

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Aktivitas transaksi jual beli *online* saat ini semakin populer, terlebih situs yang digunakan untuk melaksanakan transaksi jual beli *online* ini terus semakin baik serta beragam. Transaksi jual beli *online* dapat dilakukan dengan handphone yang terkoneksi ke internet dan mengunjungi aplikasi toko *online* yang dituju serta melakukan pemesanan produk melalui aplikasi toko *online* tersebut.

Dalam sistem jual beli *online* penjual dan pelanggan tidak bertemu langsung, kemudian tidak semua aplikasi toko *online* menyediakan fitur chat antara penjual dan pelanggan untuk tanya jawab mengenai produk yang akan dibeli dan produk yang ditawarkan hanya berbentuk uraian spesifikasi serta foto yang belum tentu sesuai dengan produk aslinya. Hal itu dipengaruhi oleh pencahayaan foto, kualitas kamera, dan cara pengambilan foto, sehingga kerap menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan ketika barang yang dibelinya tidak sesuai dengan yang ada di foto atau uraian spesifikasi produknya.

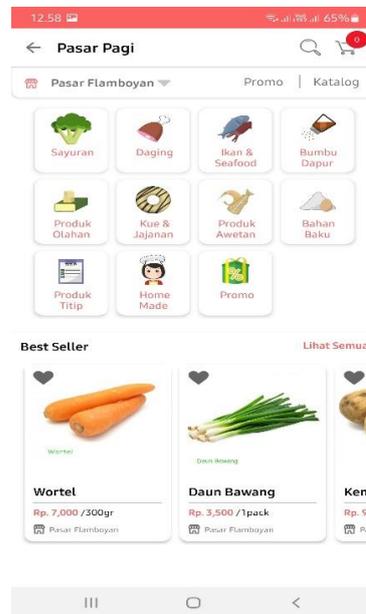
Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (*hasil*) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Armstrong, 2008). Kepuasan adalah kunci utama agar orang membeli produk secara berkala. Oleh karena itu selaku pelanggan, maka sangat penting untuk mencari tahu apakah informasi produk yang mau dibeli itu sudah sesuai atau tidak sesuai.

Saat ini, pasar tradisional sudah mulai masuk dalam transaksi jual beli *online* seperti beberapa penjual di pasar Flamboyan kota Pontianak berkolaborasi dengan aplikasi TokoKota. Cara kerja aplikasi TokoKota ini menghubungkan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan yaitu admin, penjual, pelanggan dan kurir.

Pelanggan cukup mengakses aplikasi TokoKota untuk memilih produk yang sesuai kebutuhan, dengan cara memesan produk dan setelah memesan, sistemnya otomatis akan mengarah kepada kurir yang kerjasama dengan penjual untuk menyiapkan pesanan khusus pasar Flamboyan. Kemudian setelah pesannya telah siap, kurir akan mengambil dan mengantar pesanan yang telah disiapkan oleh penjual kepada pelanggan yang bersangkutan.

Proses komunikasi pada dasarnya penjual menampilkan pesan berupa foto dan spesifikasi produk melalui aplikasi, namun karena belum mengerti caranya maka dibantu oleh TokoKota. Kemudian pesan diterima oleh pelanggan. Namun masalahnya ada beberapa informasi yang tidak sesuai dengan apa yang diterima pelanggan. Di dalam arus proses komunikasinya penjual sebagai komunikator, aplikasi TokoKota sebagai media dan pelanggan sebagai komunikan.

Gambar 1.1.
Etalase Pasar Flamboyan di aplikasi TokoKota



Sumber : Aplikasi TokoKota, 2022

Sering terjadi kendala komunikasi dalam proses transaksi jual beli *online* antara penjual dan pelanggan melalui aplikasi TokoKota. Aplikasi TokoKota tidak menyediakan fitur chat langsung antara penjual dan pelanggan sehingga komunikasi dilakukan di luar aplikasi yaitu melalui aplikasi Whatsapp. Hal inilah yang menimbulkan pertanyaan mengapa sudah ada aplikasi tapi berkomunikasi melalui aplikasi Whatsapp dan komunikasi seperti apa yang sudah penjual dan pelanggan lakukan di luar aplikasi.

Sifat aplikasi Whatsapp yang privasi akan mempengaruhi pelanggan secara tidak langsung untuk mempertimbangkan pembelian produk dari pasar Flamboyan melalui aplikasi TokoKota. Karena, sering terjadi penipuan melalui aplikasi

Whatsapp oleh pelaku yang tidak bertanggung jawab atas produk yang mereka jual terhadap pelanggannya.

Tidak ada kolom komentar *review* produk di aplikasi TokoKota bagi para pelanggan pasar Flamboyan sehingga tidak bisa memberikan informasi kepada pelanggan lainnya. Selanjutnya ada komentar negatif dari pelanggan kepada penjual berkaitan dengan produk yang telah diterima pelanggan.

Gambar 1.2.

Kolom Komentar Rating dan Ulasan Aplikasi TokoKota di Aplikasi Google Play Store



Sumber : Aplikasi Google Playstore di Aplikasi TokoKota, 2022

Pada dasarnya kolom komentar aplikasi google playstore merupakan tempat *mereview* aplikasi TokoKota bukan produknya. Aplikasi TokoKota

seharusnya menyediakan tempat tersendiri di dalam aplikasinya agar dapat menjadi tempat informasi bagi pelanggan lainnya.

TokoKota dan penjual bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual. Karena tugasnya adalah menyediakan tempat untuk para penjual yang mau berjualan dan membantu mereka untuk berjumpa dengan pelanggan secara virtual melalui aplikasi TokoKota serta melaksanakan transaksi dengan lebih mudah. Meskipun demikian, aplikasi TokoKota juga ikut turut membantu jika ada masalah yang dialami oleh pelanggan terkait dengan produk dan tentang seputar aplikasi TokoKota. Transaksinya memang diatur oleh aplikasi TokoKota itu sendiri. Sehabis menerima pemesanan, penjual hendak mengirim produk ke pelanggan melalui kurirnya.

Kejujuran penjual dalam bertransaksi, tanggung jawab penjual kepada pelanggan serta kepercayaan toko *online* yang mempunyai reputasi baik, maka atensi menggunakan aplikasi TokoKota dalam transaksi jual beli *online* ke pasar Flamboyan akan mengalami peningkatan. Transaksi jual beli *online* harus dilakukan secara jujur sehingga pelanggan memperoleh produk sesuai dengan harapan.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana komunikasi penjual di pasar Flamboyan dalam transaksi jual beli *online* dengan pelanggan melalui aplikasi TokoKota. Alasan penulis melakukan penelitian kepada penjual dan pelanggan pasar Flamboyan karena sebagai penjual dan pelanggan tentu akan memiliki pengalaman tentang transaksi

jual beli *online* di pasar Flamboyan. Dengan alasan tersebut, maka mereka mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh penulis.

Dengan adanya kendala komunikasi yang terjadi di dalam proses transaksi jual beli *online* antara penjual dan pelanggan pasar Flamboyan, maka peneliti tertarik mengadakan penelitian ini untuk mengetahui lebih mendalam mengenai komunikasi penjual di pasar Flamboyan dalam transaksi jual beli *online* dengan pelanggan melalui aplikasi TokoKota.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Aplikasi TokoKota tidak menyediakan fitur chat langsung antara penjual dan pelanggan pasar Flamboyan.
2. Aplikasi TokoKota tidak menyediakan kolom komentar *review* produk bagi para pelanggan pasar Flamboyan.
3. Ada komentar negatif dari pelanggan berkaitan dengan produk yang telah diterima.

1.3. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan dan agar tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah

komunikasi penjual di pasar Flamboyan dalam transaksi jual beli *online* dengan pelanggan melalui aplikasi TokoKota.

1.4. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan sesuai dengan permasalahan maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana komunikasi penjual di pasar Flamboyan dalam transaksi jual beli *online* dengan pelanggan melalui aplikasi TokoKota?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi penjual di pasar Flamboyan dalam transaksi jual beli *online* dengan pelanggan melalui aplikasi TokoKota

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah atau menambah manfaat akademisi dalam bentuk sumbang saran, serta mengembangkan pemahaman berkaitan dengan Ilmu Komunikasi secara khusus mengenai komunikasi dalam transaksi jual beli *online* dengan pelanggan dan juga dapat menjadi landasan acuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian serupa.

1.6.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur serta menambah wawasan bagi pelanggan agar lebih bijak dalam memilih produk *online* sebelum membelinya.