

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui permasalahan komunikasi penjual mengenai foto dan spesifikasi produk di aplikasi TokoKota yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan diterima oleh pelanggan sehingga menimbulkan ketidakpuasan dalam bentuk komplain atau komentar negatif. Permasalahan mengenai produk yang tidak sesuai ini menarik untuk diteliti mengingat tidak jarang pelanggan *online* yang tidak puas dengan produk yang diterima terhadap produk yang diharapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitiannya terbagi menjadi dua, yakni penjual dan pelanggan yang memberikan informasi berkaitan dengan data yang diperlukan peneliti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penjual sangat memperhatikan kualitas produk dagangannya dengan menyiapkan produknya selalu fresh dan produk yang dijual bukan produk sisa kemarin dan semua serba baru. Akan tetapi tetap ada pelanggan yang komplain tentang ketidaksesuaian antara foto dan spesifikasi dari produk tersebut karena produk yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, pelanggan merubah sikapnya terhadap produk tersebut menjadi sikap negatif dalam bentuk komentar yang negatif, komplain dan permintaan tanggung jawab. Penjual meningkatkan tanggungjawab terhadap informasi yang disebarluaskan dengan mengontrol kembali kualitas produknya sehingga dapat dipercaya dan komunikatif mengenai kondisi produk yang dijual. Pelanggan harus lebih berhati-hati dan teliti memilih produk yang mana akan dibeli dengan menanyakan spesifikasi produknya terlebih dahulu, mencari informasi lebih lanjut pengalaman dari pembeli lainnya, sehingga dapat menghindari ketidakpuasan yang kemungkinan terjadi.

Kata Kunci : Komunikasi, Penjual, Pelanggan.

ABSTRACT

This study aimed to find out the communication issues of sellers regarding photos and product specifications on the TokoKota application that did not match what was expected and accepted by customers, causing dissatisfaction in the form of complaints or negative comments. This problem regarding non-conforming products was quite interesting to examine considering that it was not often for online customers to be dissatisfied with the product received compared to the expected product. This study used a qualitative approach with a descriptive method. The techniques of data collection were interviews, observation, and documentation. The research subjects were divided into two groups, namely sellers and customers, who provided information related to the data needed by the researcher. The results of this study showed that the sellers were very concerned about the quality of their merchandise by ensuring the product was always fresh, that the products sold were not yesterday's leftovers, and that everything was brand new. However, there were still customers who complained about the discrepancy between the photos and the specifications of the product. Because the product purchased did not provide the expected satisfaction, the customers changed their attitude towards the product into a negative attitude in the form of negative comments, complaints, and requests for responsibility. Therefore, sellers must increase the responsibility for information distribution by re-controlling the quality of the product so that it can be trusted and communicative regarding the condition of the product being sold. Customers must be more careful and thorough in choosing which product to buy by first asking for product specifications and seeking further information on experiences from other buyers, so as to avoid dissatisfaction that might occur.

Keywords : Communication, Sellers, Customers.

