

Sosialisasi Hukum Transaksi *Cash on Delivery* Berdasarkan Asas Itikad Baik

Esy Kurniasih*, Hero Eko, Moza Dela Fudika, Arista, Cyra Raudha Amalia Putri

Universitas Islam Riau, Kaharuddin Nst No.113, Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau

*Penulis korespondensi: esykurniasih@law.uir.ac.id

Dikirim : 27 Februari 2025

Direvisi : 12 Juni 2025

Diterima : 13 Juni 2025

Abstrak: *Sistem Cash on Delivery (CoD) merupakan salah satu sistem pembayaran dalam transaksi elektronik. Saat ini pembayaran menggunakan sistem CoD banyak dipilih oleh konsumen, karena dianggap lebih praktis daripada menggunakan sistem transfer. Faktanya sistem pembayaran CoD banyak memunculkan berbagai masalah seperti konsumen enggan melakukan pembayaran ketika barang yang dipesan telah sampai di alamat pengiriman dan berujung timbulnya tindakan anarkis. Tujuan kegiatan PKM (pengabdian kepada masyarakat) adalah untuk memberikan sosialisasi hukum transaksi cash on delivery berdasarkan asas itikad baik. Alasan pemilihan tema kegiatan ini karena diketahui bahwa anak-anak dan remaja sebanyak 98% mengetahui internet dan dari 79,5% diantaranya merupakan pengguna aktif internet. Adapun peserta kegiatan PKM ini adalah peserta didik SMPN 2 Siak Hulu yang berjumlah 50 orang. Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahapan, yaitu tahap pra-kegiatan, tahap sosialisasi, tahap kegiatan, dan tahap evaluasi. Setelah kegiatan ini dilaksanakan, peserta kegiatan PKM telah memahami secara menyeluruh terkait apa yang dimaksud dengan asas itikad baik, hak maupun kewajiban para pihak dalam transaksi cash on delivery serta kiat-kiat menjadi konsumen remaja yang cerdas dalam perspektif ilmu komunikasi, sehingga ketika melakukan transaksi cash on delivery para peserta dapat mewujudkannya berdasarkan asas itikad baik.*

Kata kunci: *asas itikad baik, cash on delivery, sosialisasi hukum*

Abstract: *The Cash on Delivery (CoD) system is one of the payment methods used in electronic transactions. Currently, CoD is widely preferred by consumers due to its perceived convenience compared to bank transfers. However, this payment method often leads to various issues, such as consumers refusing to pay upon the arrival of the goods, sometimes resulting in confrontational or even anarchic behavior. This community service program aimed to provide legal education on CoD transactions based on the principle of good faith. The theme was selected due to the high internet exposure among children and adolescents, with 98% having internet access and 79.5% identified as active users. The program targeted 50 students of SMPN 2 Siak Hulu as participants. The activity was carried out in four stages: pre-activity, legal socialization, main activity, and evaluation. Following the program, participants demonstrated a comprehensive understanding of the principle of good faith, the rights and obligations of parties in CoD transactions, and practical tips for being smart and responsible young consumers from a communication science perspective. As a result, participants are expected to conduct CoD transactions in alignment with the principle of good faith.*

Keywords: *cash on delivery, good faith principle, socialization of law*

1. Pendahuluan

Teknologi internet telah berkembang sedemikian rupa yang membawa perekonomian dunia memasuki babak baru, sehingga timbul istilah *digital economic* atau perekonomian digital (Syafriana, 2016). Keberadaan *digital economic* ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media transaksi atau yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce* (Romindo dkk., 2019). *E-commerce* merupakan proses jual beli produk melalui jaringan komputer. Jenis-jenis *e-commerce* yaitu bisnis ke bisnis (B2B), bisnis ke konsumen (B2C), bisnis ke bisnis ke konsumen (B2B2C), konsumen ke bisnis (C2B) dan perdagangan kolaboratif (Setyorini dkk., 2019). Jenis *e-commerce* yang diuraikan dalam artikel ini adalah jenis *E-Commerce* dalam bentuk C2C (*Consumer to Consumer*) atau transaksi *E-Commerce* yang dilakukan antar konsumen (Aprilyan dkk., 2022).

Apabila kegiatan *E-Commerce* dilihat berdasarkan perspektif ilmu komunikasi, maka terdapat komunikasi bisnis antara para pihak (Khairi & Maryani, 2023). Komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang terjadi dalam kegiatan bisnis (proses produksi, distribusi dan konsumsi suatu produk) baik dalam bentuk secara langsung maupun tidak langsung, baik secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi bisnis harus mengandung kebenaran, sehingga komunikan yang menerima pesan dapat mengambil pertimbangan yang tepat dalam membuat suatu keputusan (Mutmainna, 2023). Peran *e-commerce* dalam komunikasi bisnis adalah membantu proses penjualan ke konsumen, sehingga proses jual beli dapat dilakukan tanpa batas waktu maupun jarak (Putri dkk., 2023). Salah satu hal yang berhubungan dengan kegiatan *e-commerce* adalah transaksi elektronik. Menurut, Pasal 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik dipandang sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Sementara itu, sistem *cash on delivery* (CoD) merupakan salah satu sistem pembayaran dalam transaksi elektronik. *Cash on Delivery* adalah sistem pembayaran tunai yang harus dibayarkan konsumen ketika produk yang dipesan telah diterimanya (Asmah dkk., 2022). Tujuan dari metode pembayaran menggunakan *Cash on Delivery* adalah mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran ketika melakukan transaksi elektronik tanpa harus memiliki rekening bank atau kartu kredit (Rokfa dkk., 2022). Secara *de facto*, sistem pembayaran *Cash on Delivery* banyak dipilih oleh konsumen, karena memang dianggap lebih

praktis daripada menggunakan sistem transfer. Lebih lanjut, tidak semua konsumen yang memiliki *mobile banking*, kartu ATM maupun kartu kredit, sehingga *cash on delivery* lebih diminati oleh konsumen di segala lapisan masyarakat.

Namun demikian, implementasi sistem *Cash on Delivery* memunculkan berbagai masalah, salah satunya yaitu konsumen enggan melakukan pembayaran ketika produk yang di pesan sudah diantarkan kurir atau petugas ekspedisi sesuai dengan alamat pengiriman yang telah disetujui melalui aplikasi *e-commerce* atau *marketplace* terkait. Hal itu tentunya membawa kerugian bagi pihak aplikasi *e-commerce* atau *marketplace*, penjual maupun kurir ekspedisi yang mengantarkan pesanan kepada konsumen. Beberapa kasus penolakan pembayaran oleh konsumen ini sering kali berujung dengan tindakan anarkistis antara konsumen terkait dan kurir ekspedisi yang bertugas (Gustini, 2022). Kemudian, apabila tindakan penolakan melakukan pembayaran tersebut dilihat dalam ranah hukum perdata maka tindakan tersebut disebut wanprestasi (Iskandar & Rahardja, 2021).

Wanprestasi, yang diatur dalam Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata), merupakan tindakan ingkar janji yang dilakukan oleh debitur. Tindakannya berupa debitur sama sekali tidak memenuhi perikatan, debitur terlambat memenuhi perikatan, dan debitur keliru dalam memenuhi perikatan, baik yang timbul karena perjanjian maupun perikatan yang timbul karena undang-undang. Sementara itu, perjanjian berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdata adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih (Prayogo, 2016). Selain melakukan tindakan wanprestasi, konsumen yang menolak melakukan pembayaran dalam mekanisme *cash on delivery*, juga telah melakukan tindakan yang tidak beritikad baik. Hal ini tentunya melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang diatur pada Pasal 5 huruf b yaitu konsumen wajib untuk beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Selain konsumen, berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha juga berkewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, yang salah satunya dibuktikan dengan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi maupun jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan terhadap seluruh produk yang diperdagangkan.

Asas itikad baik merupakan asas klasik dalam hukum perjanjian yang terkandung pada ketentuan KUHPerdata. Asas itikad baik juga merupakan doktrin esensial dari suatu perjanjian

yang menimbulkan asas *pacta sunt servanda*. Menurut Wirjono Prodjodikoro, Ketua Mahkamah Agung Republik Indonesia periode 1952–1966, asas itikad baik terbagi menjadi dua bentuk yaitu asas itikad baik saat dimulainya hubungan kontrak dari para pihak (berkaitan dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi para pihak) dan asas itikad baik dalam pelaksanaan hak dan kewajiban (berkaitan dengan ketentuan yang terkandung dalam Pasal 1338 (3) KUHPerdata) (Retnowati dkk., 2022). Di lain pihak, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengamanatkan dalam melakukan pemanfaatan teknologi informasi, para pihak yang melakukan transaksi elektronik (jual beli *online*) seperti, pelaku usaha, *merchant*, konsumen maupun pihak ekspedisi harus mengimplementasikan prinsip dan asas itikad baik.

Selanjutnya, tidak dapat dipungkiri pengguna internet di Indonesia rata-rata adalah anak dan remaja (Rachman & Ardiansyah, 2022). Hal ini sejalan dengan data yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik, yang menyatakan bahwa mayoritas anak usia 5-24 Tahun di Indonesia sudah mengakses internet dan persentasenya mencapai angka 88,99% (Yudaninggar & Subektiningsih, 2023). Lebih lanjut, hasil penelitian dari Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama UNICEF yang menemukan bahwa anak-anak dan remaja sebanyak 98% mengetahui internet dan dari 79,5% diantaranya merupakan *user* aktif internet (Komdigi, 2014).

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan ini menitikberatkan pada pelaksanaan sosialisasi hukum transaksi *cash on delivery* berdasarkan asas itikad baik. Adapun mitra yang bekerjasama dengan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (selanjutnya disebut Tim PKM) adalah Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Siak Hulu, Kabupaten Kampar (selanjutnya disebut SMPN 2 Siak Hulu). Ketua Tim PKM memilih mitra tersebut karena sekolah merupakan salah satu wadah untuk mewujudkan masyarakat yang berkarakter. Kegiatan PKM dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati kedua belah pihak yaitu dengan memberikan (1) penyuluhan hukum tentang hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha dalam sebuah transaksi elektronik, (2) penyuluhan hukum terkait apa yang dimaksud transaksi *Cash on Delivery* berdasarkan asas itikad baik, dan (3) sosialisasi kiat-kiat menjadi konsumen remaja “cerdas” di era digital dari perspektif ilmu komunikasi. Inisiasi tiga poin permasalahan tersebut muncul karena tim PKM mencermati terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi mitra yaitu, pertama, pihak mitra mengaku masih banyak siswa/i mitra yang belum terlalu peduli dengan hak dan tanggung

jawab konsumen ketika melakukan transaksi elektronik; kedua, oleh karena permasalahan pertama terjadi, maka pihak mitra juga kurang memahami aturan terkait transaksi *cash on delivery* berdasarkan asas itikad baik; Ketiga, oleh karena permasalahan kedua timbul maka pihak mitra juga ingin siswa/siswi-nya diberikan bekal ilmu pengetahuan teraktual terkait cara menjadi konsumen cerdas di era digital. Walaupun perangkat sekolah (Ketua UPT SMPN 2 Siak Hulu) juga menginformasikan bahwa ketika peserta didik masih ada di lingkungan sekolah, peserta didik tidak boleh membawa dan menggunakan *handphone*, namun perangkat sekolah merasa bahwa peserta didiknya perlu diberikan bekal ilmu pengetahuan teraktual terkait cara menjadi konsumen cerdas di era digital, agar bisa memberikan informasi kepada keluarga terdekat, sehingga dapat terwujudnya konsumen cerdas di era digital; Keempat, kurangnya pengetahuan hukum terkait maraknya perilaku *cyberbullying* di kalangan anak sekolah; Kelima, tim pengabdian juga mencermati bahwa mitra masih belum mengetahui informasi khusus terkait praktik pinjaman *online* yang dibolehkan oleh pemerintah.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi hukum transaksi *cash on delivery* berdasarkan asas itikad baik dilakukan melalui empat tahapan, yaitu pra kegiatan, sosialisasi, kegiatan, dan evaluasi. Di tahap pra kegiatan, Tim PKM mengunjungi pihak mitra yaitu SMPN 2 Siak Hulu, untuk mengetahui masalah mitra, memilih fokus permasalahan yang akan diselesaikan, sekaligus membentuk kolaborasi kemitraan. Setelah melakukan tahap pra kegiatan, Tim PKM mensosialisasikan kegiatan PKM dengan memperkenalkan agenda PKM kepada mitra. Pada tahap ini, Tim PKM menjelaskan sasaran dilaksanakannya agenda PKM, profit yang akan diperoleh mitra, prosedur penyelenggaraan serta bentuk kolaborasi yang diusulkan. Di tahap sosialisasi ini, Tim PKM dan Mitra menentukan skema waktu penyelenggaraan PKM yang tepat bagi kedua belah pihak. Selanjutnya, tahap kegiatan merupakan tahap inti dari kegiatan PKM. Pada tahap ini, Tim PKM melaksanakan sosialisasi hukum tentang hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha dalam sebuah transaksi elektronik, melaksanakan sosialisasi hukum tentang aturan terkait transaksi *cash on delivery* berdasarkan asas itikad baik, dan memberikan sosialisasi kiat-kiat menjadi konsumen remaja “cerdas” di era digital dari perspektif ilmu komunikasi. Tahapa terakhir berupa evaluasi yang kegiatannya mencakup identifikasi peningkatan pengetahuan mitra terkait tema kegiatan PKM ini, yaitu (1) pemahaman terkait pengetahuan umum teraktual tentang hak dan kewajiban

konsumen maupun pelaku usaha dalam sebuah transaksi elektronik; (2) perbandingan pengetahuan tentang aturan terkait transaksi *Cash on Delivery* berdasarkan asas itikad baik (3) perbandingan pengetahuan dan pemahaman tentang kiat-kiat menjadi konsumen remaja “cerdas” di era digital dari perspektif ilmu komunikasi.

3. Hasil dan Diskusi

Kegiatan PKM ini ditaja oleh Dosen Fakultas Hukum UIR berkolaborasi dengan Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi UIR. Ketua Tim PKM adalah Esy Kurniasih, S.H., M.H. dengan anggota Dr. Hero Eko, M.Soc., Sc dan Moza Dela Fudika, S.H., M.H. Lebih lanjut, kegiatan ini juga diikuti oleh Dosen Muda Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, yaitu Anggraini Dwi Milandry, S.H., M.H dan Evi Yanti, S.H., M.H serta dua mahasiswa/i Fakultas Hukum UIR. Kegiatan PKM diselenggarakan pada hari Rabu, 22 Januari 2025 di Aula SMPN 2 Siak Hulu dan dihadiri oleh Kepala UPT SMPN 2 Siak Hulu, yaitu Azmi T, S.Ag dan Syafrizal, S.Si selaku Waka Kesiswaan SMPN 2 Siak Hulu. Selain itu, kegiatan ini juga dihadiri 7 tenaga pendidik dan peserta didik SMPN 2 Siak Hulu, yang totalnya berjumlah 50 orang. Kegiatan diawali dengan sambutan dari pihak mitra yang diwakili Waka Kesiswaan SMPN 2 Siak Hulu seperti diperlihatkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Sambutan Bapak Syafrizal, S.Si, selaku Waka Kesiswaan SMPN 2 Siak Hulu

Pelaksanaan kegiatan PKM dengan tema sosialisasi hukum transaksi *cash on delivery* berdasarkan asas itikad baik ini diawali dengan mengemukakan permasalahan-permasalahan yang terjadi di kehidupan masyarakat ketika melakukan transaksi dengan menggunakan sistem pembayaran CoD (Azanella & Pratiwi, 2022), seperti adanya konsumen yang melakukan tindakan tidak baik (mencaci maki hingga adanya pemukulan) pada kurir atau petugas ekspedisi yang mengantar produk sekaligus menagih biaya pembelian kepada konsumen terkait. Lebih lanjut, pihak kurir atau petugas ekspedisi juga menjadi pihak yang selalu disalahkan oleh konsumen ketika produk yang diantarkan bertentangan dengan katalog produk yang ditampilkan pada laman *e-commerce*, padahal hal itu bukan merupakan kesalahan pihak kurir atau petugas ekspedisi.

Selain itu, pemateri juga memaparkan bahwa ternyata masih banyak pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab untuk memasarkan atau mengirim produk yang cocok dengan katalog produk yang ditampilkan pada laman *E-Commerce*. Pemateri juga menyoroti pelaksanaan asas itikad tidak baik konsumen (remaja) yang melakukan pemesanan palsu pada transaksi *cash on delivery* hanya untuk sekedar iseng atau untuk membalas dendam kepada seseorang (Gunawan, 2023). Setelah memaparkan seluruh permasalahan tersebut, Pemateri memberikan pemahaman kepada peserta PKM (peserta didik SMPN 2 Siak Hulu) bahwa permasalahan-permasalahan timbul karena adanya kekurangan literasi maupun pemahaman terkait sistem pembayaran *Cash on Delivery* berdasarkan asas itikad baik ketika melakukan transaksi.

Selanjutnya, Pemateri memberikan pengetahuan dasar yang harus diketahui konsumen (khususnya para remaja) terkait hak dan kewajiban para pihak (konsumen maupun pelaku usaha) dalam melakukan transaksi elektronik dengan menggunakan sistem pembayaran *Cash on Delivery* (Sartika, 2022). yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pemaparan terkait hak dan kewajiban para pihak dalam melakukan transaksi *Cash on Delivery* juga diikuti dengan pemaparan terkait apa yang dimaksud sistem pembayaran *Cash on Delivery* beserta keuntungan maupun kekurangannya, sekaligus memaparkan terkait apa yang dimaksud dengan asas itikad baik dan pentingnya mengimplementasikan asas tersebut ketika melakukan transaksi *Cash on Delivery*. Selain, itu Pemateri juga memaparkan kiat-kiat menjadi konsumen remaja “cerdas” di era digital perspektif ilmu komunikasi.



Gambar 2. Penyampaian Materi Penyuluhan Hukum

Dalam perspektif ilmu komunikasi, banyak sekali media yang dapat digunakan untuk membangun komunikasi (Jumriani, 2022), salah satunya adalah platform *e-commerce*. Dalam platform *e-commerce*, terdapat komunikasi yang dilakukan pihak pelaku usaha dan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya komunikasi terkait produk yang diperjual-belikan. Sebagai konsumen yang cerdas, selain rajin melakukan riset yang berhubungan dengan produk terkait, tentu saja, konsumen harus mengetahui terkait hak-kewajibannya, sehingga ketika terjadi kerugian dapat ditentukan pihak mana yang harus bertanggungjawab untuk membayar ganti kerugian yang timbul. Gambar 2 memperlihatkan kegiatan penyampaian materi penyuluhan.

Ketika kegiatan PKM sedang berlangsung, seluruh Peserta Didik SMPN 2 Siak Hulu yang menjadi peserta pada kegiatan PKM ini sangat antusias dalam mengikuti dan kebersamai Tim PKM. Hal tersebut dibuktikan ketika Pemateri membuka sesi tanya-jawab, ternyata sebanyak 10 peserta antusias agar dapat berkontribusi dan ikut serta dalam sesi tanya-jawab, namun karena terbatasnya waktu yang diberikan pihak mitra maka pemateri hanya mempersilahkan 3 orang yang beruntung untuk menyampaikan pertanyaannya. Dokumentasi kegiatan sosialisasi diperlihatkan dalam Gambar 3-6.



Gambar 3. Sesi Diskusi Terkait Materi Penyuluhan Hukum



Gambar 4. Penyerahan *Doorprize* Kepada Siswa/i aktif dalam Kegiatan Penyuluhan Hukum



Gambar 5. Penyerahan Cenderamata Kepada Pihak Mitra SMPN 2 Siak Hulu



Gambar 6. Foto Bersama Tim PKM dengan Guru dan Siswa/i SMPN 2 Siak Hulu

4. Kesimpulan

Kegiatan PKM dengan tema sosialisasi hukum transaksi *cash on delivery* berdasarkan asas itikad baik di SMPN 2 Siak Hulu telah berjalan dengan efisien dan lancar. Setelah kegiatan dilaksanakan, para peserta kegiatan (peserta didik berikut tenaga pendidik SMPN 2 Siak Hulu) mendapatkan informasi teraktual dan menyeluruh terkait transaksi *cash on delivery* berdasarkan asas itikad baik. Selain itu, para peserta kegiatan juga telah mengetahui dan paham terkait hak maupun kewajiban para pihak dalam transaksi *cash on delivery* serta kiat-kiat menjadi konsumen remaja yang cerdas dalam perspektif ilmu komunikasi, sehingga ketika melakukan transaksi tersebut diharapkan para peserta kegiatan dapat mengimplementasikan hal tersebut berdasarkan asas itikad baik. Tim PKM berharap agar seluruh peserta kegiatan ini dapat menjadi perwakilan masyarakat untuk memberikan informasi yang telah diperoleh dalam kegiatan PKM ini kepada orang-orang terdekat, sehingga dapat mewujudkan pelaksanaan transaksi *cash on delivery* yang para pihaknya telah beritikad baik dan menjadi konsumen cerdas di era digital.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada DPPM Universitas Islam Riau dan pihak mitra yaitu seluruh civitas akademik SMPN 2 Siak Hulu yang telah bekerja sama menyukseskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Referensi

- Aprilyan, Y., Sasanti, E.E., Nurabiah & Septianti, Z. (2022). Pengaruh e-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>
- Asmah, J., Purnamasari, T.I. & Sunardi, H. (2022). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Cash On Delivery Di Toko Lucky Light Candy Kota Mataram. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 14(2), 131-148. <https://doi.org/10.20414/mu.v14i2.6526>
- Azanella, L.A. & Pratiwi, I.E. (2022). Mengapa Sistem Pembayaran COD Sering Bermasalah?. Diakses tanggal 23 Juni 2024 dari laman <https://www.kompas.com/tren/read/2022/06/23/160500865/mengapa-sistem-pembayaran-cod-sering-bermasalah->

- Gunawan, B. (2023). Analisis Problematika Dalam Transaksi Cash on Delivery (CoD) pada Online Marketplace System, *ACADEMOS: Jurnal Hukum dan Tatahan Sosial*, 2(2).
- Gustini, D.R. (2022). Diskursus Penolakan COD (Cash on Delivery) oleh Konsumen di Media Online Dalam Perspektif Hukum Perdagangan, *JUDICIOUS: Journal of Management*, 3(2). <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2>.
- Iskandar, D.S. & Rahardja, S. (2021). Pertanggungjawaban Perdata Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Online di Marketplace Secara Cash On Delivery (COD), *Wacana Paramarta Jurnal Ilmu Hukum*, 20(2), 82-96.
- Jumriani (2022). Etika Komunikasi Pemasaran (Live Streaming Shopping) di Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, *AL-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 7(1). <https://doi.org/10.24256/alw.v7i1.3777>.
- Khairi, M.W. & Maryani, A. (2023). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop Shopee dalam Meningkatkan Penjualan, *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 3(2), 125-130.
- Komdigi. (2014). Siaran Pers No.17/PIH/KOMINFO/2/2014 Tentang Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet, www.komdigi.go.id. Diakses dari laman <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/siaran-pers-no-17-pih-kominfo-2-2014-tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet>.
- Mutmainna, N. (2023). 'Teori dan Pengenalan Konsep Dasar Komunikasi Bisnis', dalam A. Susanto (ed.) *Komunikasi Bisnis. CV. Gita Lentera*. Padang.
- Prayogo, S. (2016). Penerapan Batas-Batas Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian, *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 3(2), 280-287.
- Putri, A.R., Saadah, D.M., Nurkamillah, I., Yonathan, S., Yuliana, S.S., & Firmansyah, R. (2023). Peran E-Commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut di Universitas Teknologi Digital, *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 1(3), 1-16. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.181>.
- Rachman, R. & Ardiansyah, E. (2022). Peningkatan Kesadaran Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Bagi Siswa di SMA Negeri 1 Palu, *KADARKUM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 70-83.
- Retnowati, M.S., Rosalina, N.M., Sup, D.F.A., Firdaus, M.I., & Urrosyidin, M.S. (2022). Analisis Asas Itikad Baik Dalam Jual Beli Online Berbasis COD (Cash on Delivery), *Alhamra: Jurnal Studi Islam*, 3(2), 10-18. <https://doi.org/10.30595/ajsi.v3i1.11867>.
- Rokfa, A. A., Pratama Tanda, A. R., Anugraheni, A. D., & Kristanti, W. A. (2022). Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Pada Media E-Commerce. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 161-173. <https://doi.org/10.23920/jbmh.v6i2.533>

- Romindo, Muttaqin, Saputra, D.H., Purba, D.W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A.R., Kusuma, A.H.P., Effendy, F., Sulaiman, O.K. & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya. Yayasan Kita Menulis*. Medan.
- Sartika, S.Y. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery. *Skripsi Prodi Hukum Fisip Universitas Tidar*.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E. & Rosmita (2019). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat), *JMM: Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5). <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228>.
- Syafriana, R. (2016). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik, *DE LEGA LATA : Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2). <https://doi.org/10.30596/dll.v1i2.803>.
- Yudaninggar, K.S. & Subektiningsih (2023). Sosialisasi Pendampingan dan Penggunaan Internet pada Kelompok Bina Keluarga Remaja (BKR), *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 56-63. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v4i1.147>.