

## Strategi Komunikasi J&T Express Dalam Pelayanan Transaksi Cod ( *Cash On Delivery* ) Di Kota Solok

Asyha<sup>a</sup>, Ria Edlina<sup>b</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas  
Jl. Sawahan 103 Simpang Haru Padang  
Email: [asyhaaca09@gmail.com](mailto:asyhaaca09@gmail.com) , [ria.edlina@yahoo.com](mailto:ria.edlina@yahoo.com)

Submitted: 30-01-2024, Reviewed: 03-01-2024, Accepted 06-01-2024

### ABSTRAK

Metode pembayaran COD (Cash On Delivery) adalah pembayaran yang dapat dilakukan setelah pembeli atau penerima barang sudah menerima barang yang dipesan. Dengan kemudahan yang didapatkan masyarakat dalam aktifitas belanja online ini membuat tingkat belanja online semakin banyak di minati masyarakat salah satunya yaitu di Kota Solok. Dan salah satu ekspedisi di Kota Solok yang banyak menjadi tempat pengiriman barang di Solok yaitu J&T Express. Terdapatnya permasalahan yang disebabkan dari ketidak tahuan pelanggan terhadap mekanisme jual beli online yang menggunakan metode pembayaran COD menjmbulkan permasalahan bagi kurir dan pelanggan saat proses transaksi. Untuk itu J&T Express memiliki strategi dalam proses transaksi COD dengan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan teori Joseph Devito untuk menganalisis proses komunikasi dari strategi J&T Express dalam pelayanan transaksi melalui COD. Hasil penelitian ini adalah J&T Express memberikan edukasi kepada kurir untuk memberikan informasi kepada pelanggan COD tentang aturan, kebijakan, serta prosedur penanganan keluhan seperti keluhan pada barang pesanan dalam metode pembayaran COD. Selain itu juga peraturan tentang metode pembayaran COD juga terdapat di media internet sehingga dapat diketahui oleh banyak pelanggan COD. Dalam strategi tersebut terdapat hambatan yang membuat informasi sulit diterima pelanggan COD yaitu kurangnya edukasi kurir kepada pelanggan tentang peraturan COD, terdapatnya keterbatasan teknologi pelanggan, dan juga adanya ketidak setujuan pelanggan terhadap aturan.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi , Joseph Devito, Hambatan Komunikasi.

### ABSTRACT

*The COD (Cash On Delivery) payment method is a payment that can be made after the buyer or recipient of the goods has received the goods ordered. With the convenience that people get in online shopping activities, online shopping is becoming more and more popular among people, one of which is in the city of Solok. And one of the expeditions in Solok City which is a place for sending goods to Solok is J&T Express. There are problems caused by customers' ignorance of online buying and selling mechanisms that use the COD payment method, causing problems for couriers and customers during the transaction process. For this reason, J&T Express has a strategy in processing COD transactions with customers. The research method used in this research is a qualitative descriptive approach and uses Joseph Devito's theory to analyze the communication process of J&T Express's strategy in transaction services via COD. The result of this research is that J&T Express provides education to couriers to provide information to COD customers about rules, policies and procedures for handling complaints such as complaints about ordered goods using the COD payment method. Apart from that, regulations regarding COD payment methods are also available on the internet so that many COD customers can know them. In this strategy, there are obstacles that make it difficult for COD customers to receive information, namely the lack of courier education to customers about COD regulations, the existence of limited customer technology, and also customer disagreement with the rules.*

**Keywords:** Communication strategy, Joseph Devito, Communication Barriers

### PENDAHULUAN

Perkembangan zaman terus berkembang pesat begitu pula dengan kecanggihan teknologi yang semakin memberikan kemudahan terhadap segala aktivitas manusia, salah satunya adalah aktivitas jual beli. Pergeseran jual beli dari sistem tradisional ke sistem digital media melalui media internet memang sudah tidak dapat dipungkiri. Jual beli online adalah aktifitas jual beli melalui jaringan internet dalam skala nasional, regional benua, maupun keseluruhan dunia. Alimin (2004) menyatakan jual beli online sebagai suatu set dinamis teknologi, aplikasi dalam proses bisnis yang menghubungkan perusahaan , konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik Pdari perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Peristiwa tersebut menjadikan kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman sangat tinggi karena suatu jasa pengiriman barang sangat memiliki peranan penting dalam proses pembelian barang terutama pembelian yang dilakukan dari jarak yang jauh. Jasa pengiriman merupakan bentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainya dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa tersebut. Pengiriman barang dapat berupa dokumen, logistik, produk elektronik dan lain- lain. Alat

transportasi yang digunakan untuk mengangkut barang dapat melalui jalur darat, laut, maupun udara.

Adanya aktifitas jual beli online ini menjadikan terbukanya suatu peluang besar untuk membuka perusahaan jasa pengiriman atau terciptanya berbagai perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi. Ekspedisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pengiriman surat, barang, dan sebagainya. Beberapa perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi yaitu JNE, TIKI, SiCepat, Ninja Exspress, Indah Logistik dan salah satu perusahaan yang menjadi tempat penelitian oleh penulis yaitu J&T Exspress.

J&T Express sendiri berdiri pada tanggal 20 Agustus 2015 di Pluit Jakarta Utara. Di Indonesia sendiri J&T Express telah banyak digunakan masyarakat sebagai ekspedisi tempat pengiriman barang, sehingga J&T Express mendirikan kantor cabangnya atau yang dinamakan dengan *Drop Point* hampir diseluruh Indonesia dan salah satunya terdapat di Sumatera Barat yaitu di Kota Solok yang menjadi tempat peneliti melakukan penelitian.

Kemudahan-kemudahan yang di dapat konsumen dari aktivitas belanja online membuat meningkatnya aktivitas jual beli secara online. Ketika pembeli tertarik dengan suatu barang dapat menghubungi pembeli melalui telepon atau dapat langsung memesan barang tersebut melalui layanan yang ada seperti layanan belanja online pada aplikasi Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktok shop, bahkan juga dapat dilakukan melalui media komunikasi online seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk pembayarannya dapat dilakukan melalui kartu debit, Paypal, memotong pulsa pelanggan, cek, maupun COD (*Cash On Delivery*).

COD adalah metode pembayaran yang dapat dilakukan setelah pembeli atau penerima barang sudah menerima barang yang dipesan. COD biasanya dilakukan melalui tatap muka antara penjual dan pembeli. Selain tatap langsung antara penjual dan pembeli, COD ini bisa dilakukan antar kurir dan pembeli (Sony Indrajaya 2016: 2). Musafa (dalam Lili, dkk., 2022:34) menyatakan COD menawarkan tata cara pembayaran yang lebih aman dan nyaman. Selain itu metode pembayaran COD juga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi., hal ini dilihat dari peningkatan naiknya pengguna jasa Ekspedisi J&T Express di Kota solok.

Tabel 1. 1 Data Barang Masuk Dan Metode Pemabayaran, 21 April – 30 Juni 2023

| No | Drop Point.Delivery | Total AWB Incoming | Cash On Delivery (COD) | PP CASH |
|----|---------------------|--------------------|------------------------|---------|
| 1. | Solok (ZLK 01)      | 140.000            | 120.000                | 20.000  |

Sumber Data. Staf J&T Express Kota Solok

Namun dibalik kemudahan yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan pembayaran melalui sistem bayar di tempat (COD) terdapat masalah yaitu barang yang diterima kadang rusak,tidak sesuai sfesifikasi dan bahkan ada yang kosong.Masalah ini jelas merugikan konsumen dan menimbulkan pertanyaan besar di masyarakat luas mengenai keamanan dalam melakukan transaksi ecommerce.Bukan hanya itu saja akibat Permasalahan belanja online dengan sistem cashon delivery (COD) masalah bermunculan saat ini.

Muncul permasalahan baru karena konsumen ingin terhindar dari penipuan belanja online sehingga memeriksa terlebih dulu barang pesanan sebelum membayar. Padahal, berdasarkan aturan main COD belanja online, pembeli tidak boleh membuka pesanan sebelum pembayaran. Alhasil, jika barang pesanan tersebut tidak sesuai, pembeli menolak membayar kepada kurir. Permasalah tersebut semakin bertambah karena pembeli melampiaskan keluhannya tersebut kepada kurir. Padahal, kurir tersebut tidak mengetahui detail transaksi belanja online antara pembeli dan penjual. Bahkan, keluhan tersebut disampaikan dengan penghinaan hingga ancaman senjata tajam

Masalah yang muncul akibat kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap mekanisme jual beli online, terutama dalam metode pembayaran melalui Cash on Delivery (COD), adalah ketidaksepahaman tentang tanggung jawab dan risiko yang terkait dengan transaksi tersebut. Ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipesan, pelanggan cenderung menolak untuk membayar kepada kurir, meskipun masalah tersebut bukan kesalahan dari kurir, tetapi dari reseller atau penjual. Beberapa alasan mengapa masalah ini muncul adalah sebagai berikut.

1. Ketidapkahaman tentang proses pembelian online: Beberapa masyarakat mungkin belum terbiasa dengan transaksi jual beli online dan tidak memahami dengan baik bagaimana prosesnya berjalan. Mereka mungkin tidak menyadari bahwa dalam metode pembayaran COD, mereka tetap memiliki kewajiban untuk membayar jika barang sudah sampai, terlepas dari kesesuaian dengan pesanan.

2. Kurangnya informasi tentang peran dan tanggung jawab kurir: Masyarakat mungkin tidak sepenuhnya memahami peran kurir dalam transaksi online. Mereka cenderung menganggap kurir hanya bertugas mengantarkan barang dan tidak memperhatikan aspek lain seperti kesesuaian barang dengan pesanan.
3. Ketidakjelasan mengenai tanggung jawab reseller atau penjual: Masyarakat sering kali tidak mengetahui perbedaan antara kurir dan reseller/penjual. Ketika barang tidak sesuai, mereka mungkin salah menyalahkan kurir tanpa menyadari bahwa reseller atau penjual adalah pihak yang bertanggung jawab atas kesalahan tersebut.

Dengan latar belakang diatas penulis memiliki minat untuk meneliti strategi komunikasi J&T Express dalam pelayanan transaksi melalui COD di Kota Solok. Sehingga bagaimana permasalahan yang terjadi tersebut dapat terselesaikan dan konsumen tetap loyal dalam menggunakan J&T express sebagai jasa pengiriman barang terpercaya..

## METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan data dan fakta mengenai Strategi Komunikasi J&T Exspress Kota Solok Dalam Pelayanan Transaksi Melalui COD Di Kota Solok

Seperti penelitian pada umumnya, penelitian ini dituntut untuk memiliki objek yang jelas agar data yang diperoleh akurat. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang digambarkan secara obyektif berdasarkan data atau fakta yang ditemukan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Dalam arti penelitian ini adalah akumulasi data dasar dengan cara deskriptif samata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, menerangkan atau mendapatkan makna implikasi, walaupun penelitian bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat mencakup juga metode-metode deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.4.1 Strategi Komunikasi J&T Express Kota Solok Dalam Pelayanan Transaksi COD

Sebelum kurir terjun kelapangan atau diresmikan menjadi kurir oleh J&T Express terlebih dahulu kurir akan diberikan pelatihan yang dimana pelatihan tersebut akan mengajarkan tata cara pelayanan, etika dan komunikasi yang baik kepada pelanggan.. Serta memberitahukan berbagai macam aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang harus dipatuhi karyawan serta pelanggan. Hal ini guna meningkatkan kemampuan kurir atau karyawan lainnya dalam memberikan pelayanan baik kepada pelanggan saat bekerja. Dalam meningkatkan pengetahuan pelanggan terhadap mekanisme jual beli online dengan menggunakan metode pembayaran COD dan guna mengurangi permasalahan yang diakibatkan dari kurangnya pengetahuan pelanggan terhadap mekanisme jual beli online dengan metode pembayaran COD J&T Express memiliki beberapa strategi komunikasi dalam proses transaksi COD antara kurir dan pelanggan. Berikut strategi komunikasi J&T Express yang harus dilakukan kurir saat melakukan pelayanan transaksi kepada pelanggan COD.

#### 1. Konfirmasi Pesanan

Dalam hal ini kurir memberikan informasi atau mengkonfirmasi kepada pelanggan baik itu secara langsung maupun tidak langsung melalui media seperti mengirim pesan teks atau melalui panggilan telepon tentang informasi data pesanan seperti nama, alamat serta barang yang dipesan kepada pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan dalam pemberian barang. Selain itu juga dengan melakukan konfirmasi kurir ataupun pelanggan dapat melihat bentuk fisik kemasan barang yang dipesan apakah sesuai dengan barang yang dipesan.

Contoh: Jika pelanggan memesan sepatu tentu barang yang dipesan memiliki fisik yang besar dan berat.

Namun jika barang pesanan yang datang diterima dalam bentuk kecil kita dapat mengetahui barang yang di kirim ini tidak sesuai.

Selain itu konfirmasi pesanan ini dapat mengurangi resiko kerugian terhadap pelanggan yang merasa tidak memesan barang tersebut sehingga hal ini dapat mengurangi timbulnya masalah pelanggan yang mengembalikan barang setelah dibuka, terlebih jika terdapat pelanggan yang tidak mau membayar karena

- barang yang tidak sesuai maupun rusak. Hal ini dapat merugikan kurir karena kurir akan bertanggung jawab untuk membayar barang tersebut.
2. Memberikan Informasi kepada Pelanggan Tentang Ketentuan Dan Aturan Dalam Transaksi COD  
Dalam proses transaksi antara kurir dan pelanggan cod, kurir wajib memberitahukan kepada pelanggan tentang aturan dan ketentuan dalam proses transaksi sebelum barang diserahkan kepada pelanggan. Salah satu informasi yang harus diketahui pelanggan adalah bahwasanya barang sebelum diserahkan dan dibuka oleh pelanggan, pelanggan harus membayar terlebih dahulu kepada kurir. Dan disini sangat diperlukan bagi kurir untuk tidak memberikan barang sebelum pelanggan membayar. Hal ini dilakukan agar jika terjadi suatu kesalahan pada pesanan yang diterima oleh pelanggan setelah barang dibuka tidak ada penolakan pembayaran dari pelanggan kepada kurir karena hal ini dapat merugikan kurir karena pada aturan dari J&T Express jika terdapat penolakan pembayaran dari pelanggan saat barang telah dibuka oleh pelanggan maka yang bertanggung jawab membayar pesanan tersebut adalah kurir itu sendiri. Dan penting bagi pelanggan untuk mengetahui bahwa tugas kurir atau ekspedisi hanya sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Selain di informasikan oleh kurir secara langsung kepada pelanggan tentang aturan saat proses transaksi COD ini sebelum penyerahan barang kepada pelanggan informasi ini juga terdapat di media sosial seperti Instagram pada situs resmi Market Place dan media sosial lainnya baik dalam bentuk gambar maupun artikel.
  3. Memberikan Arahan Dan Bantuan Kepada Pelanggan Jika Terdapat Keluhan Pada Barang Yang Diterima ( Kebijakan Pengembalian Barang)  
Jika saat proses transaksi terdapat pelanggan yang ragu dengan barang pesannya, seperti merasa tidak memesan barang tersebut maka kurir dapat mengarahkan pelanggan jika pelanggan berminat untuk mengembalikan barang tersebut kepada penjual (*Return*). Hal ini dapat dilakukan jika pelanggan setuju dengan arahan yang diberikan kurir. Jika pelanggan setuju maka kurir akan mengirimkan pesan pernyataan bahwa barang pesanan di kembalikan ke penjual ini sebagai bukti dari ekspedisi kepada penjual bahwa barang dikembalikan oleh pelanggan atau ditolak. Namun proses ini hanya dapat dilakukan jika barang belum dibuka oleh pelanggan.  
Jika barang telah dibuka pelanggan ternyata barang yang diterima rusak atau tidak sesuai pesanan maka pelanggan tetap harus membayar pesanan tersebut kepada kurir dan kurir dapat mengarahkan pelanggan untuk melakukan pengembalian barang sendiri melalui fitur yang terdapat pada *Market Place* seperti Shopee, Lazada, Tiktok yang memiliki fitur pengembalian pada aplikasinya, tapi jika pelanggan memesan atau membeli barang melalui aplikasi atau toko online yang tidak terdapat fitur pengembalian barangnya seperti belanja pada toko online di Facebook, Instagram dan lainnya maka pelanggan akan diarahkan untuk menghubungi penjual secara langsung.  
Jika kerusakan barang atau kehilangan barang disebabkan oleh ekspedisi sendiri maka disini ekspedisi akan memberikan penjelasan dan meminta maaf kepada pelanggan dan ekspedisi atau kurir yang akan mengganti barang tersebut sesuai dengan penyebab kerusakan atau kehilangan barang tersebut terjadi.  
Dalam hal ini kurir dapat mengedukasi pelanggan untuk dapat lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi belanja secara online. Pada proses ini J&T Express atau kurir dapat membantu meningkatkan pengetahuan pelanggan tentang cara-cara yang dapat dilakukan saat terjadi ketidaksesuaian pada pesanan. Hal ini dapat mengurangi resiko perselisihan atau kerugian ekspedisi yaitu kurir maupun pelanggan sendiri.
  4. Umpan Balik Pelanggan  
Saat proses transaksi kurir dapat meminta umpan balik dari pelanggan dengan menanyakan apakah pelanggan mengerti tentang aturan transaksi COD, kebijakan, maupun prosedur dalam penerimaan barang maupun prosedur yang dapat dilakukan untuk melakukan pengembalian barang jika terjadi kesalahan pada pesanan atau barang yang diterima. Sehingga pembicara atau kurir dapat mengetahui sejauh mana pemahaman pelanggan dalam mekanisme belanja online terutama dengan metode pembayaran COD ini.

Dalam pelayanan transaksi COD, J&T Express di Kota Solok menerapkan berbagai strategi komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan antara kurir dan pelanggan. Langkah-langkah ini mencakup pelatihan kurir, konfirmasi pesanan, informasi aturan, bantuan dalam kasus keluhan barang, dan permintaan umpan balik pelanggan. Dengan demikian, perusahaan berusaha memastikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, mengurangi risiko masalah, dan meningkatkan pemahaman pelanggan terhadap mekanisme belanja online dengan metode pembayaran COD. Ini merupakan upaya

positif untuk menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan ekspedisi dan pelanggan dalam lingkup transaksi COD.

#### 4.4.2 Teori Joseph DeVito

Mengacu Joseph De Vito (1997: 23-290) mengemukakan bahwa komunikasi pada tindakan satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan, terjadi dalam suatu konteks tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (*feedback*) yang dipengaruhi oleh lingkungan (*Konteks*) dimana komunikasi itu terjadi. Hal ini sesuai dengan strategi konfirmasi J&T Express dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan tentang aturan, kebijakan, maupun prosedur dalam metode pembayaran cod yang mana komunikannya adalah kurir yang ditugaskan menginformasikan ke pelanggan yang melakukan transaksi cod dengan kurir. Adapun unsur-unsurnya dalam komunikasi adalah sebagai berikut.

##### 1. Pembicara – penerima

Pembicara dan penerima adalah suatu kesatuan yang tidak terpisahkan dan untuk menegaskan bahwa orang yang terlibat komunikasi ada pembicara sekaligus penerima. Dalam konteks penelitian ini, pembicara adalah kurir atau ekspedisi yang bertugas menyampaikan informasi kepada pelanggan tentang aturan dan kebijakan layanan transaksi cod dari J&T Express di Kota Solok. Pembicara ini memiliki peran sebagai penyampai pesan dan informasi kepada pelanggan terkait prosedur, ketentuan, dan instruksi yang berlaku dalam metode pembayaran cod. Penerima dalam konteks ini adalah pelanggan atau konsumen yang menggunakan layanan transaksi cod dari J&T Express. Penerima merupakan seseorang yang menerima pesanan dan barang yang diantar oleh kurir. Mereka adalah individu yang harus memahami pesan yang disampaikan oleh pembicara (kurir) mengenai aturan dan kebijakan dalam transaksi cod. Penerima memiliki peran sebagai penerima informasi dan harus memastikan bahwa mereka memahami dan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan.

##### 2. Encoding dan Decoding

*Encoding* adalah tindakan menghasilkan pesan. *Encoding* adalah menuangkan gagasan-gagasan kita ke dalam gelombang suara (berbicara) atau ke atas selembar kertas (menulis). Adapun tindakan menerima pesan (mendengar atau membaca) disebut *decoding*. Setelah adanya komunikator dalam menyampaikan informasi maka ini disebut dengan *encoder* yaitu tindakan menghasilkan pesan. Hal ini terlihat dari informasi yang disampaikan kurir secara langsung kepada pelanggan saat transaksi. Dan disini jelas terbukti bahwa pelanggan yang menggunakan metode pembayaran cod merupakan *decoder* (penerima informasi). Dalam hal ini J&T Express sebagai encoding yang menghasilkan pesan kemudian disampaikan kepada kurir untuk diinformasikan ke pelanggan.

##### 3. Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi adalah kemampuan individu untuk mengirim dan menerima pesan dengan efektif dan efisien. Kurir perlu memiliki kompetensi komunikasi yang baik untuk menjelaskan tentang kebijakan, aturan, maupun informasi dalam proses transaksi COD kepada pelanggan dengan cara yang dapat dimengerti dan mendalam sehingga pesan tersebut tidak mengalami distorsi atau salah tafsir. Kurir sendiri telah diberikan pelatihan dan edukasi oleh perusahaan tentang etika dalam pelayanan, cara berkomunikasi yang baik sehingga kurir mampu menyampaikan informasi dengan efektif.

##### 4. Pesan dan Saluran

Pesan adalah informasi yang ingin disampaikan oleh pembicara kepada penerima. Dalam kasus ini, pesan adalah tentang kebijakan, aturan dan prosedur terkait transaksi COD. Saluran adalah media yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari pembicara kepada penerima. Peraturan tentang cod juga dapat dilihat melalui edukasi pelanggan pada laman resmi *Market Place* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Instagram. Dan media sosial lainnya.

##### 5. Umpan Balik dan Umpan Maju

Umpan balik adalah respons atau tanggapan yang diberikan penerima kepada pembicara setelah menerima pesan. Umpan balik ini penting karena membantu pembicara memahami sejauh mana pesan telah dipahami oleh penerima. Umpan maju, di sisi lain, adalah tanggapan yang diberikan oleh pembicara terhadap umpan balik penerima. Dalam konteks ini, J&T Express atau kurir dapat memastikan bahwa pelanggan memahami aturan dengan baik melalui pertanyaan dan klarifikasi (umpan balik), sementara pelanggan dapat memberi tahu kurir jika mereka memerlukan penjelasan lebih lanjut (umpan maju).

##### 6. Gangguan

Terdapat salahnya persepsi pelanggan yang tidak mengetahui aturan dari transaksi cod dan tugas kurir atau ekspedisi sebagai perantara antara penjual dan pembeli sehingga saat terjadi suatu permasalahan dalam transaksi jual beli seperti kerusakan pada barang, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang datang, terjadinya

penipuan seperti barang yang dikirimkan kosong dan lain sebagainya yang disalahkan kurir atau ekspedisi yang bertugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli

#### 7. Efek Komunikasi

Efek komunikasi adalah dampak atau hasil dari pesan yang telah dikirimkan dan diterima. Dalam hal ini, efek komunikasi yang diharapkan adalah pemahaman yang jelas dan akurat tentang aturan, kebijakan, maupun prosedur pengembalian barang dalam transaksi COD. Namun terdapatnya gangguan yang terjadi dalam proses komunikasi tersebut membuat kurir sulit melakukan komunikasi yang efektif dalam memecahkan masalah dan memberikan pemahaman kepada pelanggan yang terlibat permasalahan pada barang yang di beli sehingga hal ini dapat menimbulkan permasalahan antara kurir dan pelanggan.

#### 8. Lingkungan

Lingkungan adalah konteks fisik, sosial, dan psikologis di mana komunikasi terjadi. Dalam layanan COD, lingkungan mencakup lokasi pengantaran, situasi transaksi, dan konteks komunikasi yang ada. Lingkungan yang tenang akan mendukung komunikasi yang efektif antara kurir dan pelanggan. Serta situasi transaksi yang baik dapat mempermudah kurir dalam memberikan informasi kepada pelanggan baik saat suatu masalah muncul maupun tidak.

#### 4.4.2 Faktor Hambatan Dalam Komunikasi

Komunikasi tidak selalu berjalan lancar. Ada faktor-faktor yang membuat komunikasi dua pihak menjadi bermasalah dan dapat mengganggu kelancaran jalannya proses komunikasi. Faktor-faktor tersebut dinamakan hambatan-hambatan komunikasi. Ada beberapa faktor hambatan komunikasi yang menyebabkan komunikasi menjadi tidak efektif. Faktor yang menyebabkan hambatan dalam berkomunikasi (Maulana, 2016: 64-65):

##### 1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan yang menjadi penghambat jalannya komunikasi yang dapat diklasifikasikan dengan gangguan semantik dan gangguan mekanik. Gangguan semantik adalah gangguan tentang bahasa terutama yang berkaitan dengan perbedaan dan pemahaman bahasa yang digunakan oleh komunikator maupun komunikan, sehingga menimbulkan ketidakjelasan dan kesalahpahaman. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik, terutama yang berkaitan dengan alat atau media yang digunakan.

##### 2. Kepentingan

Komunikator tidak memperhatikan kepentingan komunikan akan menimbulkan ketidakseimbangan antara keduanya, sehingga komunikan hanya akan mau melakukan komunikasi apabila ada kepentingan yang berkaitan dengannya.

##### 3. Motivasi

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk mencapai tujuan, keinginan maupun kebutuhannya, sehingga apabila komunikasi sesuai dengan motivasi seseorang terutama komunikan, maka komunikasi akan dapat berjalan secara efektif. Sebaliknya apabila komunikasi tidak sesuai dengan motivasi yang terpendam dalam diri komunikan, maka komunikasinya mengalami hambatan.

##### 4. Prasangka

Prasangka merupakan salah satu rintangan yang berat dalam berkomunikasi, karena bila ada komunikan yang memiliki prasangka terhadap komunikator maka kecurigaan komunikan kepada komunikator akan menjadi penghambat. Selain itu juga adanya sikap menentang dan berburuk sangka kepada komunikator bisa memperburuk keadaan, tetapi apabila komunikator mampu memberi kesan yang baik dan mampu meyakinkan komunikan, maka komunikasi dapat berjalan efektif.

Hambatan komunikasi yang terdapat pada gangguan dalam proses komunikasi dari strategi komunikasi J&T Express dalam pelayanan transaksi COD di Kota Solok pertama disebabkan oleh:

1. Kurangnya motivasi kurir dalam melakukan edukasi terhadap pelanggan saat proses transaksi sehingga strategi yang sudah dilakukan J&T Express untuk meningkatkan pengetahuan pelanggan tentang transaksi melalui COD ini tidak berjalan dengan lancar sehingga timbul gangguan berupa permasalahan antara kurir dan pelanggan akibat salahnya persepsi pelanggan yang tidak mengetahui aturan dari transaksi COD dan tugas kurir atau ekspedisi sebagai perantara antara penjual dan pembeli sehingga saat terjadi suatu permasalahan dalam transaksi jual beli seperti kerusakan pada barang, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang datang, terjadinya penipuan seperti barang yang dikirimkan kosong dan lain sebagainya
2. Terdapatnya hambatan berupa kepentingan dimana terdapat masalah dimana pelanggan tidak mau bayar barang yang sudah dibuka karena tidak sesuai dengan yang dipesan sehingga hal ini dapat merugikan kurir

karena kurir yang akan bertanggung jawab dalam pembayarannya.

3. Terdapatnya beberapa pelanggan yang memiliki keterbatasan dalam menggunakan smartphone sehingga tidak dapat menemukan informasi tentang aturan dalam metode pembayaran cod serta tugas kurir atau ekspedisi sebagai perantara antara penjual dan pembeli saja.

## KESIMPULAN

J&T Express menerapkan strategi komunikasi yang komprehensif dalam pelayanan transaksi COD. Strategi ini mencakup pelatihan kurir, konfirmasi pesanan, informasi aturan, bantuan dalam kasus keluhan barang, dan permintaan umpan balik pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan antara kurir dan pelanggan, memastikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, mengurangi risiko masalah, dan meningkatkan pemahaman pelanggan terhadap mekanisme belanja online dengan metode pembayaran COD.

Berikut adalah penjelasan singkat dari masing-masing strategi:

1. Pelatihan kurir bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi kurir dalam menjelaskan aturan, kebijakan, dan informasi dalam proses transaksi COD.
2. Konfirmasi pesanan bertujuan untuk menghindari kesalahan dalam pemberian barang dan mengurangi risiko kerugian pelanggan.
3. Informasi aturan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelanggan tentang aturan dan prosedur dalam transaksi COD.
4. Bantuan dalam kasus keluhan barang bertujuan untuk memberikan solusi yang tepat bagi pelanggan yang mengalami masalah dengan pesanan mereka.
5. Permintaan umpan balik pelanggan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman pelanggan terhadap mekanisme belanja online dengan metode pembayaran COD.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh J&T Express ini merupakan upaya positif untuk menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan ekspedisi dan pelanggan dalam lingkup transaksi COD.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh J&T Express di Kota Solok mengalami hambatan dalam proses pelayanan. Hambatan tersebut terjadi karena beberapa faktor, antara lain

1. Ketidakhahaman Pelanggan

Sebagian pelanggan tidak sepenuhnya memahami aturan dan kebijakan terkait transaksi COD. Beberapa di antaranya tidak menyadari bahwa barang harus diperiksa sebelum membayar atau tidak memahami pentingnya mengikuti prosedur transaksi.

2. Kurangnya Edukasi dari Kurir

Dalam beberapa kasus, kurir atau ekspedisi yang bertugas untuk menyampaikan informasi tentang aturan COD kurang memberikan edukasi yang memadai kepada pelanggan. Akibatnya, pelanggan tidak mendapatkan penjelasan yang cukup mengenai prosedur transaksi.

3. Kurangnya Motivasi Kurir

Kurir terkadang kurang termotivasi untuk memberikan penjelasan kepada pelanggan. Mereka mungkin merasa bahwa memberikan informasi yang lebih rinci adalah hal yang tidak terlalu penting dalam pelayanan mereka.

4. Ketidaksetujuan Pelanggan dengan Aturan

Beberapa pelanggan mungkin memiliki pandangan atau ekspektasi yang berbeda mengenai aturan COD. Ketika mereka tidak setuju dengan aturan tersebut, hal ini bisa menyebabkan permasalahan dalam komunikasi antara kurir dan pelanggan.

5. Keterbatasan Pengetahuan Teknologi Pelanggan

Ada beberapa pelanggan yang tidak memiliki akses atau keterampilan yang cukup dalam menggunakan teknologi (misalnya smartphone atau internet), sehingga mereka tidak dapat memperoleh informasi tentang aturan COD dari sumber yang sudah disediakan.

Secara keseluruhan, hambatan-hambatan ini dapat mengakibatkan kebingungan, kesalahpahaman, dan konflik antara pelanggan dan kurir. Oleh karena itu, penting bagi J&T Express untuk terus meningkatkan strategi komunikasi mereka dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut. Pelatihan yang lebih baik untuk kurir, edukasi yang lebih jelas

dan konsisten kepada pelanggan, serta penggunaan media komunikasi yang efektif dapat membantu mengatasi hambatan-hambatan ini dan meningkatkan pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan transaksi COD.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Cangara, H. H. 2022, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Raja Grafindo Persada:Jakarta.  
Hasan, Erliana. 2020. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. RefikaAditama.  
Maulana, Herdiana. 2013. *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi*. Jakarta:Akademia.  
Moleong, Lexyy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung :Remaja Rosdakarya.  
Ruliana, Poppy.2016. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.  
Suryanto. 2019. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV.Pustaka Setia:Bandung.

### Skripsi / Jurnal

- Ariska, Iss. 2018 “ Strategi Komunikasi Costumer Service PT. JNE Cabang Utama Samarinda Dalam Menangani Keluhan Pelanggan.” Universitas Mulawarman.  
Nudianti, Rahma, Siti. 2014 “ analisis Faktor- Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda”. Samarinda Universitas Mulawarman.  
Maulidza, Lili, dkk.2018 “ Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Cash On Delivery ( COD), Penanganan Komplain Dan Promosi. Medan: Universitas Mahkota Tricom Unggul.  
Pahlevi, Rizky, Nadia. “ Hambatan Dan Strategi Komunikasi Antarpribadi Pekerja Sosial Di Panti Pelaan Sosial Wanita Wanodatama Surakarta”. Surakarta Universitas Sahid Surakarta.  
Rayasha, Fudha, Rory, dkk. 2019 “ Strategi Komunikasi Perusahaan Daerah Air Minum ( PDAM) Kota Surabaya Dalam Menangani Keluhan Pelanggan.” Universitas Negri Islam Sunan Ampel Surabaya.

### Internet

- <https://www.jet.co.id/>  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220119111232-303-748505/transaksi-online-lebih-aman-dengan-jasa-ekspedisi-terpercaya>  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/jt-perusahaan-logistik-dengan-volume-pengiriman-terbesar-di-indonesia>  
<https://ilmukomunikasi16.blogspot.com/2018/03/model-perencanaan-komunikasi.html?m=1>