



Tanggung Jawab Konsumen Terhadap Transaksi Cash On Delivery Bermasalah Pada Jual Beli di E- Commerce

*Consumer Responsibility For Problematic Cash On Delivery Transaction In
E- Commerce Buying And Selling*

Andika Nellsen Saputra

Fakultas Hukum, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mataram

Email: nellsenlong@gmail.com

Wahyudin

Fakultas Hukum, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mataram

Email: Wahyudin@unram.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab konsumen terhadap transaksi Cash on Delivery (COD) bermasalah dalam konteks jual beli di e-commerce, dengan fokus pada permasalahan yang timbul akibat kesalahan konsumen. Metode pembayaran COD, yang memungkinkan pembayaran tunai saat barang diterima, diperkenalkan untuk meningkatkan kepercayaan dan kemudahan konsumen. Namun, praktik implementasinya seringkali menimbulkan permasalahan yang melibatkan marketplace, penjual, penyedia jasa ekspedisi, kurir, dan pembeli. Penelitian ini mengidentifikasi pola transaksi COD bermasalah, di mana miskonsepsi konsumen terhadap mekanisme COD, seperti anggapan dapat membuka barang sebelum membayar atau menolak pembayaran tanpa alasan yang sah, menjadi sumber utama konflik. Faktor-faktor penyebab permasalahan dari sisi konsumen meliputi kurangnya pemahaman mekanisme COD, ketidakseriusan dalam pemesanan, dan ketidakcermatan dalam membaca deskripsi produk. Akibatnya, tindakan konsumen yang membatalkan pesanan atau menolak membayar tanpa dasar yang kuat dapat dikategorikan sebagai wanprestasi, yang berpotensi merugikan pihak penjual dan kurir. Penelitian ini juga mengaitkan perilaku konsumen dengan kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta menekankan pentingnya asas ketelitian dan kehati-hatian dalam transaksi daring. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa konsumen memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan kewajiban pembayaran sesuai dengan pesanan yang diterima, kecuali terdapat ketidaksesuaian atau cacat produk yang valid. Pemahaman yang komprehensif terhadap syarat dan ketentuan transaksi COD menjadi krusial bagi konsumen untuk menghindari permasalahan dan menunaikan tanggung jawabnya dalam ekosistem jual beli e-commerce.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab Konsumen, Cash on Delivery (COD), Transaksi Bermasalah, E- Commerce, Perlindungan Konsumen.*

Abstract

This study analyses consumer responsibility for problematic Cash on Delivery (COD) transactions in e-commerce buying and selling, focusing on problems arising from consumer error. The COD payment method, which allows cash payments upon receipt of goods, was introduced to increase consumer trust and convenience. However, its implementation often causes problems involving marketplaces, sellers, shipping service providers, couriers, and buyers. This study identifies problematic COD transaction patterns, where consumer misconceptions about the COD mechanism, such as the assumption that they can open goods before paying or refuse payment without a valid reason, are the primary sources of conflict. Factors causing



problems from the consumer side include a lack of understanding of the COD mechanism, a lack of seriousness in ordering, and inattention in reading product descriptions. As a result, consumer actions that cancel orders or refuse to pay without a strong basis can be categorised as default, potentially harming the seller and the courier. This study also links consumer behaviour with the obligations stipulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. It emphasises the importance of accuracy and caution in online transactions. This study confirms that consumers are responsible for carrying out payment obligations under the orders received, unless there is a valid product discrepancy or defect. A comprehensive understanding of the terms and conditions of COD transactions is crucial for consumers to avoid problems and fulfil their responsibilities in the e-commerce buying and selling ecosystem.

Keywords: *Consumer Responsibility, Cash on Delivery (COD), Problematic Transactions, E-Commerce, Consumer Protection*

A. PENDAHULUAN

Pembayaran *Cash On Delivery* (COD) merupakan salah satu metode yang mulai populer di kalangan konsumen di Indonesia yang berbelanja di situs *online* Namun, sering kali timbul suatu permasalahan ketika konsumen tidak mau membayar atau menolak untuk membayar barang yang sudah diterima yang dikategorikan sebagai perbuatan wanprestasi hal ini merugikan bagi kurir karena menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha dan kurir karena tidak mendapatkan pembayaran yang seharusnya. Kasus konsumen terjadi karena tidak pahamnya konsumen terhadap sistem pembayaran COD, yang telah mengalami pergeseran makna. Pada COD di luar *e-commerce* konsumen dapat mengecek barang terlebih dahulu sebelum membayar, sementara COD di dalam *e-commerce* konsumen harus membayar terlebih dahulu sebelum melakukan pengecekan barang. Permasalahan tersebut menimbulkan perdebatan mengenai bagaimana dan siapa yang harus bertanggung jawab atas kerugian akibat sistem pembayaran COD.

Permasalahan sistem pembayaran COD ini bermula dari pergeseran makna dari kata COD itu sendiri. Sistem pembayaran COD yang umum diketahui oleh masyarakat atau sistem pembayaran COD di luar *e-commerce* adalah transaksi yang mengharuskan pertemuan antara pelaku usaha dan konsumen di tempat dan waktu yang sudah disepakati, melakukan pemeriksaan barang terlebih dahulu, ketika barang sesuai atau cocok barulah melakukan pembayaran. Sementara arti COD di dalam *e-commerce* yang dikutip dari laman resmi Shopee Indonesia adalah suatu sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat melalui kurir ketika barang sampai ke alamat konsumen. Dapat dilihat dari kedua arti COD tersebut, COD mengalami pergeseran makna yang belum dipahami oleh para konsumen sehingga banyak terjadi kasus-kasus terkait COD ini. Hal ini terjadi karena masih kurangnya edukasi dari pihak *e-commerce* kepada pengguna sistem pembayaran COD¹.

Permasalahan akibat penggunaan sistem COD salah satunya dapat ditemukan pada sebuah video yang beredar di media sosial, menunjukkan seorang pembeli mengancam kurir dengan samurai agar uang pembayarannya dikembalikan.² Kejadian tersebut

¹ Indriana, *Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha dan Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD)*, *Jurnal Legal Reasoning* 4, No. 2, 2022: hlm. 168–183.

² Grace Evelyn Pardede dan Ferdinand Sujanto, *Urgensi Penyeragaman Kebijakan COD Pada Marketplace Indonesia Demi Mewujudkan Perlindungan Hukum*, *Journal of Economic and Business Law Review* 2, No. 2, 2022, hlm. 73–89.

terjadi akibat barang yang diantar kurir kemudian diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan pesanan yang dilakukan dengan penjual. Terdapat juga kasus lain dengan penyebab yang serupa, namun kali ini pembeli mengancam kurir dengan memborgolnya agar menuruti keinginan pembeli untuk mengembalikan uang yang telah diberikannya. Maraknya kasus akibat ketidaksesuaian barang pada transaksi COD yang berujung pada perlakuan kasar dari pembeli terhadap kurir yang mengantarkan barang pesanan perlu menjadi perhatian serius. Kebanyakan kasus disebabkan oleh barang yang diterima pembeli tidak sesuai dengan pesanan, sehingga pembeli tidak mau menerima barangnya dan menyalahkan kurir yang berujung terjadinya adu mulut antara kurir dan pembeli hingga akhirnya *viral* pada media sosial. Pembeli yang sudah melaksanakan kewajibannya, yaitu melakukan pembayaran terhadap barang yang dibelinya. Namun, sering kali berujung, pembeli pun memaksa kurir untuk mengembalikan uang yang telah diberikan. Hal tersebut dikarenakan pembeli merasa tidak sesuai dengan hak yang seharusnya diterima olehnya. Selain itu, dalam sisi lain kurir tidak dapat mengembalikan uangnya akibat barang pesanannya telah terlanjur dibuka, dan sesuai dengan prosedur COD barang tersebut tidak dapat dikembalikan lagi kepada kurir.

Adanya *e-commerce* tidak memungkiri terhadap kemungkinan adanya sengketa. Penyelesaian sengketa pada jaman dahulu dilakukan dengan cara informal berdasarkan hukum adat ataupun kebiasaan, dan kini berkembang dengan berdasarkan hukum tertulis di Indonesia. Terdapat Undang -Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari sengketa yang dapat saja terjadi.³ Pemerintah hadir dengan memberikan peraturan-peraturan umum mengenai perdagangan elektronik yang tercantum di dalam Undang -Undang Nomor 11 tahun 2008 jo Undang -Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang ITE, tercantum dalam Pasal 10 ayat (1) bahwa setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan. Sertifikasi keandalan sebagai bentuk bukti bahwa pelaku usaha telah melalui penilaian dan audit dari badan berwenang sehingga memiliki logo sertifikasi dalam bentuk *trust mark* pada laman (*home page*) pelaku usaha⁴

Hukum Indonesia telah berupaya mengakomodasi perkembangan e-commerce, terutama melalui metode pembayaran *cash on delivery* (COD), yang memberikan rasa aman bagi konsumen. Perlindungan konsumen menjadi fokus utama, memastikan transaksi yang adil dan transparan. Aspek penting termasuk informasi produk yang jelas, hak pengembalian, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Selain itu, pengawasan terhadap praktik penipuan dan kepatuhan pelaku usaha terhadap standar yang ditetapkan juga sangat diperlukan. Dengan kerangka hukum yang kuat, diharapkan transaksi COD dapat berjalan dengan baik, menguntungkan kedua belah pihak, dan mendukung pertumbuhan industri *e-commerce* yang berkelanjutan di Indonesia.

B. METODE PENELITIAN

³ Stefani, *Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Indonesia Secara Online*, Jurnal Indonesia Sosial Teknologi 2, No. 7, 2021.

⁴ *Ibid.*

Penelitian yang disusun ini akan menggunakan jenis penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang menggunakan peraturan perundang- undangan “*Law In Books*” prinsip penelitian dan konsep hukum untuk memecahkan persoalan hukum. Pada penelitian hukum normatif hanya mengenal data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.⁵

B. PEMBAHASAN

1. Pola Transaksi *Cash On Delivery* Bermasalah Pada Jual- Beli di *E- Commerce*

a. Mekanisme COD di *E- Commerce*

Metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) merupakan salah satu inovasi dalam transaksi jual beli daring yang memungkinkan konsumen membayar secara tunai saat barang diterima. Sistem ini hadir sebagai solusi atas kekhawatiran konsumen terhadap penipuan serta sebagai bentuk kemudahan bagi mereka yang tidak memiliki akses layanan perbankan. Meskipun demikian, pelaksanaan COD dalam *e-commerce* kerap menimbulkan persoalan, terutama akibat miskonsepsi konsumen mengenai prosedur pembayaran dan hak-hak dalam transaksi.

Mekanisme COD melibatkan lebih dari dua pihak, yakni penjual, pembeli, *marketplace*, jasa ekspedisi, dan kurir. Bentuknya pun bervariasi, mulai dari COD melalui kurir pihak ketiga, COD langsung antara penjual dan pembeli, hingga COD dengan sistem pembayaran digital di tempat. Hubungan hukum antara para pihak mengikat mereka dalam hak dan kewajiban, sebagaimana diatur dalam KUH Perdata dan Undang- Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, serta diperkuat oleh ketentuan dalam UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE). Namun, kurangnya pemahaman konsumen terhadap sistem ini, ditambah dengan keterbatasan edukasi dari *marketplace* dan lemahnya pengawasan terhadap pelaksanaan kewajiban hukum, menjadikan COD sebagai salah satu sumber sengketa yang paling sering terjadi dalam transaksi elektronik di Indonesia.

b. Masalah yang Muncul dalam Transaksi COD

Di Indonesia, mekanisme *Cash on Delivery* (COD) dalam *e-commerce* terbagi menjadi tiga bentuk utama: melalui kurir pihak ketiga (seperti Shopee atau Tokopedia), langsung antara penjual dan pembeli (seperti di OLX), serta COD dengan pembayaran digital di tempat. Ketiga model ini mencerminkan adaptasi terhadap kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi pembayaran.

Namun, praktik COD sering menimbulkan persoalan. Masalah utama berasal dari miskonsepsi konsumen yang menganggap COD sebagai sistem “boleh dibuka dulu, bayar belakangan”, padahal secara hukum pembayaran wajib dilakukan sebelum paket dibuka. Ketidakahuan ini kerap membuat kurir menjadisaran protes, bahkan perlakuankasar, meski mereka hanya bertugas mengantar barang. Selain itu, ketidaksesuaian produk yang diterima dengan deskripsi di platform sering memicu penolakan pembayaran.

5 Amiruddin dan Zaikin Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, 2018, hlm. 154.

Hal ini biasanya dipicu oleh informasi produk yang tidak akurat dari penjual dan kurangnya ketelitian pembeli dalam membaca deskripsi.

Permasalahan ini diperparah oleh sistem pengembalian barang yang rumit dan lamanya proses verifikasi, yang menjadikan posisi konsumen lebih miskin dalam sengketa. Padahal, menurut PP No. 71 Tahun 2019 tentang Sistem dan Transaksi Elektronik, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar dan memberi kesempatan pengembalian barang jika tidak sesuai. Oleh karena itu, pemahaman konsumen terhadap mekanisme COD serta transparansi dari pelaku usaha sangat penting untuk mencegah konflik dalam transaksi *e-commerce*.

c. Faktor Penyebab Transaksi COD Bermasalah

Sistem COD diminati karena memberi rasa aman bagi konsumen, namun di sisi lain rawan menimbulkan permasalahan. Salah satu keunggulannya adalah kepastian bahwa barang diterima sebelum pembayaran, tetapi kekurangannya terletak pada potensi penolakan pembayaran oleh konsumen jika barang tidak sesuai harapan. Permasalahan ini dipicu oleh berbagai faktor dari tiga pihak utama: produsen, kurir, dan konsumen.

Dari sisi produsen, masalah meliputi keterlambatan pengiriman, produk tidak sesuai, informasi tidak akurat, hingga produk cacat. Kurir kerap menghadapi kendala seperti kesalahan pengiriman, kurangnya alat pembayaran, serta komunikasi yang tidak lancar dengan penerima. Sedangkan konsumen sering memberikan informasi alamat yang tidak tepat, tidak menyiapkan pembayaran, atau bahkan membatalkan pesanan sepihak.

Secara hukum, penolakan pembayaran oleh konsumen tanpa alasan sah dapat dikategorikan sebagai wanprestasi yang menimbulkan hak penjual untuk menuntut ganti rugi sesuai KUH Perdata. Sebaliknya, jika barang tidak sesuai, konsumen berhak atas kompensasi. Perlindungan terhadap hak-hak konsumen dan produsen diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menekankan pentingnya keseimbangan dan tanggung jawab dalam transaksi elektronik.

d. Dampak Transaksi COD Bermasalah

Banyak konsumen belum memahami sistem pembayaran *Cash on Delivery* (COD) secara tepat. Mereka sering beranggapan bahwa COD memungkinkan pembatalan jika barang tidak sesuai ekspektasi, padahal secara hukum, pembayaran harus dilakukan sebelum paket dibuka. Miskonsepsi ini menyebabkan kerugian bagi penjual dan kurir, serta menciptakan konflik dalam transaksi.

Faktor penyebab lainnya meliputi informasi produk yang menyesatkan, kurangnya ketelitian konsumen dalam membaca deskripsi, serta minimnya edukasi dari *marketplace*. Kurir juga kerap dirugikan karena menanggung risiko atas barang yang tidak dibayar, meskipun mereka hanya sebagai perantara. Ketika konsumen menolak membayar, baik karena barang tidak sesuai atau sekadar berubah pikiran, dampaknya signifikan: penjual menanggung biaya logistik dan kurir kehilangan perlindungan hukum.

Pengaturan hak dan kewajiban dalam sistem COD sebenarnya telah dijelaskan oleh platform *e-commerce*. Konsumen wajib membayar sebelum membuka paket, dan kurir hanya menjalankan instruksi pengantaran. Namun, rendahnya literasi digital

menyebabkan pelanggaran terhadap aturan ini. Jika terjadi pembatalan sepihak, baik penjual maupun kurir berhak menuntut ganti rugi atas dasar wanprestasi. Oleh karena itu, edukasi konsumen dan ketegasan platform sangat penting untuk menjaga keseimbangan hak dan kewajiban dalam transaksi COD.

2. Bentuk Tanggung Jawab Konsumen dalam Transaksi *Cash On Delivery* Bermasalah yang Disebabkan Kesalahan Konsumen

a. Kesalahan Konsumen Dalam Transaksi Cod

Metode *Cash on Delivery* (COD) dalam *e-commerce* dirancang untuk memberikan rasa aman dan kemudahan bagi konsumen. Namun dalam praktiknya, banyak konsumen melakukan kesalahan yang menyebabkan terganggunya transaksi. Kesalahan umum yang terjadi antara lain adalah halangan bahwasanya pembayaran hanya dilakukan jika barang sesuai harapan, pembelian impulsif tanpa pertimbangan, dan ketidakcermatan dalam membaca deskripsi produk. Hal ini sering kali mengakibatkan penolakan pembayaran secara sepihak, yang merugikan penjual dan kurir.

Kurangnya pemahaman konsumen terhadap prosedur COD juga menjadi pemicu utama konflik, seperti pembatalan pesanan tanpa alasan sah dan perlakuan tidak pantas terhadap kurir. Tindakan tersebut tidak hanya melanggar etika transaksi, tetapi juga melanggar ketentuan hukum, khususnya Pasal 5 dan Pasal 6 Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kesalahan konsumen umumnya berpangkal pada minimnya literasi digital dan kurangnya kehati-hatian dalam membaca informasi produk maupun syarat transaksi, yang seharusnya menjadi dasar pengambilan keputusan.

Dengan demikian, perilaku konsumen yang tidak memahami tanggung jawabnya dalam transaksi COD berpotensi menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha, kurir, dan bahkan dirinya sendiri, serta mencerminkan pelanggaran terhadap prinsip kehati-hatian dalam hukum perlindungan konsumen.

b. Bentuk Tanggung Jawab Konsumen dalam Kasus Transaksi COD Bermasalah

Meskipun metode *Cash on Delivery* (COD) dihadirkan untuk memberikan kemudahan dan rasa aman dalam transaksi *e-commerce*, praktiknya sering menimbulkan sengketa akibat kelalaian konsumen. Permasalahan umum yang muncul adalah pembatalan pesanan secara sepihak dan penolakan pembayaran, biasanya karena barang tidak sesuai ekspektasi atau kesalahan dalam memilih metode pembayaran. Tindakan ini merupakan bentuk pelanggaran kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 5 dan 6 Undang- Undang Perlindungan Konsumen.

Konsumen bertanggung jawab untuk membaca informasi produk secara cermat, beritikad baik, membayar sesuai kesepakatan, dan menyelesaikan sengketa secara patut. Pelanggaran terhadap kewajiban ini dapat menimbulkan tanggung jawab hukum berupa ganti rugi, sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata. Dalam kasus yang lebih kompleks, pelanggaran juga dapat dikaitkan dengan ketentuan dalam UU ITE apabila konsumen menyebarkan informasi yang merugikan pelaku usaha secara tidak sah.

- Penyelesaian sengketa atas kerugian yang timbul akibat kelalaian konsumen dapat ditempuh melalui mekanisme *non-litigasi* terlebih dahulu, namun tetap terbuka kemungkinan penyelesaian melalui jalur hukum apabila tidak tercapai kesepakatan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap tanggung jawab konsumen dalam transaksi COD sangat penting demi terciptanya transaksi digital yang adil dan bertanggung jawab.

c. Penegakan Tanggung Jawab Konsumen oleh *E- Commerce*

Penegakan tanggung jawab konsumen dalam transaksi *Cash on Delivery* (COD) menjadi isu penting seiring meningkatnya kasus penolakan pembayaran oleh konsumen. Dalam transaksi *e-commerce*, persetujuan terjadi saat konsumen menekan tombol “buat pesanan”, yang berarti mereka telah setuju atas harga dan ketentuan yang berlaku, termasuk kewajiban membayar saat barang diterima. Namun, banyak konsumen yang mengabaikan kewajiban ini dan justru merugikan penjual serta pihak kurir.

Penolakan pembayaran tanpa alasan sah melanggar kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Konsumen wajib membaca informasi produk, beritikad baik, membayar sesuai kesepakatan, dan mengikuti proses penyelesaian sengketa secara patut. Dalam kasus yang merugikan pelaku usaha, prinsip *strict liability* dapat diterapkan, di mana konsumen tetap bertanggung jawab atas kerugian tanpa mempertimbangkan unsur kesalahan. Selain melanggar hukum perlindungan konsumen, tindakan tersebut juga bertentangan dengan asas *pacta sunt servanda* dalam hukum perdata. Oleh karena itu, *marketplace* perlu memperkuat sistem informasi dan perlindungan hukum, sekaligus menegakkan tanggung jawab konsumen untuk menjaga keadilan dan keteraturan dalam transaksi *e-commerce*.

C. KESIMPULAN

Pola transaksi *cash on delivery* bermasalah pada jual- beli di *e-commerce* terjadi pada saat konsumen kurang memahami sistem COD yang ada di *e-commerce* serta tidak membaca deskripsi produk secara cermat yang memungkinkan konsumen melalukan pembatalan sepihak setelah barang sudah dibuka yang tentu bukan hanya pihak produsen yang mengalami kerugian kurir pun demikian, adapun faktor lain penyebab pola transaksi COD menjadi bermasalah, faktor tersebut datang dari pihak produsen seperti keterlambatan pengiriman, kesalahan pengiriman barang dan informasi yang tidak akurat mengenai jenis produk yang berdampak kerugian kepada konsumen selaku pembeli barang tersebut, hubungan dalam sistem *Cash On Delivery* menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang terkait baik dari pihak konsumen maupun produsen yang diatur di dalam pasal 4, 5, 6 Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Bentuk tanggung jawab konsumen dalam transaksi *cash on delivery* bermasalah yang disebabkan kesalahan konsumen meliputi membaca informasi produk yang ditampilkan, beritikad baik, memahami prosedur pengembalian barang apabila barang tidak sesuai dengan pesanan yang telah dibuat, serta membayar sesuai nominal pesanan yang telah ditentukan, adapun bentuk tanggung jawab dari pihak produsen yaitu melakukan upaya

ganti rugi apabila terjadi kesalahan pengiriman ataupun keterlambatan pengiriman barang yang tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, and Zaikin Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers, 2018.
- Grace Evelyn Pardede dan Ferdinand Sujanto, *Urgensi Penyeragaman Kebijakan COD Pada Marketplace Indonesia Demi Mewujudkan Perlindungan Hukum*, Journal of Economic and Business Law Review 2 No.2, 2022
- Indriana, Indriana. "Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Dan Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD)." Jurnal Legal Reasoning 4, No. 2 (2022):
- Stefani. "Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Indonesia Secara Online." Jurnal Indonesia Sosial Teknologi 2, No. 7 (2021).