). Secara tradisional online reseller juga bertindak sebagai pengecer produk, dan pengecer juga mulai berfungsi sebagai pasar online yang menyediakan platform yang secara langsung menghubungkan penjual dan pembeli (Tian, Vakharia, Tan, & Xu, 2018). Di Indonesia pertumbuhan e-commerce naik sebesar 78% (Kominfo, 2019). Pertumbuhan pengguna market place juga tinggi, tergantung pilihan dari masing-masing konsumen. Hal ini membuat para pemilik bisnis berbasis platform memberikan pilihan metode pembayaran yang bisa disesuaikan dengan kondisi konsumen. Selain pemilik bisnis berbasis *Marketplace*, para pemilik jasa ekspedisi juga harus menyediakan jasa pembayaran yang bekerjasama dengan pemilik perusahaan berbasis *Marketplace*. Pada bulan Agustus 2022, terdapat 190,7 juta pengunjung Shopee, 147,7 juta Tokopedia, 64,1 juta Lazada, 24,9 juta Blibli, dan 24,1 juta Bukalapak (Annur, 2022)

Diambil contoh pada Shopee, *Marketplace* dengan kunjungan konsumen terbesar mempunyai beberapa metode pembayaran, yaitu:

Tabel 1
Metode Pembayaran di Shopee

Metode Pembayaran	Informasi
ShopeePay	ShopeePay merupakan fitur layanan uang eletronik yang dimiliki oleh Shopee
SPayLater	SPayLater merupakan solusi pinjaman instan hingga Rp.6.000.000 dari Shopee yang memberikan kemudahan untuk membayar dalam 1 (satu) bulan tanpa bunga atau dengan fasilitas cicilan 2, 3, 6, dan atau 12 bulan tanpa memerlukan kartu kredit
<i>CASH ON DELIVERY</i> (Bayar di Tempat)	<i>CASH ON DELIVERY</i> (Bayar di Tempat) adalah metode pembayaran yang dilakukan secara tunai di tempat pembeli setelah pesanan dari kurur diterima. Metode ini hanya dapat digunakan pada toko di Shopee yang telah mengaktifkan Metode Pembayaran <i>CASH ON DELIVERY</i> dan pemebel berdomisili di area yang dapat menerima pembayaran ini (berdasarkan jasa kirim yang digunakan)
Transfer Bank (Dicek Otomatis)/Virtual Account	Cara pembayaran menggunakan Virtual Account
Kartu Kredit/Debit	Pembayaran dengan kartu kredit/debit diproses oleh pihak ketiga dan hanya kartu dengan 3D Secure yang dapat digunakan di Shopee. Maksimum transaksi sebesar Rp.30.000.000/checkout.
Cicilan Kartu Kredit	Pembeli dapat melakukan cicilan produk di Shopee dengan mengangsurnya setiap 3, 6, 12, 18, dan/ atau 24 bukan untuk melulansi total pembelian menggunakan kartu kredit
BRI Direct Debit	Pembelajaran beleranja online yang menghubungkan antara Shopee dan kartu kredit debit BRI, sehingga proses pembayaran transaksi berlangsung cepat dengan sekali proses registrasi
OneKlik	OneKlik merupakan solusi baru pembayaran belanja online hanya dengan satu klik. Cukup registrasi sumber dana dari rekening BCA, OneKlik dapat langsung digunakan untuk melakukan pembayaran belanja di Shopee
Mitra Shopee	Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional Mitra Shopee terdekat
Agen BRI LINK, BNI Agen46	Pembeli dapat melakukan pembayran untuk transaksi dengan nominal diatas Rp.1000 dan dibawah Rp.10.000.000 Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional agen.
Alfamart, Indomart	Pembayaran dapat dilakukan melalui gerai Alfamart dan Indomart/Ceriamart di seluruh Indonesia
Akulaku PayLeter	Pembayaran dapat dilakukan melalui Akulaku Paylater

Sumber: (Shopee, 2022)

Dalam Layanan *Cash on Delivery* telah memainkan peran kunci dalam mendorong pertumbuhan e-commerce global (Karunaratha, 2021). *Cash on delivery* merupakan sebuah inovasi. Inovasi ini memudahkan konsumen, terutama yang tinggal di pinggiran kota (Rabbani, Abdussamad, & Isa, 2022). Cara pelaku bisnis untuk memenangi dari pesaing pada persaingan pasar yang semakin ketat adalah dengan menciptakan fitur-fitur yang memudahkan pelanggannya bertansaksi (Endarwati & Desfitriana, 2022). Menurut (Rizaty, 2021), terdapat 52% konsumen di Indonesia memilih metode *Cash on Delivery*, 73% mempunyai alasan konsumen ingin memastikan dirinya mendapatkan barang sebelum dirinya membayar, 60% responden memilih *Cash on Delivery* karena yakin pembayaran lebih mudah bagi konsumen, 30% mempunyai alasan terlalu malas untuk pergi ke ATM, 14% karena mereka tidak memiliki rekening bank, 13% tidak memiliki dompet digital, 2% lain-lain.

Di era transformasi digital seperti saat ini, seperti diketahui banyaknya pengguna online *shopping* berbasis *Marketplace*, menciptakan sebuah solusi yang berupa kepraktisan dan kemudahan konsumen dalam berbelanja tanpa harus kehilangan waktu untuk mengunjungi gerai pada waktu yang terpisah. Tingkat minat konsumen terhadap jasa pengiriman barang telah mendorong semakin banyak perusahaan untuk memasuki pasar jasa untuk bersaing dan bertahan (Sofyan, Junaidi, & Rahmawati, 2022). Jasa pengiriman/ekspedisi di Indonesia yang populer diantaranya versi (Murah, 2022) yang tercantum dalam table 2 dibawah ini:

Tabel 2
Jasa Pengiriman di Indonesia yang Populer

No	Nama	No	Nama
1	JNE	8	Indah Logistic/Cargo
2	JNT	9	RPX
3	Pos Indonesia	10	Mas Cargo Express
4	TIKI	11	Pandu Logistic
5	SiCepat	12	Gosend dari Gojek
6	Ninja Express	13	Wahana Logistic
7	JET Express	14	First Logistic

Sumber: (Murah, 2022)

Namun tidak semua jasa ekspedisi tersebut memiliki fitur *Cash on Delivery*. Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang mempunyai fitur *Cash on Delivery* adalah PT. Pos Indonesia.

Literature Review

Fitur adalah karakteristik sebuah produk yang melengkapi fungsi awal produk tersebut (Noor & Insan, 2018). Bisa dibilang fitur merupakan sebuah wadah kompetitif yang bisa membedakan sebuah perusahaan dengan para pesaingnya. Dengan fitur, perusahaan dapat menganalisis dan menciptakan perbedaan yang akan dibuat pada produknya dengan para pesaing. Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang didalamnya termasuk standar, hukum, prosedur, dan mekanisme pembayaran yang disepakati oleh kedua pihak baik pihak penjual maupun pembeli (Dewi V. I., 2006). Bisa disimpulkan bahwa Fitur Pembayaran adalah mekanisme pembayaran yang dibuat sedemikian rupa oleh perusahaan dalam pelaksanaan usahanya sehingga dapat mempermudah kebutuhan konsumen serta dapat bersaing dengan perusahaan serupa. Macam-macam fitur pembayaran dalam transaksi online antara lain:

a. Transfer Bank

Transfer bank merupakan proses pemindahan mata uang antar rekening dengan lingkup nasional maupun internasional untuk kepentingan tertentu (Dewi M., 2015). Fitur ini menggunakan bank sebagai

perantara transaksi. Terdapat 2 cara menggunakan fitur ini, yaitu melalui ATM dan mobile banking. Transfer bank menggunakan mesin ATM dapat dilakukan di gerai ATM sedangkan mobile banking tidak mengenal konsep ruang dan waktu karena menggunakan aplikasi mobile banking pada smartphone. Fitur transfer bank juga memungkinkan transaksi antar bank sehingga semakin mempermudah proses transaksi meskipun dikenai biaya tambahan.

b. Kartu kredit

Kartu kredit adalah salah satu produk bank yang juga mudah untuk digunakan. Pemilik kartu tinggal memasukkan data kartunya dan secara otomatis transaksi akan terbayarkan. Selain mudah, penggunaan kartu kredit didukung berbagai promo sehingga menarik perhatian konsumen. Meskipun demikian, diperlukan pertimbangan yang matang dan kebijaksanaan dalam penggunaan kartu kredit agar tagihan dapat terbayarkan. Kartu Kredit dapat digunakan selama penggunaan belum mencapai batas/limit bulanan yang sudah ditetapkan.

c. E-Wallet

E-wallet adalah aplikasi atau layanan dompet elektronik yang memungkinkan penggunaannya untuk menyimpan uang dalam bentuk digital dan berfungsi untuk transaksi antar pengguna secara *online* ataupun *offline* (Cahyani, 2021). *E-wallet* semakin berkembang seiring berkembangnya e-commerce. Banyak e-commerce yang bekerja sama dengan e-wallet sebagai fitur pembayarannya. Bahkan sekarang sudah mulai bermunculan e-commerce yang memiliki e-wallet-nya sendiri. Selain bernaung pada e-commerce, e-wallet sudah mulai banyak ditemukan dalam transaksi pembayaran di gerai-gerai retail dan penggunaannya pun cukup mudah. Pengguna tinggal melakukan scan *Cash on Delivery* yang disediakan melalui aplikasi e-wallet dan otomatis pembayaran dapat dilakukan.

d. Pembayaran Tunai di Gerai

Dalam melakukan transaksi online, tidak semua orang memiliki rekening bank, kartu kredit, ataupun e-wallet dikarenakan keterbatasan akses. Salah satu solusinya adalah melakukan transaksi tunai di gerai yang sudah ditetapkan. Biasanya e-commerce bekerjasama dengan minimarket untuk menyediakan fitur pembayaran ini. Pengguna fitur ini diharuskan datang ke gerai untuk melakukan pembayaran dengan membawa nomor virtual account/nomor transaksi yang sudah didapatkan. Nomor tersebut memuat informasi pesanan dan nominal yang harus dibayarkan. Nomor tersebut akan diserahkan ke kasir yang akan membantu selama proses pembayaran. Namun kendala penggunaan fitur ini adalah sering terjadi masalah jaringan sehingga harus mencari gerai lain.

e. *Cash on delivery*

Cash on Delivery atau *Cash on delivery* merupakan sebuah metode pembayaran yang memungkinkan terjadinya pembayaran ketika barang sudah sampai ke tangan pembeli dengan kurir sebagai perantara (Astuti, 2022). Hal ini sangat membantu para pembeli yang takut terkena penipuan. Fitur *Cash on Delivery* ini memiliki beberapa mekanisme dalam pelaksanaannya, yang diantaranya adalah pertemuan penjual dan pembeli secara langsung dengan titik lokasi yang sudah disepakati. Mekanisme ini sering dilakukan apabila penjual dan pembeli tinggal dalam satu kota atau dilakukan untuk transaksi dengan nilai yang besar. Mekanisme lainnya adalah dengan penjual mengirimkan barang kepada jasa pengiriman barang untuk dikirim ke alamat pembeli dengan kurir sebagai perantara.

Penelitian yang dilakukan oleh (Anjum & Chai, 2020) keamanan yang dirasakan terhadap penipuan online dan kontrol yang dirasakan atas proses pembelian diamati menjadi kiprah kunci yang mendorong pelanggan Pakistan dalam memakai *Cash on Delivery*. Frekuensi belanja online yang lebih tinggi menunjukkan sedikit peningkatan penggunaan *Cash on Delivery* (T, V, Taha, & T, 2018). Kurangnya kepercayaan dalam pembayaran online diidentifikasi sebagai faktor kunci yang mempengaruhi preferensi pelanggan online Sri Lanka mengenai Metode *Cash on Delivery* (Karunaratha, 2021). Hasil penelitian (Maisyura, Sukmawati, Dewi, & Arinanda, 2022) 60% pembelian online memakai metode *Cash on Delivery* sebagai metode pembayaran yang berarti *Cash on Delivery* lebih diminati dari pada metode pembayaran lainnya, misalnya transfer bank, kartu kredit, pembayaran via agen dan yang lain. Survey yang dilakukan oleh (Rahman, Islam, Esha, Sultana, & Chakravorty, 2018) konsumen berbelanja online menjadikannya berhemat waktu, baik pria maupun wanita sama-sama menyukai pengiriman ke tempat tinggal.

Pertanyaan Fundamental

Terdapat dua pertanyaan fundamental dalam riset ini, yaitu

1. Mengetahui Fitur Metode Pembayaran *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan
2. Kelebihan dan kekurangan penggunaan fitur *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan

Contribution/Originality: Penelitian ini mengungkapkan bagaimana penerapan metode pembayaran yang diaplikasikan pada PT. Pos Indonesia

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada artikel ini adalah diskriptif kualitatif untuk melihat penerapan metode pembayaran *Cash on Delivery* yang diterapkan pada PT. Pos Indonesia. Diskriptif Kualitatif (QD) berfokus pada menjawab pertanyaan penelitian tentang siapa, apa, dimana, dan bagaimana peristiwa dan pengalaman terjadi, dan akhirnya menggali lebih dalam untuk menemukan pola yang muncul (Kim, Sefcik, & Bradway, 2017). Data yang digunakan adalah data sekunder diantaranya adalah:

1. Wawancara
Informasi langsung yang didapatkan dengan melakukan wawancara langsung kepada pimpinan, pengawas lapangan, dan tenaga kerja PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan
2. Observasi
Melakukan pengamatan proses *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

1. Fitur Metode Pembayaran *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan
Menurut salah satu partisipan wawancara, fitur *Cash on Delivery* di PT. Pos Indonesia terhitung fitur yang baru. Fitur ini awalnya diprakasai oleh regional 7 atau wilayah Jawa Timur. Awalnya regional 7 membuat layanan ini untuk mendongkrak pendapatan regional 7 sehingga hanya dapat dilakukan di Jawa

Timur saja. Namun dikarenakan kesuksesan regional 7 dan memungkinkannya fitur ini dipraktikkan di regional lain, maka Kantor Pos pusat yang ada di Bandung memiliki inisiatif untuk membuat aplikasi QOB (*Quick Online Booking*) sebagai wadah untuk penjual menggunakan fitur *Cash on Delivery*. Namun, aplikasi dan fitur *Cash on Delivery* pada saat itu hanya mampu menjangkau wilayah Pulau Jawa saja. Seiring berjalannya waktu, fitur ini berkembang dan mengajak vendor luar untuk bekerja sama sehingga munculah QPOSin AJA. Sebuah aplikasi yang memungkinkan fitur ini untuk menjangkau seluruh wilayah di Indonesia dan sudah tersedia di *Play Store* dengan biaya transaksi sebesar 1% untuk vendor. Perbedaan fitur *Cash on Delivery* PT. Pos Indonesia dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya adalah PT. Pos Indonesia tidak bekerja sama dengan *Marketplace* dan lebih memilih untuk menggunakan aplikasi POSin AJA. Aplikasi POSin AJA adalah aplikasi resmi milik PT. Pos Indonesia yang sudah tersedia di *Play Store*. Aplikasi ini membuat para pebisnis *online* ataupun masyarakat luas dapat melakukan pemesanan pengiriman surat ataupun paket. Aplikasi ini memungkinkan konsumen melakukan entri data sendiri serta dapat meminta penjemputan pada lokasi pengirim. Penggunaan aplikasi ini dikenakan biaya 1% untuk transaksi yang bernilai Rp. 150.000 dan untuk transaksi dibawah Rp. 150.000 dikenakan biaya 1% dari Rp. 150.000.

1) Aplikasi dan Web Pendukung Fitur Pendukung *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia

a. PostPay

Postpay merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan pada *smartphone* berbasis Android ataupun iOS yang digunakan oleh pelanggan sebagai media untuk mengakses layanan Giropos ataupun layanan transaksi keuangan lain secara mandiri. Aplikasi ini sangat dibutuhkan oleh penjual/pengirim yang menggunakan fitur *Cash on Delivery* karena aplikasi ini akan digunakan sebagai media pengiriman uang yang telah dibayarkan oleh pembeli/penerima kepada kurir PT. Pos Indonesia. Nominal yang masuk ke rekening postpay penjual/pengirim tersebut sudah terpotong 1% sebagai biaya administrasi yang merupakan syarat dan ketentuan *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia yang sudah disetujui oleh penjual/pengirim sebelum melakukan transaksi.

b. Aplikasi POSin AJA

Sebuah aplikasi Android yang tersedia di *Play Store*. Aplikasi ini memiliki fungsi bagi penjual/pengirim untuk memantau status kegiatan *Cash on Delivery*.

c. Website CGS

Website ini digunakan oleh karyawan yang bertugas di loket. *Website* ini memiliki fungsi utama sebagai platform pembayaran transaksi yang dapat dilakukan pada PT. Pos Indonesia. Pada fitur *Cash on Delivery*, CGS memiliki peranan sebagai proses awal registrasi bagi penjual/pengirim yang hendak mengirimkan barang dengan fitur *Cash on Delivery*

d. Website Kendali

Website ini memiliki fungsi sebagai media untuk memantau seluruh kegiatan baik incoming maupun outgoing di PT. Pos Indonesia. Dengan menggunakan nomor resi kiriman yang terdaftar, pengakses akan dapat mendapatkan informasi mulai dari kota tujuan kiriman, lokasi paket sekarang, status penerimaan paket, nama pengantar paket, dan nama penerima paket

e. Ticketing

Website ticketing ini digunakan untuk meminta bantuan kepada pusat apabila terdapat kendala kiriman sehingga tidak terjadi kesalahan pengambilan keputusan

f. Ipos Web

Website ini memiliki fungsi untuk mengunggah resi kiriman *Cash on Delivery* dari loket. Ketika ada penjual/pengirim yang hendak menggunakan fitur *Cash on Delivery* melalui loket, secara otomatis datanya akan terunggah di Ipos Web dan dapat dipantau oleh admin *Cash on Delivery* PT. Pos Indonesia

g. Ipos Antaran

Merupakan sebuah aplikasi khusus yang diperuntukan untuk pengantar (kurir) untuk memperbarui status paket yang mereka kirimkan hingga diterima oleh penerima. Kiriman dengan fitur *Cash on Delivery* harus segera di update apabila sudah diterima oleh penerima, sehingga pembayaran akan masuk ke akun pospay penjual/pengirim. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur telepon, pesan singkat, dan whatsapp yang terhubung yang tersambung kepada nomor pembeli/penerima sehingga memudahkan apabila terjadi kendala ketika melakukan pengantaran seperti alamat yang kurang jelas ataupun penerima sedang tidak berada di alamat antaran.

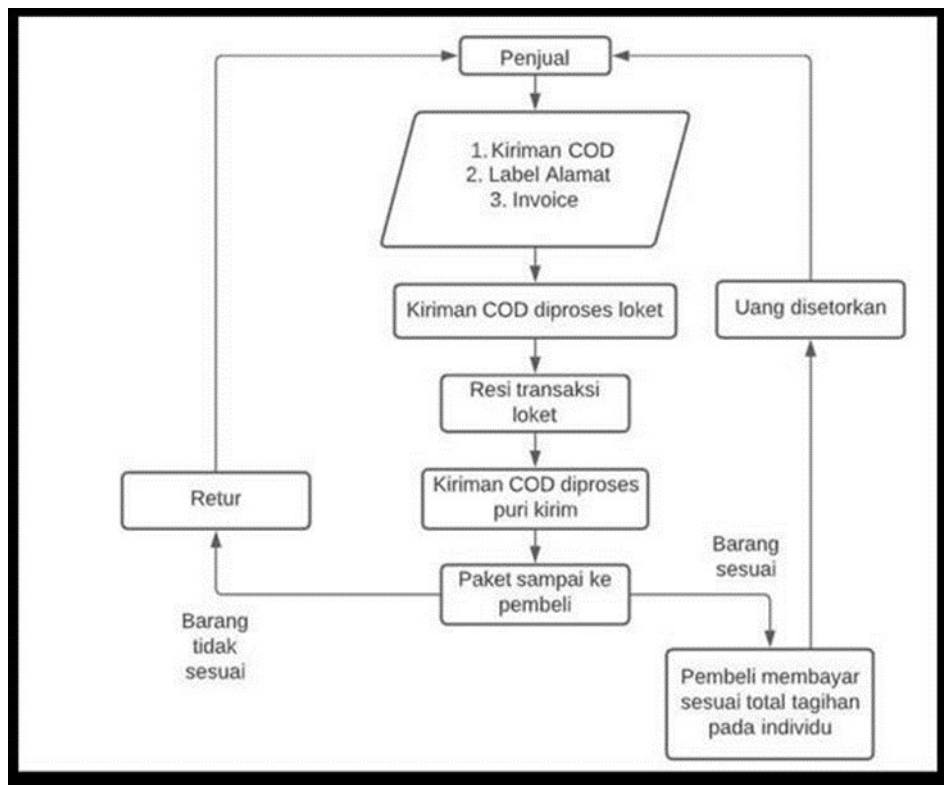
h. Ipos Monitoring

Ipos Monitoring merupakan *Website* khusus untuk manajer antaran yang digunakan untuk memantau kegiatan *Cash on Delivery* dan memastikannya tuntas sampai dengan uang disetorkan kepada penjual/pengirim melalui aplikasi pospay.

2) Prosedur Fitur *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia

- a. Penjual/pengirim menyiapkan paket/surat yang akan dikirimkan kepada si pembeli/penerima lengkap dengan alamat tujuan dan identitas penerima. Untuk konsumen yang baru pertama kali akan melakukan fitur *Cash on Delivery* akan dibantu oleh pihak PT. Pos Indonesia untuk dijelaskan mengenai persyaratan, pendaftaran, dan ketentuan yang harus disetujui ketika akan menggunakan fitur *Cash on Delivery*.
- b. Pihak pengirim mengunduh aplikasi pospay pada smartphone dan melakukan registrasi sesuai arahan pihak PT. Pos Indonesia. Setelah itu pengirim mengunduh aplikasi POSin AJA dan melakukan registrasi sampai akun dapat digunakan. Berikut diagram alur pendaftaran untuk fitur *Cash on Delivery* PT. Pos Indonesia:
- c. Setelah pendaftaran sukses, pengirim mencetak label alamat serta *invoice* kiriman. Tahap ini dapat dilakukan oleh petugas loket atau dibuat sendiri oleh pengirim melalui aplikasi POSin AJA ataupun manual. Biaya yang dikenakan sudah tercetak didalam *invoice*. Biaya ini biasanya ditanggung pengirim, sehingga pada saat penulisan nominal barang kiriman *Cash on Delivery* pengirim sudah menuliskan harga barang + ongkos kirim
- d. Setelah Kiriman *Cash on Delivery* sudah diberi label alamat dan *invoice*, petugas akan mengunggah data kiriman tersebut melalui *Website* CGS dan nantinya resi akan terunggah di Ipos Web secara otomatis sehingga dapat dipantau.
- e. Nomor Resi dari Transaksi akan diberikan sebagai identitas dari paket atau surat yang dikirimkan. Nomor resi juga merupakan bukti bahwa penjual sudah mengirimkan paket atau surat melalui jasa pengiriman. Nomor resi jugalah yang akan digunakan untuk tracking posisi kiriman sampai ke tangan penerima.
- f. Setelah kiriman diterima pihak loket, kiriman akan diserahkan kepada petugas yang ada di puri kirim dan akan disortir sesuai dengan tujuan kiriman tersebut. Proses yang terdapat pada puri kirim antara lain adalah:
 - a) Collecting
Proses pengumpulan kiriman dari loket yang akan dikirimkan pada hari itu.
 - b) Outgoing
Proses ini memilah kiriman berdasarkan tujuan kiriman yang tertera di *invoice*.
 - c) Transporting
Proses pengiriman kiriman yang sudah disortir oleh kantor pos asal ke kantor pos transit atau ke kantor pos tujuan.
 - d) Incoming
Proses masuknya kiriman ke kantor pos tujuan dan disortir sesuai wilayah kiriman pada kota tujuan.
 - e) Antaran/Delivery
Proses pengiriman dari kantor pos tujuan ke alamat tujuan oleh pengantar/kurir hingga sampai ke tangan penerima.

- g. Penagihan Biaya. Ketika pengantar sudah sampai ke alamat tujuan, pengantar akan menyerahkan kiriman bersamaan dengan dibayarnya tarif *Cash on Delivery* yang sudah tertera pada *invoice* kepada pengantar. Transaksi ini dianggap selesai dan pengantar harus update status pengiriman pada aplikasi antaran menjadi “barang sudah diterima” dan “*Cash on Delivery* belum setor”.
- h. Pengembalian Barang. Sering kali pihak penerima menganggap barang yang diterima tidak sesuai dan tidak mau membayarkan tagihan pengirimannya. Dalam kasus ini, pihak kantor pos akan mengajukan pengembalian barang (*retur*) kepada penjual. Dalam hal ini baik pihak penjual ataupun pembeli tidak perlu membayar biaya pengiriman lagi kecuali apabila dalam *invoice* pihak pengirim memberatkan biaya pengiriman kepada pihak penerima maka saat retur barang, petugas kantor pos akan menagih biaya tersebut kepada pihak pengirim.
- i. Setelah semua proses selesai dengan lancar, petugas antaran/kurir akan menyetorkan uang kepada penjual dan masuk ke akun pospay penjual dengan potongan 1% biaya admin. Proses ini juga akan mengubah status kiriman menjadi " *Cash on Delivery* sudah setor".



Sumber: diolah 2022

Gambar 1
Alur Proses CASH ON DELIVERY PT.Pos Indonesia

2. Kelebihan dan Kekurangan penggunaan fitur *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan
 Fitur *Cash on Delivery* yang sudah dikembangkan di PT. Pos Indonesia ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain:
 1. Transaksi yang aman
 Fitur *Cash on Delivery* 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 POSin AJA 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 surat/paket tersebut.
 - c) Transaksi
Total nominal harga barang ditambah biaya pengiriman yang harus dibayarkan oleh pembeli/penerima.
 - d) *Cash on Delivery* Retur
Cash on Delivery retur biasanya terjadi apabila barang yang diterima pembeli tidak sesuai keinginan/pesanan. Barang tersebut akan dikirimkan kembali ke penjual/pengirim tanpa dikenai biaya lagi.
 - e) *Cash on Delivery* 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* sudah setor
Merupakan status akhir dari proses *Cash on Delivery* dimana uang hasil *Cash on Delivery* yang masih berada di tangan kurir sudah disetorkan kepada penjual/pengirim.
2. Bebas Biaya Penanganan
Seperti yang sudah disinggung di atas, ketika barang yang dikirimkan tidak sesuai harapan ataupun pesanan dari pembeli/penerima maka akan dilakukan proses *Cash on Delivery* 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* pada PT. Pos Indonesia memiliki keunggulan yaitu mudah 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 Pos terdekat via offline 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 PT. Pos Indonesia
PT. Pos Indonesia bersedia memberikan ganti rugi apabila terjadi kendala (kerusakan/barang hilang) yang disebabkan oleh kelalaian pihak Kantor Pos. Jaminan ganti rugi ini memiliki beberapa syarat dan ketentuan. Klaim ganti rugi hanya bisa dilakukan terhadap kerusakan fisik dari isi 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 pernyataan yang sudah tertulis di *invoice*.
 - d) Tidak berfungsi atau berubah fungsinya sebuah barang yang menyangkut mesin ataupun barang elektronik karena risiko teknis pada saat pengangkutan.
 - e) Kerusakan yang disebabkan oleh oksidasi, kontaminasi, dan reaksi nuklir.
 - f) Kerusakan atau kerugian yang disebabkan oleh force majeure (bencana alam, kebakaran, perang, penyitaan, dll).
 - g) Kerugian tidak langsung yang disebabkan oleh kekeliruan dalam penyelenggaraan pos (UU No 38 Tahun 2009 Tentang Pos).
Nilai ganti rugi yang sesuai kebijakan kantor pos adalah sebagai berikut:
 - a) Barang baru dengan harga yang termuat di faktur/kuitansi pembelian dengan nominal maksimal yang dapat dipertanggung jawabkan sebesar Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah)

- b) 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)
- c) 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.6.00.000,00 (enam juta rupiah) per pucuk/koli
Dalam penerapannya, fitur *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia masih memiliki beberapa kekurangan dikarenakan fitur *Cash on Delivery* terbilang baru dan Sebagian besar dijalankan menggunakan sistem. Beberapa kekurangannya antara lain:
 - 1. Kendala pada Aplikasi/*Website* yang digunakan.
Beberapa kendala yang paling sering dijumpai adalah:
 - a. Lama dalam memuat data pada aplikasi dan *Website*.
 - b. Resi yang sulit dilacak.
 - c. Tidak berubahnya status pengiriman padahal sudah diperbarui
 - 2. Petugas kiriman yang tidak bertanggungjawab
Kasus yang sering dijumpai adalah ketika pembeli/penerima sudah menyerahkan uang sesuai dengan tagihan dan seharusnya segera diserahkan ke akun pospay penjual/pengirim oleh petugas antaran, namun dalam beberapa kejadian petugas antaran memanfaatkan kesempatan tersebut untuk kepentingan pribadi. Meskipun akan dituntaskan, namun menyebabkan proses pencairan dana terhambat. Selain itu juga banyak kasus dimana petugas kiriman memprioritaskan kiriman yang harus selesai hari itu saja meskipun barang sudah berada di tangan pengirim. Hal ini menyebabkan timbulnya rasa tidak percaya penjual/pengirim kepada PT. Pos Indonesia.
 - 3. Pembeli yang tidak bertanggungjawab
Selain petugas kiriman, sering kali pihak pembeli yang menghambat proses *Cash on Delivery* itu sendiri. Banyak barang yang sudah diantar oleh petugas kiriman ke alamat pembeli/penerima namun ditolak pihak pembeli/penerima dengan beberapa alasan, antara lain:
 - a. Pembeli tidak mau membayar dengan alasan tertentu.
 - b. Pembeli tidak memiliki uang saat barang datang.
 - c. Pembeli mengaku tidak memesan barang tersebut.
 - d. Pembeli mengaku tidak berada di alamat tujuan agar pembayaran dapat ditunda.
 - 4. Kendala teknis saat pengiriman
Kendala teknis yang sering dijumpai pada pengiriman adalah:
 - a. Alamat yang terdapat pada *invoice* tidak dapat ditemukan.
 - b. Salah sortir sehingga kiriman dikirimkan ke tujuan lain.
 - c. Kiriman tidak terbawa.
 - d. Penerima tidak dapat dihubungi.
 - e. Penerima pindah alamat.

KESIMPULAN

Kesimpulan

PT. Pos Indonesia adalah perusahaan BUMN yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang (surat & paket). Fitur *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar mengenai layanan pengiriman yang aman bagi pengirim maupun penerima. Fitur *Cash on Delivery* pada Kantor Pos Indonesia ini tidak bernaung pada *Marketplace* seperti kebanyakan layanan pengiriman lainnya. Fitur *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia ini menggunakan aplikasi dan *Website* yang dibuat oleh PT. Pos Indonesia Bersama vendor. Aplikasi utama yang digunakan dalam bertransaksi menggunakan fitur *Cash on Delivery* adalah POSin AJA untuk memantau kiriman dan Pospay sebagai dompet digital. Dalam penerapan transaksi *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia, sudah ditetapkan prosedur dan standar tersendiri dari kiriman masuk sampai barang diterima oleh penerima dan dana diserahkan ke akun pospay pengirim. PT. Pos Indonesia akan berusaha bertanggungjawab terhadap semua kiriman yang menggunakan fitur *Cash on Delivery* maupun tidak asalkan pengirim sejak awal sudah setuju dengan prosedur yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia.

Transaksi *Cash on Delivery* pada PT. Pos Indonesia wajib menggunakan *invoice* tercetak yang dibuat oleh petugas loket ataupun dapat dibuat sendiri oleh pengirim apabila hendak menggunakan fitur *Cash on Delivery* melalui aplikasi POSin Aja. Estimasi ongkos kirim akan muncul ataupun biaya *Cash on Delivery* Y akan muncul berdasarkan jarak tempuh pengiriman, pilihan layanan, berat dari kiriman itu sendiri. Kekurangan utama dari fitur *Cash on Delivery* di PT. Pos Indonesia adalah sering terjadinya kendala pada aplikasi ataupun *Website* yang digunakan. Selain itu ada beberapa kekurangan minor dalam proses transaksi fitur *Cash on Delivery* ini, antara lain adalah petugas antaran yang tidak bertanggungjawab, pembeli yang tidak bertanggungjawab, terjadi kendala teknis saat pengiriman. Pemilihan.

Saran bagi para pemilik toko online baik menggunakan web maupun *market place*, untuk menambahkan fitur pembayaran secara *Cash on Delivery*. Metode ini merupakan jawaban dari masyarakat yang memilih tidak menggunakan cash dalam melakukan transaksi. Kekhawatiran atau rasa tidak percaya dengan penjual membuat sebgai orang tidak menginginkan pembayaran dengan *online*. Selain itu, pemerintah harus membuat regulasi transaksi dengan metode *Cash on Delivery*. Permasalahan yang timbul pada penyelenggaraan *Cash on Delivery* adalah banyaknya konsumen yang tidak mau menerima barang yang diserahkan oleh kurir, hal ini membuat permasalahan sendiri pada kurir pengantar. Hal ini mungkin bisa diminimalkan dengan edukasi kepada konsumen terkait produk dan metode pembayaran, serta kesepakatan harga. Toko online harus benar-benar memberikan diskripsi produk baik bahas, warna, ukuran, dan sangat mungkin juga toko online memberikan panduan pengukuran untuk produk. Untuk produk makanan, toko online memberikan tanggal kadaluarsa, *ingredients*, dan informasi lain terkait makanan tersebut, misalnya apakah makanan tersebut dapat bertahan di suhu ruang berapa lama, bagaimana *treatment* supaya tidak mudah basi, dll. Diharapkan baik perusahaan jasa ekspedisi dan toko online memiliki satu kontrak yang tidak merugikan salah satu pihak. Toko *online* diasarankan untuk melakukan *packaging* dengan baik dan aman, dipastikan bahwa pengemasan sebelum pengiriman benar-benar aman, dan tahan air. Untuk perusahaan ekspedisi juga harus menjaga kemasan tersebut agar tetap baik sampai pada tangan konsumen. *Treatment* proses pengiriman harus diperhatikan. Memperbaiki kualitas perangkat, baik perangkat lunak (aplikasi dan *website*) dan perangkat keras (komputer, *scanner*, *printer*, dll) untuk menunjang kualitas layanan sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen. Training kualitas SDM untuk memperbaiki kualitas pelayanan sehingga konsumen semakin percaya dan merasa aman untuk bertransaksi dan menggunakan jasa PT. Pos Indonesia. Dengan hal tersebut, diharapkan bahwa respon dari pembeli baik, kurir tidak bingung membawa kembali lagi barang kiriman akibat ketidakmauan konsumen untuk menerima barang karena berbagai alasan diantaranya paket rusak atau barang tidak sesuai dengan yang ada pada table informasi di toko online.

REFERENSI

- Anjum, S., & Chai, J. (2020). Drivers of Cash on Delivery Method of Payment in E-Commerce Shopping: Evidence From Pakistan. *Sage Open*, 1-14.
- Annur, C. M. (2022, 09 20). <https://databoks.katadata.co.id/>. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>: 2022
- Astuti, D. P. (2022). Pengaruh Metode Pembayaran Cash on Delivery (COD) Pada E-Commerce Terhadap Konsumsi Masyarakat Kelurahan Kampung BARU. *Dunia dalam Perspektif Islam*.
- Cahyani, A. E. (2021). *Perilaku Konsumtif Masyarakat Pengguna Layanan E-Wallet di Kota Purwodadi*. surakarta: eprint ums.
- Dewi, M. (2015). *Manajemen Pelayanan Jasa Transfer Di Bank Syariah MANDiri Cilacap*. Purwokerto: Repositori IAIN Purwokerto.
- Dewi, V. I. (2006). Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia. *Bina Ekonomi*. Vol 10 No 2, 60-77.
- Endarwati, E., & Desfitriana, D. (2022). Analysis of Effect of Cash on Delivery Payment Methods on Consumer Purchase Decisions on the Tiktok Shop Platform. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*. Vol 6 No 2, 519-533.
- Karunaratha, N. (2021). Critical Factors Influencing Online Consumer Preference Towards Cash on Delivery Method in Sri Lanka. *Journal of Research in Emerging Markets*. Vol 3 No 1, 65-80.
- Karunathna, N. (2020). Identifying the Ways of Delivery Performance Enhancements in Sri Lanka E-Commerce Logistic Sector With Special Reference to the Cash on delivery (CASH ON DELIVERY) Method: Integrative Review. *International Journal of Multidisciplinary Science and Advanced Technology*. Vol 1, No 4, 104-119.
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review. *HHS Public Access*. Vol 40 No 1, 23-40.
- Kominfo. (2019, 02 28). www.kominfo.go.id. Retrieved from www.kominfo.go.id: https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media
- Maisyura, Sukmawati, C., Dewi, R., & Arinanda. (2022). Analysis of Cash On Delivery (COD) Payment Methods In Online Shopping Transactions In Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. Vol 648, 269-274.
- Moriset, B. (2018). E-Business and E-Commerce. *International Encyclopedia of Human Geography, 2nd ed* (pp. 1-17). Lyon: Elsevier.
- Murah, K. (2022, Okt 25). kargomurah.co.id. Retrieved from kargomurah.co.id: <https://www.kargomurah.co.id/jasa-ekspedisi-indonesia/>
- Noor, C. K., & Insan, T. (2018). Analisis Rasio Aktivitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Angewandte Chemie International Edition*. Vol 6 No 11, 951-952.
- Rabbani, M., Abdussamad, Z. K., & Isa, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Sistem Cash on Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pakan Ternak. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 5 No 2, 603-610.
- Rahman, M. A., Islam, M. A., Esha, B. H., Sultana, N., & Chakravorty, S. (2018). Consumer Buying Behavior Toward Online Shopping: An Empirical Study on Dhaka City, Bangladesh. *Operation, Information, & Technology*. Vol 5 No 1514940, 2-22.
- Rizaty, M. (2021, 07 29). databoks.katadata.co.id. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/29/ragam-alasan-konsumen-pilih-cash%20on%20delivery-saat-belanja-di-e-commerce>
- Shopee. (2022, 10 28). help.shopee.co.id. Retrieved from help.shopee.co.id: [https://help.shopee.co.id/portal/article/73077-\[Baru-di-Shopee\]-Apa-saja-Metode-Pembayaran-yang](https://help.shopee.co.id/portal/article/73077-[Baru-di-Shopee]-Apa-saja-Metode-Pembayaran-yang)

