



**METODE COD: PERILAKU TIDAK BERTANGGUNG JAWAB GEN Z
DALAM BERBELANJA ONLINE**

Karina Mukti Nurcahyani, Marzha Ratu Nazhma

Achmad Buchori, M.Si, Evi Luthfiah, S.Pd

Madrasah Tsanawiyah Negeri 8 Jakarta Barat

Jalan Seruni Komplek Btn Kresek Indah Duri Kosambi, Cengkareng, Jakarta Barat

karinamukti.2505@gmail.com

Abstrak - Peran media sosial sangat penting dalam dunia bisnis karena merupakan alat promosi yang efektif yang dapat diakses oleh siapa saja sehingga membuat jaringan promosi lebih fleksibel. Salah satunya dengan metode COD. Sekitar 54% penduduk Indonesia memiliki akses terhadap e-commerce, dengan Generasi Z khususnya menggunakan situs seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku Gen Z dalam berbelanja online menggunakan metode COD dan mengetahui perubahan perilaku tidak bertanggung jawab Gen Z dalam menggunakan metode COD menjadi perilaku bertanggung jawab. Pada penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara semi terstruktur. Subjek penelitian ini adalah 4 orang siswa MTsN 8 Jakarta dikelas 8, 2 orang tua siswa tersebut, dan 2 orang guru. Hasil dari penelitian ini adalah banyak ditemukan Gen Z yang tidak bertanggung jawab menggunakan metode COD disebabkan mereka lupa, tidak tahu kapan barang itu sampai, dan sedang tidak berada di rumah.

Kata Kunci: *Gen Z, Metode COD, Perilaku Tidak Bertanggung Jawab*

A. Pendahuluan

Di zaman globalisasi ini, perkembangan media internet terus berkembang pesat. Media internet telah menjadi bagian yang sangat penting dalam dunia ekonomi dan memenuhi kebutuhan manusia. Menurut data dari Kominfo We Are Social 2023, 77% masyarakat Indonesia adalah pengguna internet. Setiap barang menjadi lebih praktis dan mudah digunakan dengan tersedianya media internet. Faktanya, penjualan barang dan jasa dapat dilakukan secara daring (Jakarta Kompas.com). Sekitar 54% penduduk Indonesia memiliki akses terhadap e-commerce, dengan Generasi Z khususnya menggunakan situs seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia. (Jakarta Kompas.com).

Peran media sosial sangat penting dalam dunia bisnis karena merupakan alat promosi yang efektif yang dapat diakses oleh siapa saja sehingga membuat jaringan promosi lebih

fleksibel. Media sosial salah satu alat yang paling penting bagi banyak bisnis dan cara terbaik untuk melibatkan pelanggan dan klien secara bersamaan. Banyak bisnis dan cara terbaik untuk melibatkan media Platform sosial seperti YouTube, Facebook, Twitter, dan blog sangat bermanfaat bagi bisnis dan lebih efisien daripada media tradisional seperti iklan papan reklame (Khatimah, 2018).

Ada berbagai metode pembayaran yang dapat digunakan oleh para pembeli, seperti Dana, Transfer, Gopay, dan COD. Namun, berdasarkan survei dari Badan Pusat Statistik BPS berjudul Statistik E-commerce 2022. Mayoritas usaha e-commerce sebesar 83,11% lebih memilih menggunakan metode pembayaran Cash On Delivery (COD). Fenomena saat ini banyak ditemui di masyarakat ketika seorang remaja membeli dengan metode COD, ternyata orang tua yang harus membayarnya tanpa sepengetahuan sebelumnya. Hal ini menunjukkan kurangnya tanggung jawab dari generasi Z dalam menggunakan metode pembayaran COD, yang tentunya merugikan orang tua, kurir, dan penjual (Gani, 2020).

Berdasarkan permasalahan tersebut kami sebagai peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Metode COD : perilaku tidak bertanggung jawab Gen Z dalam berbelanja Online (studi kasus MTsN 8 Jakarta) dimana kami akan mewawancarai setiap siswa MTsN 8 Jakarta yang tidak bertanggung jawab dalam menggunakan metode COD. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui perilaku Gen Z dalam berbelanja online menggunakan metode COD dan mengetahui perubahan perilaku tidak bertanggung Jawab Gen Z dalam menggunakan metode COD menjadi perilaku bertanggung jawab.

B. Kajian Teori dan Tinjauan Pustaka

1. Kajian Teori

Dalam penelitian ini digunakan teori konstruksi sosial dan teori perilaku konsumen. Teori konstruksi sosial adalah teori yang diajukan oleh Berger dan Lukman, teori ini merupakan teori sosiologi computer yang berlandaskan pada sosiologi pengetahuan. Di dalamnya terdapat pemahaman bahwa realitas dibangun secara sosial (Asmanidar, 2021).

Realitas merupakan asumsi dasar teori konstruksi sosial. Mereka menjelaskan realitas sosial melibatkan pemisahan antara pemahaman, kenyataan, dan pengetahuan realitas sebagai suatu kualitas yang terdapat pada realitas yang diakui dan memiliki keberadaan yang tidak tergantung pada keinginan sendiri. Pengetahuan didefinisikan itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. Dikatakan bahwa terjadi dialektika antara individu yang menciptakan masyarakat dan masyarakat yang menciptakan sebagai

keyakinan bahwa realitas pandangan mereka, proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi (Nugraha, 2021).

Teori perilaku konsumen berkaitan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh individu atau kelompok ketika membeli atau menggunakan produk atau layanan, yang mencakup proses kognitif yang terlibat dalam memperoleh produk atau layanan yang diinginkan. Berbagai elemen seperti faktor budaya, sosial, dan pribadi berpotensi berdampak pada perilaku konsumen dengan mempelajari perilaku konsumen akan bermanfaat untuk menunjang suksesnya perusahaan dalam memasarkan produk kepada konsumen. Konsumen adalah individu atau kelompok yang menggunakan produk atau layanan untuk melakukan pembelian atau menggunakannya sebagai sarana memfasilitasi proses pembelian sehingga mereka dapat memperoleh produk atau layanan yang diinginkan (Nugraha, 2021).

2. Tinjauan Pustaka

a. Bisnis Belanja Online

- 1) Shoope : Shopee adalah belanja online yang tersedia di Taiwan dan Asia Tenggara, dibentuk oleh Forest Li pada 5 Februari 2015, sebagai platform yang melayani semua wilayah dan menawarkan pengguna pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat dengan pembayaran yang kuat dan analitik yang tangguh (Afrianto, 2021).
- 2) Lazada : Lazada adalah salah satu marketplace atau tempat jual beli berbasis digital yang besar di Indonesia. Lazada yang didirikan oleh Rocket Internet sejak 27 Maret 2012 hingga saat ini sudah berkembang pesat (Afrianto, 2021).
- 3) Tokopedia : Tokopedia adalah bisnis online yang memungkinkan setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis online mereka dengan cara yang mudah dan gratis, serta memungkinkan pengalaman perdagangan daring yang lebih menyenangkan dan aman. Perdagangan daring yang aman ini didirikan oleh William Tanuwijaya, Leon Tinus Alpha Edison Tanuwijaya, tanggal 17 Agustus 2009, dan berkolaborasi dengan Go to dan tik tok (Afrianto, 2021).

b. Metode Pembayaran

Banyak sekali metode pembayaran yang bisa kalian gunakan saat berbelanja online contohnya adalah:

- 1) Dana: adalah sepenuhnya platform pembayaran digital yang dapat diakses melalui Bank Indonesia (BI). Dana adalah platform terbuka yang dapat digunakan dengan berbagai aplikasi konvensional. diperkenalkan oleh perusahaan yang baru berdiri dan mematuhi hukum Indonesia. Dimulai dari transaksi cepat transaksi untuk semua layanan Gojek dan transaksi Rekan Usaha semua transaksi diselesaikan bersamaan dengan GoPay, termasuk transfer dan transaksi uang (Sulaeman, 2019).
- 2) Gopay: GoPay merupakan dompet digital. Dari kelancaran transaksi untuk semua layanan Gojek dan transaksi Rekan Usaha, hingga kemudahan transfer atau penerimaan uang, semua transaksi dilakukan jasa GoPay. dan transaksi Rekan Usaha untuk memudahkan transfer atau penerimaan uang, semua transaksi dilakukan melalui GoPay (Sulaeman, 2019).
- 3) Transfer: Metode pembayaran dengan transfer bank adalah pembayaran melalui rekening bank sama seperti transfer Antar Nasabah. Selain itu ada COD atau bayar di tempat dengan Metode Cash on Delivery, marketplace dilakukan melalui sistem pembayaran dilakukan secara tunai atau saat barang diantar ke alamat pembeli. Pasar dilakukan menggunakan sistem pembayaran di dalam toko, yang berarti pembayaran dilakukan secara tunai atau dengan kartu kredit saat barang dikirimkan ke alamat pembeli (Sulaeman, 2019).

Penelitian tentang COD telah dilakukan oleh Andriani (2020) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh sistem gratis ongkir dan review terhadap keinginan pembelian barang dalam jumlah besar di Lazada, hasil penelitian tersebut studi menunjukkan bahwa sistem pembayaran COD tidak berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk membeli barang dalam jumlah besar di Lazada karena COD merupakan satu dari sedikit metode pembayaran yang tersedia saat ini untuk memudahkan konsumen menyelesaikan transaksi. kedua adalah bebas biaya, dan memiliki dampak positif terhadap jumlah uang yang dibelanjakan pembeli untuk produk di Lazada karena margin penjualan sering kali lebih tinggi daripada harga produk, yang mendorong pembeli untuk menggunakan kartu kredit mereka. ketiga adalah ulasan pembeli untuk produk di Lazada. persaman penelitian ini dengan penelitian kami sama-sama meneliti tentang COD dan perbedaannya adalah bahwa penelitian yang diteliti oleh Andrian tentang gratis ongkir dan review terhadap minat beli baju di Lazada.

Penelitian selanjutnya adalah dari Narida (2021) untuk mengetahui persepsi pengguna e-commerce mengenai kualitas informasi yang diberikan oleh Shopee mengenai prosedur pembelian barang dengan metode pembayaran COD dan untuk mengetahui persepsi pengguna e-commerce terhadap kualitas informasi yang diberikan Shopee mengenai prosedur pembelian barang dengan metode pembayaran COD dan apakah persepsi tersebut sudah sesuai atau belum berpotensi menghasilkan penjualan ke perusahaan pengiriman cepat. Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut pertama yaitu tiga informan memiliki persepsi bahwa kualitas informasi yang disampaikan oleh Shopee melalui aplikasi terkait dengan aturan pembayaran, larangan membuka paket sebelum dibayar, dan prosedur pengembalian barang dinilai belum akurat, belum tepat waktu, belum relevan dan belum lengkap. Dua orang informan individu beranggapan bahwa informasi yang diberikan Shopee melalui aplikasinya terkait pembelian produk yang dilakukan melalui metode pembayaran COD akan memaksimalkan keuntungan bisnis dibandingkan dengan menginformasikan kepada pembeli mengenai transaksi yang terjadi. Memiliki keyakinan bahwa informasi yang diberikan Shopee melalui aplikasinya terkait pembelian produk yang dilakukan melalui metode pembayaran COD memaksimalkan keuntungan bisnis dibandingkan dengan menginformasikan pembeli tentang transaksi yang terjadi. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang COD namun perbedaannya bahwa penelitian yang ia teliti tentang apakah pembelian barang dengan metode COD berdampak pada terjadinya pengancaman kepada kurir.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Suparto (2022). Tujuannya adalah untuk memahami perlindungan terhadap penjualan di toko online dengan menggunakan sistem pembayaran cod dari perspektif hukum konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa hukum di Indonesia cukup efektif dalam melindungi konsumen; namun demikian, peraturan tertentu yang terdapat dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen tidak memberikan perlindungan yang setara bagi mereka yang memiliki properti. Sekalipun jika perjanjian yang disebutkan sebelumnya menjelaskan hak dan kewajiban pemilik bisnis. Namun tidak membahas apa yang terjadi jika hak- hak pemilik tersebut dilanggar. Penerapan implementasi dari Undang-Undang sangat penting untuk melindungi para penjual, hal ini dilakukan untuk membantu semua pihak yang terlibat dalam transaksi penjualan daring yang menggunakan metode pembayaran COD. Kebijakan setingkat sangat penting untuk melindungi para penjual,

hal ini dilakukan untuk membantu semua pihak yang terlibat dalam transaksi penjualan online yang menggunakan metode pembayaran COD. Hubungan antara penelitian ini dengan penelitian kami adalah keduanya sama-sama meneliti tentang COD dan perbedaannya bahwa penelitian ini meneliti tentang perspektif hukum perlindungan tentang penggunaan metode COD.

C. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan latar alamiah untuk menggambarkan fenomena yang sedang berlangsung, serta melibatkan berbagai metode yang tersedia (Anggito, 2018). Studi kasus adalah pendekatan yang dilakukan untuk mencari informasi langsung dengan cara mendatangi informan dan mencari tahu informasi tentang masalah dari penelitian.

2. Subjek penelitian

- a. Siswa MTsN 8 Jakarta kelas 8 sebanyak 4 siswa
- b. Guru 2 orang
- c. Orang tua siswa 2 orang

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan menyelesaikan masalah peneliti akan melakukan wawancara. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi struktur adalah wawancara mendalam kepada seseorang atau kepada se kelompok orang dengan menyiapkan rangkaian pertanyaan dan kemudia menggali lebih dalam respons dari informan. peneliti berencana melakukan penelitian pada bulan Juli. dan akan di laksanakan di mtsn 8 jakarta dan di rumah orang tua siswa. setiap wawancara di laksanakan sekitar 10 - 15 menit dan peneliti akan meminta izin terlebih dahulu kepada informan sebelum merekam proses wawancara.

4. Rencana Analisis Data

Menurut Miles & Huberman bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu;

- a. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis.

- b. Analisis data suatu informasi yang tidak meningkatkan kemungkinan terjadinya penarikan pengambilan Tindakan dan Kesimpulan.
- c. Penarikan kesimpulan Menurut Miles dan Huberman. hasilnya hanya salah satu dari dua langkah dalam konfigurasi yang tepat. Harus juga menjadi ada keberagaman. saat penelitian sedang berlangsung (Miles & Huberman, 1992).

D. Hasil Dan Pembahasan

Pada penelitian ini menguraikan data hasil dari wawancara yang dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu pengetahuan, jenis barang, dan perilaku yang berhubungan dengan permasalahan penelitian kami tentang Metode COD : Perilaku Tidak Bertanggung Jawab Gen Z Dalam Berbelanja *Online* (Studi Kasus MTsN 8 Jakarta).

1. Pengetahuan

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dengan para siswa MTsN 8 Jakarta sebagai informan tentang apakah mereka mengetahui tentang metode COD dan apakah mereka pernah memesan barang dengan metode tersebut. Berikut ini adalah hasil wawancara siswa :

Keterangan pertama yang diberikan oleh s1 serupa dengan keterangan dari informan lainnya yaitu:

“saya tahu tentang bagaimana cara menggunakan metode COD dan Saya juga pernah. Karna itu lebih gampang jika saya menggunakan metode COD (s1 2024)’

Lalu keterangan yang diberikan oleh s2 yaitu:

“saya tahu karna orang tua saya juga memesan dengan menggunakan metode COD dan saya diajarkan oleh orang tua tentang cara membayarnya (S2 2024)”

Dilanjutkan oleh s3 sebagai informan selanjutnya yaitu:

“saya tahu sebab dengan cara COD saya lebih gampang untuk membayar pesanan yang pesan itu (s3 2024)”

Kemudian keterangan yang terakhir diberikan oleh s4 yaitu:

“saya tahu dan pernah karna terkadang orang tua saya tidak bisa mentransferkan Uang untuk membayar paket tersebut (s4 2024)”

Tidak hanya siswa saja tetapi para peneliti juga mewawancarai para orang tua karna ini juga berkaitan dengan orang tua seperti dan orang tua memberikan keterangan sebagai berikut:

Keterangan pertama yang diberikan oleh o1 juga serupa dengan keterangan dari orang tua lainnya yaitu:

“saya tahu bagaimana cara memesan belanja online menggunakan cod karna terkadang saya tidak sempat untuk mentransfer duit nya (o1 2024)”

Lalu berikutnya di o2 sebagai informan selanjutnya:

“awal nya saya tidak tahu bagaimana sistem pembayaran cod itu tetapi anak saya yang mengajarkan saya cara memesan dengan menggunakan sistem pembayaran cod”

Peneliti juga mencoba mewawancarai para guru yang ada di MTsN 8 Jakarta ini dan menanyakan apakah mereka tahu dan pernah memesan menggunakan sistem pembayaran cod itu dan mereka pun memberikan keterangannya sebagai berikut:

Keterangan pertama dari g1 yaitu:

“Saya tahu bagaimana sistem pembayaran COD itu dan pernah memakai nya karna saya mau trasfer di rekening tidak ada uang tetapi males juga untuk keluar ke indomaret”

Selanjutnya keterangan terakhir dari g2 yaitu :

“Iya saya tau pembayaran cod adalah pembayaran yang dilakukan di tempat dan saya juga pernah membeli barang menggunakan pembayaran COD”

Pengetahuan tersebut adalah semakin berkembangnya media sosial jadi memudahkan kita untuk membayar pesanan tanpa harus keluar rumah, semua orang mengetahui dan pernah menggunakan metode pembayaran cod karena tidak semua orang sempat untuk mentransfer atau ke bank terdekat. Hal ini sesuai dengan teori bahwa pengetahuan masyarakat akan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi.

2. Jenis Barang

Selain menanyakan tentang pengetahuan peneliti juga menanyakan jenis barang apa saja yang sering dibeli dan siapa yang membayar pesanan tersebut seperti keterangan dari para siswa MTsN 8 Jakarta berikut:

Keterangan dari s1 adalah:

“barang yang saya sering beli menggunakan aplikasi lazada adalah sepatu karna biasanya di online itu lebih murah harganya dan biasanya yang membayar barang itu adalah ibu saya (S1 2024). “

Lalu keterangan dari s2 adalah :

“barang yang saya beli adalah berupa baju karna biasanya kalau beli di online itu lebih banyak baju yang sedang trend di medsos sekarang. Tetapi terkadang saya juga tidak ada di rumah jadi yang membayarnya adalah orang tua saya (S2 2024).”

Kemudian keterangan dari s3 yaitu:

“Barang yang sering dipesan oleh saya itu biasanya sih tas karna lebih awet kalau beli di toko online namun terkadang barang itu sampai ketika saya sedang di luar jadi yg membayar nya adalah orang tua saya (S3 2024).”

Lalu dari s4 sebagai siswa terakhir yaitu:

“Barang yang saya sering beli di shoope itu tuh adalah kerudung karna saya biasanya mendapatkan diskon yang sangat lumayan dan yang membayarnya adalah ibu saya (S4 2024)”

Orang tua yang kami wawancarai juga kami menanyakan kepada mereka apa saja barang yang mereka pesan dan pernah kah mereka menerima barang yang bukan pesannya menggunakan metode cod dan sudah berapa kali hal tersebut terjadi :

Keterangan pertama dari o1 yaitu:

“Barang yang saya beli biasanya alat make up karna saya tidak sempat untuk membelinya keluar rumah dan saya juga pernah menerima barang yang tidak pernah saya pesan. Karna ternyata barang itu adalah pesanan anak saya dan itu sudah sering terjadi (o1 2024)”

Selanjutnya dari o2 yaitu:

“Barang yang saya sering pesan adalah batu akik karna biasanya kalau di online itu lebih banyak variasi nya dan saya juga pernah menerima barang dengan alamat saya tetapi ternyata itu bukan barang punya orang rumah karena entah mungkin salah ketik dari pihak pembelinya tetapi itu pertama kali hal itu terjadi(o2 2024).”

Namun guru juga peneliti tanyakan tentang barang yang sering di pesan oleh mereka dan adakah pengalaman menerima barang yang tidak pernah di pesannya sudah berapa kali hal itu terjadi.

Dari keterangan g1 yaitu:

“Barang yang saya sering pesan itu adalah baju gamis dari toko online langganan saya di aplikasi shoope dan saya juga pernah menerima barang yang tidak pernah saya pesan karena ternyata itu adalah pesanan anak pertama saya dan itu terjadi lebih dari 3 kali (G2 2024)”

Lalu dari keterangan g2 yaitu:

“Barang yang saya sering pesan adalah keperluan rumah tangga karna saya punya toko langganan di online yang kualitas nya sangat bagus lalu saya juga pernah menerima barang sekitar 2 bulan yang lalu dan itu terjadi selama 2 kali (G2 2024).”

Kesimpulan dari keterangan informan di atas adalah bahwa barang yang mereka pesan itu banyak sekali jenisnya karena berbagai hal dan terkadang barang yang anak pesan harus di bayar oleh orang yang berada di rumahnya sebab yang memesan barang tersebut sedang tidak ada di rumah dan barang yang diterima walau tidak pernah memesannya itu karna kesalahan pembeli menentukan alamatnya atau anak yang tidak konfirmasi terlebih dahulu ke orang tua.

3. Perilaku

Peneliti juga menanyakan tentang bagaimana perilaku dari para siswa yang memesan barang menggunakan metode pembayaran COD tersebut yaitu:

Dari keterangan s1 adalah:

“Saya pernah tidak membayar barang yang sudah saya pesa itu karna saya lupa kalau saya memesan barang tersebut. saya juga pernah berpura pura lupa Karena harga nya mahal mangkanya saya berpura pura lupa agar orang tua yg membayarnya. Walaupun saya sudah konfirmasi kepada orang tua tetapi orang tua tetap saja memarahi saya (S1 2024)”

Lalu keterangan dari s2 adalah:

“Saya tidak pernah memesan barang tanpa saya bayar tetapi saya terkadang lupa untuk mengkonfirmasi kepada orang tua. Mangkanya orang tua saya yang membayarnya jika saya tidak berada di rumah. Lalu saya mengganti uang yang dibayar oleh orang tua saya dan orang tua saya menasehati saya untuk mengkonfirmasi dahulu kepada mereka sebelum memesan barang tersebut (S2 2024)”

Lalu keterangan dari s3 adalah:

“Saya terkadang membayar dan menitip kan uang ke orang tua Ketika tidak berada di rumah. Saya juga lupa jika saya memesan barang. Dan Saya tidak pernah berpura pura lupa dengan pesanan saya. Saya terkadang tidak konfirmasi terlebih dahulu kepada orang tua. Dan respon orang tua adalah memarahi dan seharusnya saya mengkonfirmasi dulu ke orang tua agar orang tua tau tentang pesanan saya (S3 2024)”

Kemudian keterangan dari s4 adalah:

“Saya pernah tidak membayar pesanan tersebut Alasan saya tidak membayar barang tersebut karena sedang tidak ada di rumah. Dan saya tidak pernah ber pura pura lupa dengan barang yg sudah di pesan terkadang sudah memberitahu terlebih dahulu Ketika ingin memesan barang dan Respon orang tua Ketika paket sampai adalah menasehatinya (S4 2024)”

Orang tua yang kami wawancarai juga kami tanyakan tentang bagaimana perilaku anak yang memesan barang menggunakan pembayaran cod tersebut yaitu dengan menanyakan keterangan mereka seperti berikut:

Keterangan dari o1 adalah:

“Saya pernah menerima barang atas nama anak saya tanpa saya tahu kalau ternyata anak saya memesan barang tersebut. saya mengetahui barang tersebut milik anak saya dari nama yang ada di paket tersebut lalu karna paket itu sudah sampai di rumah jadi saya yang membayar barang tersebut”

Keterangan dari o2 yaitu:

“saya pernah menerima barang dengan nama anak saya dan saya menentukan bawa paket itu benar milik anak saya dengan cara melihat nama pemesan dan alamat nya yang tepat. Ketika barang itu sampai saya menalangi dengan uang saya terlebih dahulu(O2 2024)”

Ternyata hal tersebut juga terjadi kepada guru jadi peneliti menanyakan juga kepada guru tentang bagaimana perilaku anaknya dalam menggunakan metode cod:

Keterangan dari guru pertama yaitu:

“Dulu saya sering menerima barang atas nama anak saya tetapi sekra ng sudah tidak terlalu sering saya menentukan nya dengan cara melihat nama dan alamat nya benar

atau tidak nya. kalau benar mau gamau saya harus membayar dan menerima barang tersebut (G1 2024)”

Keterangan dari guru terakhir yaitu guru kedua adalah:

“Saya pernah menerima barang dengan atas nama anak saya hal itu pernah dilakukan oleh anak saya yang paling kecil sebanyak 3 kali saya kaget tetapi saat saya lihat harganya ternyata hanya 30.000 an lah. Saya menentukan barang tersebut adalah benar milik anak saya lewat nama yang tertera dan saya tanyakan langsung kepada anak nya apakah itu benar milik nya atau bukan. Karna dari awal anak saya tidak memberitahu saya kalau dia memesan barang tersebut. Dan karna paket tersebut hanya 30.000 an jadi saya bayar saja barang tersebut (g2 2024)”

Dari keterangan tentang perilaku tersebut bisa disimpulkan bahwa kebanyakan dari anak tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu kepada orang tuanya dan menyebabkan orang tua tidak tahu bahwa anak tersebut memesan barang lewat metode COD jadi orang tua yang harus membayar paket tersebut dan orang tua pun memarahi anak tersebut atau menasehatinya.

Perilaku tidak bertanggung jawab Gen Z dalam memakai metode pembayaran COD dikarenakan mereka lupa kalau mereka memesan barang tersebut dan tidak tahu pasti kapan barang tersebut sampai kepada alamatnya, terkadang barang itu sampai di rumah saat pemesan sedang tidak ada di rumah. Hal itu yang membuat orang yang berada di rumah harus membayar barang yang sudah sampai pada alamatnya. Perilaku konsumen berkaitan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh individu atau kelompok ketika membeli atau menggunakan produk atau layanan, yang mencakup proses kognitif yang terlibat dalam memperoleh produk atau layanan yang diinginkan.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Perilaku tidak bertanggung jawab Gen Z dalam memakai metode pembayaran COD dikarenakan mereka lupa kalau mereka memesan barang tersebut dan tidak tahu pasti kapan barang tersebut sampai kepada alamat nya, terkadang barang itu sampai di rumah saat pemesan sedang tidak ada di rumah. Hal itu yang membuat orang yang berada di rumah harus membayar barang yang sudah sampai pada alamatnya dan juga kurangnya komunikasi antara Gen Z dan orang tua menjadi salah satu penyebabnya.

2. Saran

Penulis dapat memberikan saran bahwa diharapkan orang tua dapat memberikan edukasi kepada anaknya atau kepada putra putrinya dalam melakukan pembelian dengan menggunakan sistem cash on delivery (COD). Diharapkan bagi perusahaan market place membuat peraturan bagi konsumen yang usianya di bawah 17 tahun agar tidak bisa menggunakan sistem cash on delivery (COD) agar tidak ada pihak yang di rugikan

Daftar Pustaka

- Afrianto, A P., Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1).
- Andriani, E. R., Agung, P., Sri, A. (2022). *Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli Terhadap Minat Beli Baju di Lazada*. Skripsi: Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Anggito, A., Johan, S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi : CV Jejak.
- Asmanidar. (2021). Suluk dan Perubahan Perilaku Sosial Salik (Telaah Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger dan Thomas Luckman). *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama*, 1(1), 99-107.
- Gani, A. 6. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap perkembangan Anak Remaja. *Jurnal Mitra Manajemen*, 32-42.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat *Jurnal Tasamuh* 16(1), 119-135.
- Miles, B. M., Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Narida, Marshalin Gloria. (2021). Persepsi Pengguna E-commerce Terhadap Kualitas Informasi Pembeuan Barang Dengan Metode Pembayaran Cach on Delivery (COD) Berdampak Packa Terjadinya Pengancaman kepata kurir Jasa Expedisi. *Jurnal KINESIK*, 8(2), 176-188.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Respati, Agustinus Rangga. (2023). Tips Menghindari Kerugian Pembayaran “COD” Bagi Pelaku UMKM. <https://money.kompas.com/read/2023/11/06/081300726/tips-menghindarikerugian-pembayaran-cod-bagi-pelaku-umkm> (11 Juni 2023).

Suparto, S., Gultom, E. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Penjual Pada Transaksi Online Shop Dengan Menggunakan Sistem Pembayaran COD Dalam Perspektif Hukum Perlindungan. *Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, 9 (3).

Suleiman, A. (2019). *Investasi Cina di Sektor Fintech Indonesia Interaksinya dengan Perkembangan Tata Kelola Regulasi Indonesia*. Jakarta: Center for Indonesian Policy Studies.