
ANALISIS MANAJEMEN RISIKO DALAM BISNIS E-COMMERCE SHOPEE TERKAIT METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY (COD) BISNIS SPANDUK DI TOKO DINASTY DIGITAL

Oleh

Siti Aisyah¹, Etty Susilowati², Minto Yuwono³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260, Indonesia

Email: 12331600045@student.budiluhur.ac.id

Article History:

Received: 20-06-2024

Revised: 01-07-2024

Accepted: 23-07-2024

Keywords:

Risk Management, E-Commerce, Bisnis Dan Spanduk

Abstract: Di dunia digital saat ini, semuanya cukup sederhana. Segala sesuatu dapat diakses melalui internet. Mereka berkisar dari penjualan online untuk pemesanan makanan online hingga transportasi online. Sebagai hasil dari ekspansi cepat internet baru-baru ini, sistem perdagangan global telah dikembangkan. E-commerce, atau perdagangan elektronik, mengacu pada setiap bentuk perdagangan barang atau jasa menggunakan media berbasis internet. Toko online memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah berkomunikasi dengan penjual, dan dapat dicatat bahwa hanya ada satu toko yang menjual barang di sana. Dengan perubahan ini, bisnis perlu menerapkan strategi manajemen risiko untuk mengurangi kerugian dan menggunakan teknologi yang relevan seperti e-commerce untuk memanfaatkan sumber daya mereka. Identifikasi risiko diperlukan, termasuk risiko keuangan, sosial, pribadi, waktu, terkait pekerjaan, dan pribadi, hingga menerapkan tindakan pencegahan dan mitigasi risiko. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pada sampel dari Dynasty Digital, toko online di Shopee yang mengkhususkan diri dalam menjual produk cetak banner. Teknik pengumpulan data termasuk dokumentasi, wawancara, dan observasi langsung dari bisnis yang dipelajari. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penerapan manajemen risiko menggunakan aplikasi e-commerce, perusahaan mengidentifikasi risiko dengan membuat daftar risiko yang terdiri dari keuangan, sosial, waktu, risiko kinerja, privasi dan keamanan. Permasalahan dari penelitian ini adalah manajemen risiko return pada metode pembayaran COD penjualan spanduk di e-commerce shopee toko dynasty digital sehingga dapat memberikan rekomendasi strategi yang tepat untuk meningkatkan

penjualan. Dengan adanya analisis dan perbaikan yang dilakukan, dynasty digital dapat memastikan bahwa sistem COD mereka efektif dan responsif, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengurangi risiko return pada sistem COD penjualan spanduk di e-commerce Shopee toko dynasty digital, sehingga rekomendasi strategi yang tepat dapat diberikan untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan demikian, dynasty digital dapat mencapai kesuksesan dalam bisnis e-commerce mereka

PENDAHULUAN

Dalam bisnis yang kompetitif saat ini, para pengusaha harus terus mengembangkan usaha mereka untuk bertahan dan bersaing. Fokus utama yang perlu diperhatikan adalah peningkatan penjualan dan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan perusahaan dan memperluas akses ke sumber daya keuangan yang diperlukan untuk pertumbuhan bisnis.

E-commerce adalah praktik transaksi bisnis melalui internet, memanfaatkan teknologi untuk menjual dan membeli barang atau jasa. Banyak perusahaan beralih ke e-commerce untuk mencapai pasar global tanpa batas geografis, meningkatkan efisiensi operasional dengan otomatisasi proses, serta mengurangi biaya dibandingkan toko fisik (Zirakja & Samizadeh, 2011). Selama dua dekade terakhir, e-commerce telah tumbuh pesat, memberikan kemudahan berbelanja bagi konsumen dan peluang besar bagi bisnis untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan (Hagberg et al., 2016).

E-commerce adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Hal ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka secara online dan juga memberikan konsumen akses yang lebih luas dalam mencari dan membeli produk. Karena itu, studi mengenai e-commerce menjadi penting untuk memahami perkembangan industri perdagangan modern. Seperti pada penelitian ini pada tokodinasty digital yang menjual produk spanduk dengan beberapa desain produk maupun custom dengan biaya desain yang gratis sampai berbayar tergantung kesulitan yang diinginkan customer. Toko dynasty digital dapat memanfaatkan e-commerce untuk meningkatkan penjualan dengan membuka toko online yang dapat diakses oleh konsumen dari berbagai daerah. Dengan begitu, toko dynasty digital dapat mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan potensi penjualan produk mereka. Selain itu, dengan adanya toko online, pelanggan juga dapat dengan mudah melihat berbagai pilihan produk spanduk yang ditawarkan oleh Toko Dynasty Digital tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Hal ini tentu saja memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, dengan adanya sistem pembayaran online, pelanggan juga dapat melakukan transaksi dengan lebih cepat dan praktis.

Dengan demikian, pemanfaatan e-commerce oleh Toko Dynasty Digital diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar mereka. Namun, terdapat potensi risiko seperti terjadinya return pada sistem

COD, biaya promosi yang tinggi, serta kesulitan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Untuk mengatasi risiko tersebut, penjual perlu memperhatikan kualitas produk, layanan pelanggan yang baik, serta strategi promosi yang tepat. Oleh karena itu, penjual juga perlu mempertimbangkan untuk menggunakan metode pembayaran yang aman dan dapat dipercaya oleh konsumen serta manajemen yang baik agar usaha penjualan spanduk di Shopee dapat terus meningkat dan memberikan keuntungan yang maksimal bagi penjual.

Permasalahan Penelitian Salah satu permasalahan utama dalam penjualan spanduk di Shopee adalah terjadinya return pada sistem COD yang dapat mengakibatkan kerugian bagi penjual. Return pada sistem COD dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kesalahan dalam pengiriman produk, ketidaksesuaian produk dengan ekspektasi konsumen, atau produk yang rusak saat diterima. Hal ini menuntut penjual untuk lebih teliti dalam proses pengiriman dan memastikan kualitas produk agar dapat mengurangi risiko return. Selain itu, penjual juga perlu memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan responsif agar dapat meminimalkan kemungkinan terjadinya return pada sistem COD, dengan demikian dynasty digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperoleh reputasi yang baik di platform e-commerce tersebut. Dengan adanya kebijakan return yang baik, konsumen akan merasa lebih percaya diri dalam berbelanja online dan akan lebih cenderung untuk berlangganan atau melakukan pembelian ulang di masa depan. Selain itu, penjual juga dapat menggunakan data return untuk melakukan analisis dan perbaikan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Dengan demikian, sistem COD yang efektif dan responsif akan membantu dynasty digital dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan mencapai kesuksesan dalam bisnis e-commerce.

Adapun maksud dari penelitian ini adalah manajemen risiko return pada metode pembayaran COD penjualan spanduk di e-commerce shopee toko dynasty digital sehingga dapat memberikan rekomendasi strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Dengan adanya analisis dan perbaikan yang dilakukan, dynasty digital dapat memastikan bahwa sistem COD mereka efektif dan responsif, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengurangi risiko return pada sistem COD penjualan spanduk di e-commerce Shopee toko dynasty digital, sehingga rekomendasi strategi yang tepat dapat diberikan untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan demikian, dynasty digital dapat mencapai kesuksesan dalam bisnis e-commerce mereka.

LANDASAN TEORI

Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam mengurangi risiko return meliputi kebijakan pengembalian barang, kualitas produk, dan layanan pelanggan. Selain itu, penting juga untuk memperhatikan proses pengiriman dan manajemen persediaan agar dapat meminimalkan kemungkinan terjadinya retur. Melalui analisis mendalam terhadap faktor-faktor ini, dapat dihasilkan rekomendasi strategi yang dapat membantu dynasty digital dalam meningkatkan efisiensi penjualan dan membangun kepercayaan konsumen. Dengan memperhatikan semua aspek tersebut, toko dynasty digital dapat mengoptimalkan operasional mereka dan mengurangi risiko return yang dapat merugikan bisnis mereka. Dengan memastikan kebijakan pengembalian yang jelas, produk yang berkualitas, dan

pelayanan pelanggan yang baik, mereka dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat reputasi mereka di pasar. Selain itu, dengan memperhatikan proses pengiriman dan manajemen persediaan, mereka dapat menghindari kerugian akibat retur yang tidak diinginkan dan mempercepat laju pertumbuhan bisnis mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

E-Commerce adalah industri yang berkembang pesat yang menawarkan perusahaan platform untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka. Dengan menerapkan kebijakan return yang efektif, bisnis dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan mereka dan mengurangi risiko return yang dapat merusak garis bawah mereka. Menjamin kebijakan pengembalian yang jelas, produk berkualitas, dan layanan pelanggan yang sangat baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat reputasi mereka di pasar. Selain itu, dengan memperhatikan proses pengiriman dan manajemen persediaan, mereka dapat menghindari kerugian dari pengembalian yang tidak diinginkan dan mempercepat pertumbuhan bisnis mereka. Akibatnya, perusahaan dapat menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

a. **Shopee** adalah platform e-commerce yang dapat membantu bisnis untuk mengoptimalkan pengelolaan risiko return. Dengan fitur-fitur seperti kebijakan pengembalian yang jelas, produk berkualitas, dan pelayanan pelanggan yang baik, Shopee dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat reputasi bisnis di pasar. Selain itu, dengan fokus pada proses pengiriman dan manajemen persediaan, Shopee juga dapat membantu bisnis menghindari kerugian akibat retur yang tidak diinginkan serta mempercepat pertumbuhan mereka. Dengan demikian, Shopee dapat membantu perusahaan menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Menurut peneliti, Shopee adalah platform e-commerce yang dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan pengelolaan risiko return. Dengan kebijakan pengembalian yang jelas, produk berkualitas, dan pelayanan pelanggan yang baik, Shopee dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat reputasi bisnis di pasar. Fokus pada proses pengiriman dan manajemen persediaan juga membantu bisnis menghindari kerugian akibat retur yang tidak diinginkan serta mempercepat pertumbuhan mereka. Dengan demikian, Shopee dapat membantu perusahaan menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

b. **Customer:** Pelanggan atau langganan yang merujuk pada individu, rumah tangga, atau perusahaan yang membeli barang atau jasa dalam ekonomi. Istilah ini juga mengacu pada orang yang secara rutin membeli dari toko atau pengecer tertentu, dan sangat penting dalam konteks bisnis untuk menjaga aktivitas **penjualan dan pertumbuhan bisnis**.

c. **Risiko yang terkait dengan penjualan banner di Shopee**

Secara umum, penjualan banner di Shopee memiliki risiko yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan. Salah satu risiko utama adalah ketidakpastian dalam hasil yang diperoleh dari penempatan iklan banner. Meskipun penempatan iklan dapat meningkatkan visibilitas produk dan meningkatkan penjualan, tidak ada jaminan bahwa iklan tersebut akan mencapai target audiens yang tepat atau menghasilkan tingkat konversi yang diinginkan. Selain itu, biaya yang dikeluarkan untuk penempatan iklan banner juga dapat menjadi beban tambahan bagi perusahaan, terutama jika tidak

diimbangi dengan peningkatan penjualan yang signifikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis risiko yang cermat dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mengelola risiko tersebut agar dapat memaksimalkan manfaat dari penjualan banner di Shopee. Dalam menghadapi tantangan ini, perusahaan harus mempertimbangkan dengan hati-hati apakah penempatan iklan banner di Shopee merupakan langkah yang tepat untuk strategi pemasaran mereka. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain seperti pembayaran sistem COD dan tren konsumen yang dapat memengaruhi efektivitas kampanye iklan. Dengan melakukan evaluasi menyeluruh dan merencanakan langkah-langkah yang matang, perusahaan dapat meminimalkan risiko dan memastikan bahwa investasi mereka dalam penjualan banner di Shopee memberikan hasil yang diinginkan.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian deskriptif kualitatif dimana penelitian ini digunakan untuk menghasilkan data deskriptif yang berarti bahwa metode ini tidak fokus pada data berbentuk angka. Untuk jenis penelitiannya peneliti menggunakan analisis deskriptif dimana peneliti menggambarkan permasalahan data yang terkumpul. Subjek penelitian yaitu pemilik toko dynasty digital dimana diharapkan untuk mendapat atau menghasilkan informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive untuk menentukan informan dengan cara menentukan informan di antara populasi berdasarkan asumsi bahwa merekalah yang paling mengetahui fenomena seperti (tujuan/masalah dalam penelitian), dengan itu informan dapat mewakili karakteristik populasi yang lebih diketahui sebelumnya. Yang menjadi sumber informasi data untuk penelitian ini adalah pada toko online marketplace shopee dynasty digital yang berdiri sejak 19 November 2021 – sekarang, sedangkan untuk data yang ingin diperoleh adalah mengenai penetapan konsep dalam melakukan pembayaran *Cash On Delivery* (COD) toko dynasty digital di marketplace shopee, mengenai pengukuran risiko dan pengendalian resiko apa saja yang digunakan, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Teknik analisis datanya yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Risiko mengaktifkan fitur *Cash On Delivery* (COD)

Metode *Cash On Delivery* (COD) memungkinkan pembayaran langsung kepada kurir saat barang sampai, tanpa perlu menggunakan transfer bank atau uang elektronik. Masalah timbul ketika pembeli membatalkan pesanan saat kurir sudah dalam perjalanan untuk pengiriman, menyebabkan kerugian bagi penjual yang telah menyiapkan barang tanpa mendapatkan pembayaran yang diharapkan.

Berikut adalah faktor-faktor yang menyebabkan gagal bayar atau pembatalan serta terjadinya retur dalam transaksi *Cash On Delivery*:

1. Pembeli Berubah Pikiran: Pembeli menolak membayar setelah barang diantar karena memutuskan untuk tidak membeli barang tersebut saat itu.
2. Pembeli Tidak Memiliki Uang: Pembeli tidak bisa membayar karena tidak memiliki cukup uang tunai saat barang diantar dan harus dibayar secara langsung.

3. Paket Misterius Tidak Dipesan: Kasus di mana orang memesan barang ke alamat orang lain tanpa persetujuan atau penerima sebenarnya, dan penerima menolak membayar karena mereka tidak memesan barang tersebut.
4. Pembeli Tidak Sengaja Memesan atau Mengklik "Checkout": Pembeli sering kali melakukan kesalahan dengan tidak sengaja memesan atau mengklik tombol "checkout". Setelah memesan, mereka kesulitan membatalkan pesanan karena resi sudah dicetak, dan akhirnya membatalkan pesanan setelah barang dikirim.
5. Pesanan Tidak Sesuai/Rusak pada Transaksi COD: pada transaksi Cash On Delivery, pembeli terkadang memeriksa barang sebelum membayar, meskipun Shopee mengharuskan pembayaran terlebih dahulu. Jika ada ketidaksesuaian atau kerusakan, pembeli bisa mengajukan komplain, namun masih banyak yang tidak memahami aturan ini, mengakibatkan kurir menjadi korban ketidakpuasan pembeli atas kondisi barang.
6. Pembeli tidak dapat dihubungi (no respon): situasi di mana kurir tidak dapat menghubungi pembeli melalui telepon saat hendak mengantarkan pesanan ke alamat yang dituju. Hal ini sering mengakibatkan pembatalan pesanan karena kurir tidak dapat melakukan transaksi pembayaran COD secara langsung dengan pembeli. Penyebabnya bisa beragam, mulai dari pembeli tidak berada di rumah saat pengiriman, tidak meninggalkan uang kepada orang terdekat untuk pembayaran, atau tidak merespon panggilan dari kurir.

Berikut hasil analisis penulis mengenai penetapan konteks dari risiko metode pembayaran COD pada Shopee E-Commerce:

1. Risiko Kerugian Tenaga terjadi saat penjual menghabiskan tenaga untuk menerima pesanan, mencetak nomor resi, dan menyiapkan pesanan untuk dikemas. Proses pengemasan juga membutuhkan tenaga ekstra. Pembatalan pesanan oleh pembeli mengakibatkan tenaga yang sudah diinvestasikan menjadi sia-sia karena semua proses harus diulang atau barang kemasan tidak dapat digunakan kembali.
2. Risiko Kerugian Finansial pada e-commerce terjadi ketika produk yang sudah dipersiapkan tidak terjual karena pembatalan pesanan oleh pembeli. Biaya untuk pengemasan seperti bubble wrap dan kardus menjadi pemborosan jika pesanan dibatalkan, sedangkan barang yang sudah disiapkan sesuai pesanan sulit untuk dijual kembali, mengakibatkan kerugian finansial bagi penjual.
3. Risiko Kerugian Waktu dalam konteks e-commerce seperti Shopee terjadi ketika pembeli membatalkan pesanan. Hal ini menyebabkan penjual menghabiskan waktu yang sebelumnya sudah dialokasikan untuk proses pengemasan, pengiriman, dan mungkin pengembalian barang. Jika pesanan harus dikirim ke lokasi yang jauh dari penjual, waktu yang terbuang akan semakin signifikan. Proses ini tidak hanya mengganggu efisiensi operasional penjual, tetapi juga mengurangi produktivitas karena waktu yang sebelumnya telah diinvestasikan tidak menghasilkan keuntungan yang diharapkan.
4. Risiko Performa Toko Menurun terjadi jika tingkat penolakan pesanan COD tinggi dalam 30 hari terakhir di Shopee. Penjual akan diberi notifikasi peringatan. Jika masalah tidak diperbaiki dalam 30 hari, metode pembayaran COD akan dinonaktifkan secara otomatis di toko penjual.

Penyajian Data dan Analisis Data

Data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara akan diuraikan secara deskriptif

kualitatif untuk melakukan penelitian yang terkait dengan analisis. Manajemen Risiko pada Sistem Pembayaran Cash On Deliver (COD). Peneliti akan menyajikan hasil data wawancara yang di dapat selama proses penelitian.

1. Prosedur dalam melakukan pembayaran *Cash On Delivery* (COD) pada toko online dynasty digital di shopee

Dinasty digital merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang percetakan spanduk. Toko ini memiliki metode transaksi pembayaran salah satunya yang dinamakan COD. COD merupakan sistem transaksin sudah banyak digunakan oleh beberapa pelaku usaha, dalam metode transaksi ini pada toko Dynasty digital memiliki prosedur sebagai berikut:

Hasil wawancara pemilik toko Dynasty digital untuk pembeli (Ilham Hidayat)

"Bagi pelanggan yang hendak membeli barang menggunakan sistem COD, pelanggan cukup memilih sistem pembayaran COD pada pilihan pembayaran di shopee saat mau cekout barang yang hendak di beli dan produk akan dikirimkan langsung sama pihak penjual dan menunggu barang datang di rumah kemudian melakukan pembayaran langsung kepada kurir setelah barang diterima".

Adapun Hasil wawancara pemilik toko Dynasty digital untuk pejual atau toko dynasty digital sendiri (Ilham Hidayat)

"untuk penjual melalui marketplace shopee cukup aktifkan fitur COD pada akun Marketplace"

2. Pengukuran risiko pada metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) toko Dynasty Digital
Dinasty Digital merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang penjualan barang spanduk yang juga melakukan pengukuran terhadap risiko agar dapat mengetahui tinggi rendahnya risiko yang mungkin akan dihadapi dan dampak dari risiko terhadap kinerja perusahaan serta memprioritaskan risiko terbesar untuk lebih ditangani.

Hasil wawancara pemilik toko Dynasty digital untuk pembeli (Ilham Hidayat)

"Untuk menghindari risiko agar tidak sampai terjadi pertama kita melakukan analisa data pesanan pelanggan untuk mengetahui alamat dan pesannya bayak atau tidak karna dapat membantu mengurangi kerugian apabila pesnana tidak diterima pembeli, kedua saya pastikan pembeli respon atau tidak saat di chat di aplikasi shopee jika memang pembeli melakukan request pada pesanan, karena dengan di bls nya chat berarti pembeli memang berniat untuk menerima barang tersebut dan mengurangi resiko pembatalan, ketiga saya sebagai pengguna akan selalu melacak resi paket saya lewat aplikasi shopee pada bagian barang sudah dikirim agar dapat mengetahui barang saya sampai mana, kalau paket sudah diterima yang bersangkutan berarti barang sudah melakukan transaksi pembayaran agar barang saya tidak return (kembali) dan tidak ada masalah."

3. Analisis pengendalian manajemen risiko pada metode pembayaran COD Toko Dynasty Digital

Pada penelitian ini strategi yang digunakan dalam pengendalian risiko sistem pembayaran Cash On Delivery (COD) peneliti menggunakan beberapa cara yang telah penulis uraikan berdasarkan kasus yang dialami. Hasil wawancara dari pihak penjual dynasty digital yang juga salah satu pengguna sistem pembayaran Cash On Delivery

(COD).

- a. Analisis Penghindaran Risiko (*Risk Avoidance*) dimana upaya untuk menghentikan atau penghapusan risiko yang memungkinkan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Adapun Hasil wawancara pemilik toko Dynasty digital untuk pembeli (Ilham Hidayat):

“Dalam hal ini untuk menghindari kita selalu pastikan seperti jumlah barang atau besar ukuran yang ingin dibeli pembeli, memeriksa apakah pembeli serius membeli dengan cara kami memastikan melalui personal chat pembeli, jika direspon berarti serius dan sebaliknya jika tidak direspon kami kirimkan barang rusak terlebih dahulu nanti dilakukan pengembalian dana agar toko tidak mendapatkan risiko pinalti dari shopee yang memberikan performa buruk terhadap toko”.

- b. Analisis pencegahan kerugian (*Loss Retention*) yang toko dynasty digital: pada hal ini bertujuan mengurangi risiko yang dapat muncul di masa depan. Adapun Hasil wawancara pemilik toko Dynasty digital untuk pembeli (Ilham Hidayat):

“untuk menghindari risiko yang akan terjadi kami akan memberikan sanksi kepada pembeli yakni dengan cara melakukan pengiriman sekali jika gagal kami akan chat pembeli dan menginfokan untuk melakukan pembayaran dengan online payment jika tidak maka pesanan tidak akan kami proses”.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko Dynasty Digital, langkah-langkah pencegahan kerugian yang dilakukan meliputi memberikan sanksi kepada pembeli yang tidak melakukan pembayaran secara online, serta melakukan pengiriman sekali dan memberitahu pembeli untuk melakukan pembayaran online. Dengan demikian, toko Dynasty Digital berusaha untuk mengurangi risiko kerugian tanpa harus menghilangkannya sepenuhnya. Selain itu, penting bagi toko untuk terus melakukan analisis dan evaluasi terhadap strategi pencegahan kerugian yang telah dilakukan agar dapat meningkatkan efektivitasnya di masa depan. Hal ini akan memastikan bahwa toko Dynasty Digital tetap dapat beroperasi dengan baik dan mengurangi potensi kerugian yang mungkin terjadi. Dengan adanya analisis dan evaluasi yang terus dilakukan, toko ini dapat terus memperbaiki dan mengembangkan strategi pencegahan kerugian agar tetap relevan dan efektif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Saran bagi marketplace Shopee, perlu mengimplementasikan kebijakan yang lebih jelas dan transparan, memberikan perlindungan yang lebih baik bagi penjual terhadap pembatalan sepihak, serta memberikan edukasi kepada penjual dan pembeli tentang risiko dan prosedur transaksi COD. Sistem konfirmasi yang kuat juga perlu dikembangkan untuk memastikan validitas pesanan sebelum pengiriman. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mengurangi risiko dan meningkatkan kepercayaan dalam penggunaan fitur COD.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, P. and Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing. Pearson Education Limited.
 [2] Armstrong, J. and Cunningham, M. (2019). The Handbook of Strategic Marketing. Routledge.
 [3] Smith, P. and Taylor, J. (2018). Marketing Management: An International Perspective. Cengage Learning.

- [4] Porter, M. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- [5] Ries, A. and Trout, J. (2000). *Positioning: The Battle for Your Mind*. McGraw-Hill.
- [6] Wong, L., & Tan, K. (2019). Understanding the Risks and Benefits of Cash On Delivery for E-Commerce Sellers. *International Journal of Business Studies*, 7(4), 56-72.
- [7] Lee, S., & Kim, H. (2018). Consumer Behavior and Attitudes Towards Cash On Delivery in Online Shopping: A Comparative Study of Different Age Groups. *Journal of Consumer Research*, 25(3), 110-125.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN