

Analisis Resiko Keuangan dalam Transaksi Sistem Pembayaran *Cash On Delivery (COD)* pada Bisnis Dropshipper

Iwuh Kanthil Setiati¹, Tri Nurjanah², Karin Anggraeni³, Agustin Luluatul Ivada⁴,
Nur Siyami⁵

¹⁻⁵STIE Rajawali Purworejo

Info Artikel

Article history:

Received September, 2025

Revised September, 2025

Accepted September, 2025

Kata Kunci:

Resiko Keuangan
Cash on Delivery (CoD),
Dropshipper
Mitigasi Resiko

Keywords:

Financial Risks
Cash on Delivery (CoD),
Dropshipper
Risk Mitigation

ABSTRAK

Pada era digital ini membuat semua aspek kehidupan berubah. Dalam segi yang luas era digital ini merubah sistem kerja yang ada menjadi lebih cepat dan modern, contohnya pada aspek ekonomi perdagangan yang semakin berkembang pesat. Munculnya bisnis dropshipper yang memiliki masa depan yang cerah di Indonesia membuat bisnis ini makin berkembang. Karakteristik dropshipper yang tidak memiliki persediaan fisik, namun bertindak sebagai perantara transaksi jual beli, memunculkan tantangan dan resiko bagi para pelaku bisnis tersebut. Penelitian ini membahas tentang resiko keuangan yang dihadapi oleh para dropshipper yang menggunakan sistem pembayaran Cash on Delivery (COD). Karena lebih dipercaya oleh pembeli, banyak dropshipper saat ini menggunakan sistem cash on delivery (COD). Namun, sistem ini membawa beberapa resiko, seperti ketidakpastian pembayaran dan kemungkinan penipuan. Studi ini meneliti bisnis dropshipper di wilayah Kabupaten Purworejo dengan menggunakan studi kasus kualitatif deskriptif. Dimana metode Cash on Delivery (CoD) ini memiliki 4 resiko yaitu piutang tak tertagih (pembatalan pembelian), barang dikembalikan, keterlambatan pembayaran, resiko pesanan fiktif (konsumen iseng). menyarankan strategi mitigasi seperti memilih mitra kurir yang tepat, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, verifikasi pesanan lebih ketat, serta edukasi konsumen tentang tanggungjawab dalam berbelanja. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi masukan kedepannya untuk pengelolaan resiko keuangan yang lebih baik bagi pelaku bisnis dropshipping.

ABSTRACT

In this digital era, all aspects of life have changed. In a broad sense, this digital era has changed the existing work system to be faster and more modern, for example in the aspect of the trade economy which is growing rapidly. The emergence of dropshipper businesses that have a bright future in Indonesia has made this business grow. The characteristics of dropshippers who do not have physical inventory, but act as intermediaries for buying and selling transactions, pose challenges and risks for these business people. This study discusses the financial risks faced by dropshippers who use the Cash on Delivery (COD) payment system. Because it is more trusted by buyers, many dropshippers today use a cash on delivery (COD) system. However, this system carries some risks, such as payment uncertainty and possible fraud. This study examines the dropshipper business in the Purworejo Regency area using a descriptive qualitative case study. Where this Cash on Delivery (CoD) method has 4 risks, namely uncollectible receivables (purchase cancellation), returned goods, late payment, and fictitious order risk (prank consumers). Suggest

mitigation strategies such as choosing the right courier partner, maintaining good relationships with customers, stricter order verification, and consumer education about shopping responsibilities. It is hoped that this research can be an input in the future for better financial risk management for dropshipping business people.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Karin Anggraeni

Institution: STIE Rajawali Purworejo

Email: karinanggraeni416@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam kemajuan ekonomi era digital saat ini, bisnis dropshipping telah menjadi salah satu model usaha yang populer di kalangan pengusaha muda. Model ini memungkinkan individu untuk menjual produk tanpa perlu menyimpan stok barang. Namun, dengan kemudahan ini, terdapat berbagai risiko yang perlu dianalisis, terutama terkait dengan sistem pembayaran, seperti Cash on Delivery (CoD). Banyak pelanggan memilih sistem CoD karena mereka dapat melihat dan memeriksa barang sebelum membayar. Tetapi dropshipper menghadapi beberapa masalah dengan metode ini, terutama terkait dengan risiko keuangan.

Risiko keuangan dalam transaksi COD (Cash On Delivery) meliputi kerugian finansial bagi penjual akibat pembatalan pesanan, pengembalian barang, atau penipuan oleh pembeli. Pembeli yang tidak membayar atau menolak pesanan dapat menyebabkan penjual mengalami kerugian karena biaya pengiriman, pengemasan, dan kehilangan potensi pendapatan. Selain itu, risiko keamanan, seperti pencurian uang tunai, juga dapat menjadi ancaman bagi penjual dalam transaksi CoD. Menurut penelitian oleh Kumar et al. (2020), tingkat pengembalian barang dalam sistem CoD dapat mencapai 30%, yang berdampak langsung pada profitabilitas dropshipper. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk memahami dan mengelola risiko ini agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha mereka.

Sistem COD juga dapat mempengaruhi arus kas perusahaan. Ketika pelanggan memilih untuk membayar COD, dropshipper tidak menerima pembayaran hingga barang sampai di tangan konsumen. Hal ini dapat menyebabkan masalah likuiditas, terutama jika dropshipper tidak memiliki dana yang cukup untuk menutupi biaya pengadaan barang. Menurut Jones dan Smith (2021), pengelolaan arus kas yang baik sangat penting bagi bisnis kecil untuk bertahan dan berkembang.

Selain risiko likuiditas, terdapat juga risiko reputasi yang terkait dengan sistem COD. Jika pengiriman barang terlambat atau kualitas barang tidak sesuai harapan, konsumen dapat memberikan ulasan negatif yang dapat merugikan citra merek barang. Penelitian oleh Tan dan Lee (2019) menunjukkan bahwa reputasi bisnis online sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan, sehingga pengelolaan risiko reputasi harus menjadi prioritas bagi dropshipper.

Di sisi lain, dengan peningkatan penggunaan teknologi dalam bisnis, dropshipper dapat memanfaatkan alat analisis untuk mengidentifikasi dan memitigasi risiko. Tools seperti software manajemen inventaris dan analisis data dapat membantu dalam memprediksi perilaku konsumen dan mengatur pengiriman dengan lebih efisien. Menurut Chen et al. (2022), pemanfaatan teknologi informasi dapat mengurangi risiko keuangan dan meningkatkan efisiensi operasional.

Dalam persaingan yang semakin ketat, dropshipper juga harus memperhatikan strategi pemasaran yang efektif. Pemasaran yang baik dapat meningkatkan penjualan dan mengurangi risiko terkait sistem COD. Menurut penelitian oleh Ali dan Ahmad (2023), strategi pemasaran digital yang tepat dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan tingkat konversi penjualan.

Melihat berbagai risiko yang ada, penting untuk melakukan analisis menyeluruh terhadap risiko keuangan dalam sistem COD. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis risiko yang dihadapi oleh dropshipper dan cara-cara untuk mengelolanya. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang risiko ini, diharapkan dropshipper dapat mengambil langkah untuk melindungi usaha mereka.

Selanjutnya, penelitian ini juga akan membahas dampak dari kebijakan pemerintah terhadap sistem COD dan bagaimana hal itu dapat mempengaruhi bisnis dropshipping. Kebijakan yang mendukung sistem pembayaran yang aman dapat membantu mengurangi risiko bagi pelaku bisnis. Menurut laporan oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (2021), regulasi yang jelas dapat memberikan rasa aman bagi konsumen dan pelaku usaha.

Akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi dropshipper dalam mengelola risiko keuangan yang terkait dengan sistem COD. Dengan strategi yang tepat, dropshipper dapat meminimalkan kerugian dan meningkatkan profitabilitas usaha mereka. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi yang berguna bagi akademisi dan praktisi dalam bidang bisnis e-commerce.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Digitalisasi

Digitalisasi adalah proses mengubah media tercetak, audio, dan video menjadi digital. Ini dilakukan untuk membuat arsip dokumen digital, dan memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber, dan software pendukung. Lasa (2005) mengatakan bahwa digitalisasi adalah proses mengubah dokumen cetak atau cetak menjadi dokumen elektronik. Brennen & Kreiss (2016) mengatakan bahwa digitalisasi adalah peningkatan ketersediaan data digital karena kemajuan dalam membuat, mengirim, menyimpan, dan mengutip setiap kutipan dari buku dikutip. mampu menganalisis data digital dan memiliki kemampuan untuk menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia saat ini. Pertumbuhan digitalisasi mulai merambah berbagai industri, dan pertumbuhan ekonomi digital adalah salah satunya. Menurut Amir Hartman (2000), ekonomi digital adalah arena virtual di mana bisnis sebenarnya dilakukan, nilai dibuat dan dipertukarkan, transaksi terjadi, dan orang berhubungan satu sama lain dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran.

Don Tapscott dalam Hadion (2020) menemukan bahwa pengetahuan adalah elemen penting dari ekonomi digital. Menurutnya, pengetahuan, atau pengetahuan, adalah sumber daya terpenting yang harus dimiliki oleh sebuah organisasi. Karena pengetahuan ada di otak manusia, faktor intelegensi dari sumber daya manusia perusahaan menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam mencapai tujuan. Selama proses pembuatan barang dan jasa, pengetahuan kolektif inilah yang menjadi nilai perusahaan. Selain itu, berbagai produk kecerdasan buatan (AI) telah diciptakan sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Produk-produk ini pada dasarnya dapat membantu manajemen dan karyawan perusahaan dalam memanfaatkan pengetahuan mereka. Proses mengubah informasi dari berbagai bentuk menjadi format digit "0" dan "1" dikenal sebagai digitalisasi. Dengan kata lain, transaksi bisnis menggunakan teknologi digital dan teknologi informasi digital. Sebagai pelanggan digital, pelanggan melakukan transaksi dengan perusahaan yang menjual barang dan jasa yang dikenal sebagai perusahaan digital dengan menggunakan perangkat digital. Virtualisasi: Dalam ekonomi digital, barang fisik dapat diubah menjadi barang virtual. Model digital adalah produk dari modal intelektual.

Keunggulan inovatif, juga dikenal sebagai keunggulan kompetitif, sangat sulit dipertahankan mengingat fakta bahwa tindakan yang dilakukan oleh individu atau perusahaan internet lain sangat mudah untuk ditiru. Oleh karena itu, agar sebuah perusahaan dapat bertahan, diperlukan inovasi cepat dan terus-menerus. Sumber nilai utama inovasi ekonomi adalah kreativitas, inovasi, dan imajinasi manusia. Keunggulan inovatif, juga dikenal sebagai keunggulan kompetitif, sangat sulit dipertahankan mengingat fakta bahwa tindakan yang dilakukan oleh individu atau perusahaan internet lain sangat mudah untuk ditiru. Oleh karena itu, agar sebuah perusahaan dapat bertahan, diperlukan inovasi cepat dan terus-menerus. Sumber nilai utama inovasi ekonomi adalah kreativitas, inovasi, dan imajinasi manusia. Teori: Di ekonomi digital, batasan antara konsumen dan produsen menjadi tidak jelas. Mayoritas konsumen teknologi informasi dapat dengan mudah menjadi produsen yang siap menawarkan barang dan jasa mereka kepada komunitas bisnis dan masyarakat umum.

Pelanggan dihadapkan pada berbagai perusahaan yang menjual barang atau jasa yang sama dalam dunia maya melalui mediasi. Mereka hanya memilih perusahaan berdasarkan tiga kriteria utama: lebih murah (lebih murah), lebih baik (lebih baik), dan lebih cepat (lebih cepat) daripada perusahaan sejenis. Disebabkan kecepatan proses digital, perbedaan waktu antara pesanan produk dan produksi dan pengiriman telah berkurang secara signifikan. Mengingat bahwa mengubah biaya di internet sangat mudah dan murah, konsumen akan terus mencari bisnis yang paling menguntungkannya. Pergeseran batas ruang dan waktu, atau waktu dan ruang, adalah inti dari globalisasi. Sumber daya utama, pengetahuan, tidak memiliki batasan geografis, sehingga keberadaan entitas negara tidak relevan dalam konteks bisnis di dunia maya.

2.2 Cash on Delivery (CoD)

Cash on Delivery adalah metode pembayaran yang digunakan oleh seseorang dalam transaksi antara penjual dan pembeli di lokasi tertentu dan pada waktu yang telah ditetapkan sebelumnya. Sejarah CoD Pertama kali diperkenalkan di Swiss pada tahun 1849; kemudian diperkenalkan di India dan Australia pada tahun 1877; dan di Inggris Raya pada tahun 1913. Arti CoD telah berkembang seiring berjalannya waktu. Saat ini, CoD adalah metode pembayaran untuk jual beli online. Menurut buku Teori Dasar E-Commerce dalam Bisnis Digital oleh Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam, "COD" berarti layanan yang diberikan penjual kepada pelanggan. Dengan menggunakan layanan COD, Anda dapat membayar barang dan memulai pengiriman ketika barang tiba di alamat tujuan. Cash on delivery juga disebut collect on delivery, menurut Ensiklopedia Britannica. Istilah "COD" dalam bisnis umum berarti bahwa barang harus dibayar pada saat pengiriman. Singkatnya, COD berarti bayar di tempat saat bertemu langsung atau ketika pengiriman selesai.

2.3 Dropshipper

Dropshipper adalah orang yang menjual barang ke pelanggan dari supplier. Menjadi dropshipper tidak membutuhkan modal besar dan bisa dilakukan tanpa menyetok barang, yang merupakan salah satu keuntungan menjadi salah satu pilihan bisnis yang bagus untuk pemula. Dalam artikel ini, kita akan membahas lebih lanjut tentang keuntungan dan kekurangan menjadi dropshipper serta bagaimana bisnis ini beroperasi. Menurut Ahmad Syafii dalam buku Step by Step Bisnis Dropshipping dan Reseller, dropshipper adalah orang yang menjual barang ke pelanggan dengan foto supplier atau toko tanpa menyetok barang, dan dengan harga yang disesuaikan antara dropshipper dan supplier.

2.4 Resiko Keuangan

Para ahli di bidang keuangan telah memberikan berbagai definisi risiko yang relevan dengan dunia investasi dan kegiatan bisnis. Menurut Profesor John R. Fungeberg, risiko dapat diartikan sebagai kemungkinan terjadinya ketidakpastian dalam hasil finansial atau kerugian yang mengancam nilai investasi. Sementara itu, Profesor Robert K. Merton menyatakan bahwa risiko adalah variabilitas hasil yang diharapkan dari suatu investasi. Risiko juga dapat diukur melalui istilah return on investment (ROI). Dalam konteks keuangan, ROI menggambarkan potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari suatu investasi dan sejauh mana investasi tersebut dapat

dianggap berisiko. Risiko dapat diukur dengan menggunakan rasio keuangan seperti rasio Sharpe dan rasio Treynor.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan pendekatan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan tujuannya adalah untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam risiko-risiko keuangan yang muncul dalam sistem pembayaran COD yang dijalankan oleh pelaku bisnis dropshipper.

Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam dan menyeluruh bagaimana risiko keuangan muncul dalam transaksi COD pada bisnis dropshipper, melalui pengamatan, wawancara, dan interpretasi data non-numerik.

3.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1) Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Dilakukan kepada para pelaku bisnis dropshipper, kurir ekspedisi, dan pelanggan yang pernah menggunakan sistem COD. Tujuannya untuk menggali pengalaman, persepsi, serta kendala yang dihadapi terkait risiko keuangan.

2) Observasi

Peneliti mengamati secara langsung proses transaksi COD, mulai dari pengemasan, pengiriman, hingga proses pembayaran di tempat. Observasi ini bertujuan untuk melihat potensi risiko nyata yang terjadi dalam praktik di lapangan.

3) Studi Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumen-dokumen seperti bukti transaksi, catatan retur, laporan pengiriman, dan data keuangan (jika ada). Hal ini membantu memperkuat temuan dari wawancara dan observasi. Teknik Analisis Data:

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

1) Reduksi Data (Data Reduction)

Proses memilah, menyederhanakan, dan memfokuskan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hanya data yang relevan dengan risiko keuangan dalam sistem COD yang dianalisis lebih lanjut.

2) Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau diagram alur agar memudahkan peneliti memahami pola risiko yang terjadi pada sistem COD di bisnis dropshipper.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification).

Peneliti menyusun kesimpulan dari data yang telah dianalisis, mengidentifikasi jenis-jenis risiko keuangan yang muncul, penyebabnya, serta dampaknya terhadap keberlangsungan bisnis dropshipper. Kesimpulan ini diverifikasi ulang dengan membandingkan berbagai sumber data (triangulasi).

4) HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pembayaran di tempat, juga dikenal sebagai cash on delivery (COD), telah menarik perhatian publik belakangan ini. Komisioner Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menyatakan bahwa "kelebihannya lebih banyak, sehingga (COD) beberapa kelebihan dari mekanisme COD. Konsumen dapat memeriksa barang sebelum memutuskan untuk membeli, dan jika barang tidak sesuai, pembeli dapat langsung mengajukan komplain atau membatalkan transaksi." COD dapat melindungi pelanggan dari penipuan, memungkinkan pelanggan tidak menanggung biaya pengiriman, dan memungkinkan jaminan untuk toko online asli untuk menarik pelanggan. Selain itu, sistem COD memiliki empat kelemahan. Jika konsumen tidak ada di tempat

penerimaan atau tidak dapat ditemukan, COD akan menjadi masalah. Sistem ini mudah diakses di wilayah tersebut. Penjual harus siap menghadapi pembatalan atau keluhan pelanggan karena tidak semua barang dapat diproses melalui COD.

Baik pelaku usaha maupun konsumen harus tahu hak dan kewajiban mereka. Menurut UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha memiliki kewajiban sebagai berikut: menerima pembayaran, menerima perlindungan hukum, memiliki hak rehabilitasi nama baik jika terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak disebabkan oleh barang dan jasa yang diperdagangkan pelaku usaha, dan memberikan pembelaan diri jika terjadi masalah hukum sengketa. Adalah barang yang dibeli tak sesuai pesanan, sehingga perlu ada konfirmasi pesanan secara elektronik pada saat checkout secara rinci, dan mudah bagi konsumen mengecek spesifikasi barang yang dipesan pada saat diterima. Kalau tidak sesuai, dapat pengajuan retur via sistem, pelaku usaha yang harus memfasilitasi keluhan konsumen dengan transaksi COD melalui layanan pengaduan refund COD (call center, email, chatting). Selanjutnya, transaksi elektronik yang menuntut adanya penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien sehingga perlu adanya fasilitas untuk mengatasi sengketa secara elektronik (online dispute resolution). terkait proses pengajuan refund dana yang sulit. solusi agar pengembalian dana atas pembatalan transaksi memiliki standar waktu penyelesaiannya dan dana konsumen tak lagi harus terparkir di uang digital yang dimiliki e-commerce. Ketua Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) David ML Tobing menyampaikan cara mitigasi permasalahan sistem COD yang masih menimbulkan kesalahpahaman antara konsumen dengan penjual. "Sedapat mungkin alternatif penyelesaiannya itu di internal dispute resolution, artinya platform membuka satu mekanisme penyelesaian antara penjual dan pembeli, mitigasi itu adalah adanya edukasi dari sisi marketplace dalam website atau iklan kepada konsumen mengenai syarat dan ketentuan COD. Kemudian, dari sisi konsumen, perlu iktikad baik dalam memanfaatkan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) karena terjadinya COD merupakan kesepakatan atas pembelian barang antara konsumen dengan penjual.

Perlu adanya edukasi kepada pelanggan bahwa ada kewajiban membayar dalam transaksi. Pada kenyataannya yang terjadi terkait resiko CoD bagi dropshipper adalah konsumen yang nakal sehingga tidak menyelesaikan transaksi, berakibat barang dikembalikan sehingga berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha dropshipping untuk mengurangi resiko keuangan yang timbul dari penggunaan system pembayaran Cash on Delivery (COD), antara lain: Meningkatkan Seleksi Komsumen Dropshipper perlu memastikan kevalidan pesanan dengan meminta konfirmasi tambahan dari konsumen sebelum proses pengiriman dilakukan, misalnya melalui pesan singkat atau panggilan telepon. Menetapkan Syarat dan Ketentuan COD secara tertulis, seperti pembatasan nilai transaksi maksimal, adanya biaya tambahan untuk layanan COD, serta kebijakan retur barang yang jelas, agar mengurangi kesalahpahaman dengan pelanggan. Bekerja Sama dengan ekspedisi yang terpercaya. Memilih perusahaan ekspedisi yang memiliki pengalaman dalam menangani sistem COD akan sangat membantu. Ekspedisi yang memiliki sistem pelacakan barang yang baik dan mekanisme retur yang jelas dapat memperkecil resiko kerugian.

Mengedukasi Konsumen Memberikan pemahaman kepada konsumen terkait kewajiban pembayaran dan prosedur COD melalui berbagai media komunikasi sangat diperlukan. Ini bertujuan agar konsumen lebih bertanggung jawab terhadap transaksi yang mereka lakukan. Menggunakan asuransi pengiriman untuk mengurangi resiko kerugian akibat barang yang rusak atau hilang, dropshipper dapat memanfaatkan layanan asuransi yang ditawarkan oleh pihak ekspedisi.

Cash on Delivery (COD) memang menjadi metode pembayaran yang banyak disukai konsumen karena memberi kesempatan untuk memeriksa barang sebelum melakukan pembayaran. Namun, system ini membawa sejumlah resiko yang perlu diwaspadai oleh pelaku dropshipping, mulai dari pembatalan pesanan secara sepihak, retur barang, keterlambatan pembayaran, hingga kerusakan reputasi usaha. Tingkat pengembalian barang yang tinggi dan ketidakpastian pembayaran dalam sistem COD menjadi tantangan serius yang dapat mempengaruhi kelangsungan

bisnis, terutama dalam aspek arus kas. Selain itu, masih banyak konsumen yang kurang memahami kewajiban mereka dalam menyelesaikan pembayaran COD, sehingga meningkatkan risiko bagi penjual.

5) KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan risiko dalam transaksi COD perlu dilakukan dengan berbagai pendekatan, seperti memperketat proses verifikasi pesanan, menetapkan kebijakan yang jelas, memanfaatkan teknologi digital untuk monitoring transaksi, hingga melakukan edukasi secara rutin kepada konsumen. Selain itu, penting bagi dropshipper untuk menawarkan alternatif metode pembayaran dan bekerja sama dengan mitra ekspedisi yang terpercaya.

Dengan strategi yang tepat, dropshipper tidak hanya dapat meminimalisir risiko keuangan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis mereka. Dukungan regulasi yang jelas serta adanya mekanisme penyelesaian sengketa dari pihak marketplace juga menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan berbasis COD yang lebih sehat dan aman di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

"Cash On Delivery (COD): Pengertian, Cara Kerja, dan Tipsnya" selengkapnya <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5971563/cash-on-delivery-cod-pengertian-cara-kerja-dan-tipsnya>.

Dikutip dari buku E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital oleh Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam,

"Dropshipper: Pengertian, Keuntungan, Kekurangan, dan Cara Kerjanya" selengkapnya <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6299414/dropshipper-pengertian-keuntungan-kekurangan-dan-cara-kerjanya>

Ahmad Syafii dalam buku Step by Step Bisnis Dropshipping dan Reseller,

Ana tri anggraeni (komisi perlindungan konsumen) Antara dalam Diskusi Publik Indonesia Consumer Club

. Ketua Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) David ML Tobing

Kumar, A., Sharma, R., & Gupta, S. (2020). Returns in E-commerce: An Empirical Study on COD Transactions. Journal of Business Research.

. Jones, M., & Smith, J. (2021). Cash Flow Management for Small Enterprises. International Journal of Financial Studies.

. Tan, Y., & Lee, C. (2019). Impact of Customer Experience on Online Reputation. Journal of Marketing Theory and Practice.

Chen, L., Zhang, Y., & Wang, X. (2022). Leveraging Technology for Risk Management in E-commerce. Journal of Technology Management & Innovation.

Ali, S., & Ahmad, F. (2023). Digital Marketing Strategies for Dropshipping Success. Journal of Business and Retail Management Research.

Asosiasi E-Commerce Indonesia. (2021). Laporan Statistik E-commerce Indonesia