

KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA KURIR

DENGAN PELANGGAN

(Studi Kasus Jasa Pengiriman *Cash On Delivery (COD)*
Shooper Express Hub Bendosari)

Rohmad Dwi Narwanto¹, Dr. Herning suryo, M.Si², Sihabuddin, S.I.kom., M.I.kom³

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi
Surakarta

rohmadwin0@gmail.com

ABSTRAK

Tingginya minat belanja online serta banyaknya macam pilihan metode pembayaran, ada dengan sistem transfer lebih dahulu ada juga yang lewat pembayaran ditempat atau sering kita artikan dengan istilah COD atau *Cash On Delivery*, COD atau *Cash on Delivery* merupakan salah satu bentuk transaksi jual beli tempat penjual dan pembeli bertemu langsung di lokasi yang sama setuju atau tidak dengan apa yang mereka janjikan selama komunikasi melalui pesan singkat atau Whatsapp dan sebagainya. Dengan menggunakan kegiatan COD (*Cash on Delivery*) akan lebih mudah serta praktis, seperti penetapan harga serta proses untuk bernegosiasi pembeli dengan kata lain ada uang ada barang juga dilakukan dengan komunikasi yang baik pula. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang komunikasi interpersonal antara kurir Shopee Express hub Sukoharjo dengan customer shooper pada saat transaksi COD. Metodologi yang peneliti lakukan untuk pengumpulan data yakni dengan kualitatif serta untuk penentuan informan dengan cara *Purposive Random Sampling* yakni dengan cara pemilihan informan dengan menambahkan komponen tertentu untuk mendapatkan jumlah informan yang kita diharapkan. Dalam penelitian ini menggunakan teori dari Harold D Lasswell lalu Hasilnya komunikasi interpersonal kurir terhadap customer tidak terjadi kesalahpahaman penyampaian pengiriman paket COD ini sehingga tidak menimbulkan masalah serta bisa menguntungkan bagi kurir maupun customer yang menerima paket tersebut.

Kata kunci : **Komunikasi Interpersonal, Cash On Delivery, Kurir, Customer**

ABSTRACT

There is high interest in online shopping and there are many different types of payment methods to choose from, some with an advance transfer system, some via on-site payment or what we often interpret as COD or Cash On Delivery, COD or Cash on Delivery is a form of buying and selling transaction at the seller's place and buyers meet face to face at the same location whether they agree or not with what they promised during communication via short message or Whatsapp and so on. By using COD (Cash on Delivery) activities it will be easier and more practical, such as setting prices and the process for negotiating with buyers, in other words if there is money and goods, this is also done with good communication. This research aims to describe interpersonal communication between Shopee Express couriers hub Sukoharjo and shop customers during COD transactions. The methodology used by

researchers to collect data is qualitative and to determine informants using Purposive Random Sampling, namely by selecting informants by adding certain components to get the number of informants we expect. In this research, the theory of Harold D Lasswell was used and the result was that the courier's interpersonal communication with the customer did not cause misunderstandings regarding the delivery of the COD package so that it did not cause problems and could be profitable for both the courier and the customer who received the package.

Keywords: Interpersonal Communication, Cash On Delivery, Courier, Customer

PENDAHULUAN

Tingginya minat belanja online serta banyaknya macam pilihan metode pembayaran, ada dengan sistem transfer lebih dahulu ada juga yang lewat pembayaran ditempat atau sering kita artikan dengan istilah COD atau Cash On Delivery, COD atau Cash on Delivery merupakan salah satu bentuk transaksi jual beli tempat penjual dan pembeli bertemu langsung di lokasi yang sama setuju atau tidak dengan apa yang mereka janjikan selama komunikasi melalui pesan singkat atau Whatsapp dan sebagainya. Dengan menggunakan kegiatan COD (Cash on Delivery) akan lebih mudah serta praktis, seperti penetapan harga serta proses untuk bernegosiasi pembeli dengan kata lain ada uang ada barang juga dilakukan dengan komunikasi yang baik pula.

Tetapi pada kenyataanya masih banyak ditemukan keluhan terlebih kurangnya pemahaman customer terhadap kurir pada sistem COD. Masalah ini tidak lepas dari kurangnya kiat kiat komunikasi tentang pemahaman customer dengan sistem COD itu sendiri seperti observasi yang saya lakukan di lapangan kepada para kurir Shoope Express Hub Bendosari banyak

ditemukan keluhan dan kurang pahamnya customer dengan sistem cod itu sendiri.

Dalam hal itulah peran kurir saat menyampaikan komunikasi harus dengan baik serta efektif lalu pada saat era modern saat ini kebutuhan sebuah jasa pengiriman mengalami peningkatan yang amat pesat serta berkembang dengan cepat. Jasa pengiriman ini merupakan sebuah bagian dari kebutuhan konsumen dan cenderung menginginkan sesuatu hal yang bersifat cepat, mudah dan praktis dalam hal pengiriman barang tersebut.

Kebutuhan konsumen yang semakin tinggi dan banyak, serta berkembangnya bisnis online atau e-commerce menunjukkan tingginya antusiasme peminat konsumen akan jasa pengiriman barang. Seiring adanya perkembangan dan persaingan dalam era modern ini khususnya jual beli online seperti zaman sekarang, perusahaan sekarang berlomba khususnya perusahaan Shoope Express untuk memenangkan persaingan tersebut dengan memperbaiki sistem pelayanan dan khususnya dalam hal upaya pemenuhan kebutuhan untuk pelanggan atau customer dengan garda terdepan yaitu

pengantar pesanan tersebut yaitu sang pengantar barang yaitu kurir.

Perusahaan Shoope adalah perusahaan e-commerce yang ada dibawah naungan SEA Group atau sebelumnya dikenal sebagai Garena, perusahaan tersebut merupakan perusahaan di Asia Tenggara. Shopee memiliki banyak pengunduh di Indonesia dan harus bisa merebut hati masyarakat untuk mencapai volume penjualan tertentu agar bisa tetap bertahan dan konsisten atau dengan kata lain untuk mengembangkan usahanya dalam industri yang sudah dipilihnya. Kondisi seperti ini merupakan sebuah kepuasan konsumen yang mempunyai peranan sangat cukup penting bagi perusahaan. Karena secanggih dan sebagus apapun produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukai produk tersebut, baik secara fisik terlalu mahal atau terlalu rumit dalam penggunaan produk tersebut, maka produk tersebut tidak ada artinya bagi konsumen.

Berkembangnya jasa pengiriman di era sekarang saat ini, termasuk dalam hal transaksi jual beli yang melibatkan sebuah perusahaan ekspedisi, maka penjual dan pembeli harus pandai dalam memilih dan memilah jasa ekspedisi yang tepat untuk digunakan, lalu dari pihak Shoope sendiri

membuat jasa ekspedisi sendiri yakni Shoope Express. Shopee Express merupakan sebuah layanan jasa pengiriman barang khusus transaksi di Shopee. Shopee Express sendiri memiliki tipe layanan barang yang akan diambil di lokasi penjual, kemudian pembeli bisa mengambil barang tersebut di lokasi Shopee Express dan agen Shopee terdekat atau Shoope Express Hub Bendosari itu sendiri yang berlokasi di Sugihan, Gentan, Kec. Bendosari, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Shoope Express tersebar di seluruh nusantara sehingga proses pengiriman paket tersebut bisa efektif dan efisien serta Berbagai macam pelayanan suatu perusahaan jasa ekspedisi yang dapat dipertimbangkan dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa ekspedisi tersebut guna pengiriman barang yang kita beli secara online tersebut.

Perusahaan Shoope sekarang seiring berjalannya waktu sudah mempunyai jasa pengirim sendiri tanpa harus bekerja sama dengan jasa antar paket yang lain yang saat ini ada di Indonesia. Dengan adanya shoope express terdekat tersebut kita sebagai kurir bisa menjangkau dengan mudah dengan para customer atau para pembeli dengan lebih mudah dan efisien tanpa ada batasan waktu.

Dengan adanya sebuah kualitas pelayanan yang baik dan garde terdepan yaitu melalui kurir paket didalam sebuah suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan pelayanan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa terpuaskan dengan produk yang disediakan atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan tersebut yang diberikan kepada mereka. Apabila konsumen merasa terpuaskan terhadap pelayanan tersebut, mereka akan menjadi konsumen tetap serta merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa tersebut ditempat yang sama. Kondisi inipun akan berdampak pada performa bisnis perusahaan yang bersangkutan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi hal yang sangat berharga bagi perusahaan tersebut dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan produktivitas perusahaan.

Ada beberapa masalah dalam hal ini yakni adanya kendala komunikasi yang tersampaikan dari kurir kepada customer Shoope Express, Permasalahan banyak sekali menimpa kurir atau petugas ekspedisi yang mengantar barang dalam bertugas sekaligus menagih biaya pembelian kepada konsumen. Tak hanya diprotes karena barang yang diantar tak sesuai dengan penejelasan di

katalog online yang dilihat di e-commerce Shopee, kurirpun juga kerap tidak menerima uang pembayaran untuk COD yang seharusnya diserahkan oleh konsumen saat barang datang kepada kurir yang mengantar. Bahkan, pernah ada kasus seorang kurir dari salah satu perusahaan ekspedisi mendapatkan tindak kekerasan dari pihak konsumen saat pengiriman barang COD tersebut. Lalu kurangnya literasi di pihak konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen kerap tidak menaati aturan pembayaran COD dan tidak tepat dalam bertindak ketika mereka mengalami kekecewaan terhadap produk yang sduah dikirim kepada customer (Azanella, 2022).

Adapun masalah lain ataupun kendala saat pengiriman yakni kurang pahamnya konsumen saat melakukan pembayaran via COD tersebut sehingga menyebabkan adanya salah paham dengan dengan penerima paket, lalu sering ditemui konsumen yang kurang peduli dengan adanya fitur COD tersebut, sehingga banyak yang mengira bahwa paket yang telah mereka pesan sudah terbayarkan pada saat pemesanan itu juga.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian atau observasi yang dilakukan oleh sang peneliti yaitu penelitian

deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto (2013) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui situasi, kondisi atau hal yang lain setelah disebutkan, yang hasilnya disajikan dalam bentuk sebuah laporan penelitian. Di dalam penelitian deskriptif tersebut yakni bisa berupa bentuk, kegiatan, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan dalam suatu fenomena satu dengan yang lainnya.

Metode yang dilakukan peneliti yaitu metode penelitian secara kualitatif yang menurut Sugiyono (2020) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif ini merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada suatu filosofi positivisme atau interpretative, yang digunakan untuk mengkaji keadaan benda benda di alam, peneliti sebagai alat kunci, teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan triangulasi (kombinasi observasi, wawancara dan dokumen), pengumpulan data yang dikumpulkan condong bersifat kualitatif, data analitik, induktif, dan hasil penelitian kualitatif tersebut yakni memahami tentang makna, pengertian keunikan, mengkonstruksi fenomena dan menemukan hipotesis serta wawancara ataupun dengan cara pengumpulan data melalui wawancara kepada kurir serta

customer di Shopee Express Hub Bendosari Sukoharjo untuk mendapat data yang akurat serta terpadu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini sajian data dari peneliti yakni dengan melakukan wawancara kepada kurir dan customer Shoope Express Hub Bendosari untuk mendapatkan sumber data primer yang telah dilakukan. Selain itu peneliti juga melukan observasi secara langsung dengan para kurir untuk melihat bagaiman proses pola komunikasi interpersonal yang kurir lakukan kepada customer dalam transaksi COD.

a) Komunikasi Interpersonal Kurir terhadap Customer dengan Menggunakan Pola Komunikasi Primer Shoope Express Hub Bendosari ini merupakan kantor jasa ekspedisi langsung dari Shoope, peneliti melakukan wawancara dengan kurir yang mengantarkan paket COD ini yang berperan langsung dalam berkomunikasi dengan customer dalam transaksi, COD ini, dan bisa berupa bertatap muka langsung ataupun komunikasi melalui chatting.

Melalui chatting tersebut dapat terbentuk yakni komunikasi yang artinya memang

dapat mendekatkan orang yang berbeda jarak dengan kita tetapi membuat jarak dengan orang yang dekat dengan kita. Oleh sebab itu para kurir dilain sisi harus berinteraksi dengan customer via Chatting Whatsapp ataupun telepon agar para kurir tidak kesulitan berkomunikasi dengan para customer. Seperti halnya para kurir akan mengabari apabila ada paket COD yang akan mereka antar ke tujuan atau ke alamat customer yang memesan paket tersebut.

Dalam hasil wawancara yang peneliti peroleh para kurir sangat sering menggunakan metode komunikasi, diantaranya komunikasi melalui panggilan telepon dengan menggunakan handphone dan menggunakan pesan singkat lewat whatsapp di telepon genggam ataupun melalui SMS ke nomer yang sudah tertera di aplikasi shoope kurir untuk menanyakan alamat lengkap si pembeli yang akan kita antar paket COD tersebut dan menginformasikan paket tersebut akan diantarkan, komunikasi langsung yakni dengan bertemu tatap muka dengan customer pada saat pengantaran paket COD tersebut dan menjelaskan paket tersebut merupakan paket COD kepada customer, komunikasi lisan yakni komunikasi yang terjadi secara langsung dan tidak dibatasi oleh jarak, yang

artinya komunikasi ini dilakukan antara kedua belah pihak secara bertatap muka dari komunikasi ini merupakan penerapan sesungguhnya arti dari COD tersebut yakni dengan bertatap muka dengan customer dan si kurir menjelaskan paket COD tersebut, komunikasi verbal yakni komunikasi yang berbentuk lisan ataupun tulisan dari komunikasi ini kurir menggunakan teks pesasn singkat yang dikirmkan kepada customer untuk memberitahukan bahwa akan ada paket yang akan segera diantarkan kepada customer dan komunikasi interpersonal itu sendiri Para kurir sangat intens melakukan komunikasi tersebut untuk menghindari kesalahpahaman dengan para konsumen serta para konsumenpun memberikan feedback atau balasan terhadap komunikasi yang dilakukan oleh kurir saat pengantaran paket COD tersebut, lain halnya apabila tidak terjadi komunikasi antara kurir dan konsumen yang pastinya akan menimbulkan banyak sekali masalah seperti tidak diterimanya paket tersebut, paket tersebut belum diantar sampai ke tujuan sesuai tanggal perkiraan sampainya paket yang mereka pesan.

Wawancara yang lainpun menyebutkan bahwasannya sebelum paket tersebut dikirim akan melakukan komunikasi terlebih dulu ke

konsumen serta ada beberapa yang memerlukan komunikasi yang lebih untuk yang baru pesan sekali atau dua kali dengan fitur COD ini, sehingga butuh perhatian ekstra dari kurir dan edukasi dari kurir ke konsumen yang akan menerima paket yang harus dibayar terlebih dahulu.

Lalu dari konsumen sendiri harus dengan jeli memperhatikan komunikasi ini agar terjalinnya dengan seksama tanpa halangan yang bisa mengakibatkan kerugian dari sisi kurir dan konsumen yang memesan paket COD tersebut.

Dari observasi yang dilakukan para kurir dan customer sudah melakukan komunikasi interpersonal dan komunikasi tersebut berjalan dengan efektif, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antara kurir dan customer. Pada saat pengantaranpun sang kurir menjelaskan bahwasannya COD ini harus dilaksanakan apabila tidak dibayar sesuai nominal COD yang tertulis maka paket tersebut tidak dapat diterima oleh sang customer. Komunikasi interpersonal kurir terhadap customer ini bisa saja dilakukan dengan tatap muka saat transaksi COD ini berlangsung, komunikasi interpersonal disini adalah sebuah komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antar beberapa individu. Oleh karena itu

kurir yang bertatap muka dengan customer akan menjelaskan skema dan prosedur bagaimana paket ini bisa customer terima. Dalam hal ini proses komunikasi interpersonal bisa terjalin atau terlaksana apabila salah satu orang mengirim pesan, sedangkan orang lain menerima dan menerjemahkan pesan tersebut. Dalam komunikasi interpersonal sendiri ada beberapa unsur yaitu :

1) Sumber

Sumber yang dimaksud yakni sumber dari mana komunikasi tersebut dapat terlaksana, dalam hal ini subernya yakni pada saat kurir mengkomunikasikan dengan customer paket COD tersebut

2) Pesan

Pesan dapat diartikan yakni sesuatu yang dapat diambil dari komunikasi tersebut, pesan yang disampaikan disini yakni pesan tentang tata cara COD tersebut antara kurir dengan customer.

3) Media

Media yang digunakan disini yakni sarana atau sesuatu yang menjadi perantara komunikasi ini, dalam hal ini medianya yakni dengan menggunakan pesan singkat atau

chatting dengan menggunakan aplikasi Whatsapp atau lain sebagainya untuk menghubungkan kurir dengan customer.

4) Penerima

Penerima yang dimaksud adalah sang customer itu sendiri, karena dari kurir sudah mengkomunikasikan dan menjelaskan bahwasannya dari customer yang akan menerima pesan tersebut atau paket tersebut

5) Efek

Efek yang ditimbulkan dalam penelitian ini yakni perasaan senang dari kurir yang sudah mengantarkan paket COD ini sampai ke tangan customer dan hal sebaiknya perasaan senang customer yang telah menerima paketnya dengan aman dan tidak ada kendala

6) Umpan balik

Umpan balik atau feedback dapat diartikan balasan dari sang penerima kepada sang pengantar, yakni dari kurir yang mengantar akan diterima oleh konsumen saat pengantaran paket COD tersebut.

Dalam penjelasan diatas dapat diartikan bahwa dari kurir dengan customer sudah menjalin komunikasi interpersonal sehingga

kedua belah pihak dapat berkomunikasi hingga pengantaran paket COD tersebut sampai ke tangan customer sehingga bisa membuat customer puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini peneliti menggunakan teori Harold D Lasswell yang menjelaskan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan dengan akibat apa atau hasil apa.

b) Hambatan Kurir Dalam Proses Pengantaran Paket COD Kepada Customer Dalam proses pengantaran inilah kurir sering memiliki hambatan komunikasi terhadap customer saat pengantaran berlangsung. Hambatan ini bisa disebabkan dari beberapa macam yakni bisa berupa cuaca, sulitnya kita menemukan alamat tersebut dan komunikasi interpersonal yang terjalin antar kedua belah pihak, hambatan tersebut bisa diatasi oleh para kurir dengan kita selalu berkomunikasi agar tidak terjadi salah pengertian atau salah persepsi antara kurir dengan customer.

Hambatan lainnya muncul dari berbagai macam hal yang lain, diantaranya bisa dari faktor sulitnya menjalin komunikasi dengan customer dan sulitnya menghubungi customer saat pengantaran paket tersebut.

Dari hal yang diatas hambatan yang sering dihadapi yakni tentang komunikasi, namun hal ini bisa di tanggulangi oleh kurir dengan customer yakni dengan mengkomunikasikan terlebih dahulu paket yang akan mereka antarkan kepada customer, seperti halnya menghubungi customer apabila akan ada paket COD yang akan dikirimkan dan customer diharap bisa menunggu ataupun menyiapkan nominal COD yang akan dibayarkan nantinya. Dalam hambatan ini peneliti menggunakan teori Harold D Lasswell yang menjelaskan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan dengan akibat apa atau hasil apa.

Dalam hasil wawancara yang peneliti peroleh banyak sekali hambatan yang ditemukan dilapangan saat melakukan pengantaran dan menjalin komunikasi antara kurir dengan konsumen terlebih apabila salah satu dari kurir atau konsumen tersebut tidak memberikan feedback atau umpan balik, sehingga tidak terjalin komunikasi yang efektif

Diantaranya hambatan saat pengiriman tidak sesuainya isi paket tersebut, dari hal tersebut kurir dituntut untuk menjelaskan kenapa paket bisa berbeda dan tidak sesuai dengan

yang konsumen pesan, terlebih paket tersebut dipesan dengan menggunakan fitur COD yang harus dilakukan pembayaran ditempat dari konsumen untuk menerima paket tersebut, tetapi ada kurir yang memperbolehkan untuk mengecek barang tersebut dahulu dan diusahakan resi atau surat tujuan ke alamat penerima tidak rusak dan sobek untuk bisa kurir kembalikan lagi ke kantor Shoope Express Hub Bendosari untuk diproses lebih lanjut, hambatan lain yang megganjal atau berpengaruh dalam pengiriman paket COD ini yakni adanya kendala cuaca serta sulitnya mendapatkan kontak dari customer untuk mengubunginya saat akan mengantarkan paket dan bisa berakibat tidak terkirimnya paket tersebut ke tangan customer sehingga paket tersebut dinyatakan gagal dalam pengirimannya.

Hambatan diluar yakni bisa saja timbul akibat hal hal yang lain diantaranya seperti pada saat pengantaran dan sudah sampai di alamat penerima sang penerima tidak ada ditempat sehingga kita harus tanya ke tetangga yang ada disekitar lokasi untuk cek alamat tersebut benar atau tidak, apabila tidak kurir nantinya akan tanya kembali ke tetangga yang lain untuk bertemu atau mengantar paket tersebut sampai ke tangan customer dengan sistem COD ini.

Hambatan ini disebut bisa berdampak kepada kurir maupun customer sebab apabila pengiriman terhambat dan tidak sampai ke tangan customer akan berpotensi kurang puasanya customer dengan pelayanan yang diberikan pada saat pengantaran paket tersebut serta apabila dibatalkan secara sepihak oleh customer sang kurir akan menjelaskan kembali tentang tata cara COD tersebut.

Lain halnya apabila dalam pengantaran ada hambatan seperti halnya cuaca dan sulitnya menghubungi customer tersebut melalui via telepon atau chatting, terlebih kurir sekarang dituntut untuk lebih cepat dan teliti dalam pengantarannya. Apabila paket tersebut tidak sampai ke tangan penerima akan menimbulkan masalah dan akan memberikan penilaian yang buruk terhadap ekspedisi yang mereka pakai khususnya kurir yang mengantar paket tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari peneliti, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal antara kurir dengan customer harus selalu diterapkan intens, khususnya komunikasi primer agar dari kedua belah pihak tidak mengalami kendala dan hambatan saat melakukan transaksi paket

COD tersebut sehingga paket tersebut dapat diterima, komunikasi yang diterapkan kurir kepada customer telah terlaksana dengan komunikasi interpersonal ini dan yang disampaikan kurir kepada customer sudah menyeluruh dari tata cara COD, dan menginformasikan akan melakukan pengantaran paket menuju ke alamat customer. Dari menanyakan alamat apakah sesuai dengan yang tertera di resi atau aplikasi kurir Shoope Express hingga memberitahukan nominal COD yang harus dibayarkan kepada kurir. hal ini berpengaruh juga dengan komunikasi sekunder Disisi lain komunikasi sekunder ini bisa berdampak terhadap pengiriman paket, apabila komunikasi tidak terwujud pengiriman paket COD ini akan terhambat dan paket tidak akan sampai ke tangan penerima sehingga menimbulkan komplain atau ketidakpuasan dari customer. hal lain yang berpengaruh dalam komunikasi sekunder ini yakni pentingnya mengkomunikasikan segala sesuatu dari kurir kepada customer tentang pelaksanaan pengantaran paket dan penerimaan paket COD ini kepada penerima dan tata cara COD ini sangat penting dikomunikasikan untuk menghindari hal hal yang tidak di inginkan, seperti penolakan paket tersebut dan hal hal lainnya yang merugikan antara kedua belah pihak. Dari

customer pun sudah bisa memberikan feedback atau balasan yang baik kepada sang kurir saat melakukan komunikasi yakni dengan memberikan respon yang baik kepada sang kurir dengan contoh memberikan alamat yang jelas dan sudah menyiapkan uang untuk pembayaran COD tersebut dan dari customer memberikan respon baik lainnya yakni dengan mengangkat telepon apabila dari kurir ingin menanyakan petunjuk alamat saat sedang mengantarkan paket menuju ke alamat sang customer. Dalam hal ini hambatan yang dialami oleh kurir yakni

kurangnya komunikasi yang terjalin antara kurir dengan customer yang menyebabkan terhambatnya atau tidak terjalin dengan baik komunikasi tersebut, hal tersebut bisa disebabkan karena tidak bertemunya kurir dengan customer secara langsung untuk melakukan transaksi COD ini sehingga keduanya menjadi salah paham tentang transaksi ini, jadi dari komunikasi interpersonal dari kurir ke customer saat pengantaran paket COD ini sudah terlaksana dan tersampaikan dengan baik oleh satu sama lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA: Bandung.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- AW Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Azzanella, L. A. (2020, Juni 11). *Kenapa Kita Suka Menggunakan Media Sosial? Ini Alasan Psikologisnya*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/11/093601265/kenapa-kitasuka-menggunakan-media-sosial-ini-alasan-psikologisnya?page=all>
- Bitner, Zeithaml. (2003). *Reassessment Of Expectations As A Comparison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Further Reseach*. *Journal Of Marketing*. January (58) 111-124.
- Cangara, Hafied. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Kedua. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

- Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Professional Books: Jakarta
- Djamarah, Bahri Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam keluarga*. Jakarta: PT. Reneka Cipta.
- Dwiningtyas. 1987. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Henry, Backrak. (1976). *Efektivitas Komunikasi Interpersonal*,
<http://angellarhesymaharani.com/2010/10/efektivitas-komunikasiinterpersonal.html>
- Jayadi (2017) *Pola Komunikasi Dalam Pengaderan HMI Komisariat ISIP UMM*
- Lexy, J Moleong. (2008) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications*.
Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Muhammad Irham, F. A. (2017). *Analisa BOD dan COD di perairan esturia Sungai Krueng Cut, Banda Aceh* . Jurnal Ilmu-Ilmu Perairan, Pesisir dan Perikanan, 199-204.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Ngalimun. (2018). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Pratikto, Riyono.1987. *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*. Remaja Karya CV
- Bandung. Salim, Peter dan Salim, Yenny, 1991, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Modern English Press, Jakarta
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss. 2001. *Human Communication*. Bandung : Remaja rosda karya.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta. Sukandarrumidi. 2002. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Sunarto, 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1. Yogyakarta : Ust. Press.

Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss, *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*, Editor Deddy Mulyana, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005. Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.