



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 11576-11585

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Prosedur Pelayanan Customer Service E-Commerce Shopee Pada PT Trustfy Digital Indonesia

Eka Putri Handayani^{1✉}, Murniyati², Dwita Pratiwi³

Universitas Bina Sarana Informatika

Email: eka.eph@bsi.ac.id^{1✉}

Abstrak

PT Trustfy Digital Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang E-commerce, dalam dunia E-commerce pelayanan customer service sangatlah penting. Pelayanan customer service biasanya terjadi pada interaksi antara organisasi bisnis dan pelanggan, baik itu kritik, saran, masukan ataupun keluhan yang dirasakan pelanggan. Pelayanan customer service berfungsi untuk memberikan kepuasan yang maksimal dalam menangani keluhan pelanggan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Hal tersebut guna menghindari review buruk bagi perusahaan dan akan berdampak ketidaknyamanan bagi kedua belah pihak. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui bagaimana bagaimana prosedur pelayanan Customer Service E-commerce Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia. apa kendala yang dihadapi dalam Prosedur Pelayanan Customer Service E-commerce Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia, apa kendala yang dihadapi dalam Prosedur Pelayanan Customer Service E-commerce Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: 1) Prosedur Pelayanan Customer Service Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia secara keseluruhannya baik, meskipun ada beberapa dalam prosedur pelayanan customer service shopee belum maksimal. 2) Kendala dalam Prosedur Customer Service Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia yaitu kurangnya komunikasi antara pihak gudang dengan pihak CS yang mengakibatkan packingan produk tidak maksimal dan sering terjadinya kesalahan salah kirim produk.

Kata Kunci : Pelayanan, Customer Service E-commerce

Abstract

PT Trustfy Digital Indonesia is a company operating in the E-commerce sector, in the world of E-commerce customer service is very important. Customer service usually occurs in interactions between business organizations and customers, be it criticism, suggestions, input, complaints felt by customers. Customer service serves to provide maximum satisfaction in handling customer complaints, either directly or indirectly. This is to avoid bad reviews for the company and will cause discomfort for both parties. This research uses a qualitative descriptive research method. The aim of the research carried out by the author is to find out what the Shopee E-commerce Customer Service service procedures are at PT Trustfy Digital Indonesia. what are the obstacles faced in the Shopee E-commerce Customer Service Procedure at PT Trustfy Digital Indonesia, what are the obstacles faced in the Shopee E-commerce Customer Service Procedure at PT Trustfy Digital Indonesia. The results of this research prove that: 1) Shopee Customer Service Procedures at PT Trustfy Digital Indonesia are overall good, although some Shopee customer service procedures are not optimal. 2) The obstacle in Shopee Customer Service Procedures at PT Trustfy Digital Indonesia is the lack of communication between the warehouse and CS which results in product packaging not being optimal and frequent errors in sending the wrong product.

Keywords: Service, E-commerce Customer Service

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern berdampak terhadap teknologi juga berkembang semakin pesat dari tahun ketahun. Dengan dimulainya program pemerintah yaitu digitalisasi, mendorong masyarakat untuk semakin terbuka akan teknologi. Saat ini, perkembangan teknologi tidak lepas dari hubungan dan kaitannya dengan media internet. Dengan media internet maka kita bisa melakukan kegiatan bisnis di E-commerce atau sistem penjualan produk secara elektronik. Dengan adanya pandemi Covid-19, masyarakat beralih dari konvensional menuju e-commerce. Hal ini memudahkan konsumen untuk mencari kebutuhan tanpa harus bersinggungan dengan konsumen lainnya. E-commerce tidak menjual produk ritel saja akan tetapi memberi pelayanan yang kompleks juga. Produk yang dipasarkan telah meluas sampai pada web, iklan media, email, mesin pencari, iklan video, dan livestream. Selanjutnya tersedia juga sarana feedback pada seller center e-commerce. Hal terpenting di dalam dunia bisnis adalah kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan yang disediakan e-commerce pada umumnya bertujuan dalam memberi pelayanan kebutuhan serta memberi kepuasan terhadap customer untuk menjawab berbagai pertanyaan serta menyampaikan informasi serta penyelesaian keluhan pelanggan yang masih berhubungan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dari perusahaan yang bersangkutan. Dengan adanya pelayanan yang baik maka secara tidak langsung dapat meningkatkan kepuasan serta

kualitas dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan juga semakin meningkat. Seseorang yang melakukan pelayanan kepada pelanggan disebut Customer Service.

PT Trustfy Digital Indonesia memiliki tantangan serta kesempatan sama terhadap perusahaan lain seperti biasanya. Pelanggan mampu membandingkan pelayanan yang disampaikan dari PT Trustfy Digital Indonesia dengan pelayanan yang mereka harapkan. Apabila pelanggan merasa puas, sehingga konsumen akan melakukan transaksi kembali ke PT Trustfy Digital Indonesia serta sebagai pelanggan yang setia juga membagikan pengalamannya untuk orang lain. Ketidakpuasan pelanggan maupun keluhan pelanggan dalam pelayanan Customer Service merupakan sebuah risiko pekerjaan yang tidak perlu dicemaskan. Tuntutan terhadap pelayanan yang optimal menunjang dari beberapa Customer Service agar lebih inovatif untuk melaksanakan peningkatan pelayanan yang lebih baik untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam memperoleh hal tersebut, pasti saja membutuhkan tahapan pelayanan yang baik. Prosedur pelayanan adalah rangkaian tahapan maupun tata kerja yang berhubungan satu dengan yang lainnya dengan demikian menunjukkan terdapatnya prosedur jelas serta beberapa cara yang mesti ditempuh untuk penyelesaian masalah. Dengan adanya prosedur pelayanan maka seorang Customer Service bisa melakukan peran serta tugasnya secara rinci dan terarah.

Berdasarkan latar belakang di atas mengenai prosedur pelayanan customer service E-Commerce PT Trustfy Digital Indonesia, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Prosedur Pelayanan Customer Service E-commerce Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam Prosedur Pelayanan Customer Service E-commerce Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia?
3. Bagaimana solusi dalam mengatasi kendala Prosedur Pelayanan Customer Service E-commerce Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia?

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif ini penulis menggunakan 3 (tiga) metode pengumpulan data yaitu : Metode wawancara metode Observasi dan metode dokumentasi. Penelitian ini dilakukan pada PT Trustfy Digital Indonesia berlokasi di Pantai Indah Kapuk Sentra Industri Terpadu III. PT Trustfy sudah memperluas penjualannya Online di beberapa Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, untuk dalam mendistribusikan barang pada seluruh kota-kota besar hingga terpencil di Indonesia.

Landasan Teori

Menurut Ardios dalam (Wijaya & Irawan, 2018) menyebutkan mengenai "Prosedur adalah suatu bagian sistem yang merupakan rangkaian tindakan yang menyangkut beberapa orang dalam satu atau beberapa bagian yang ditetapkan untuk menjamin agar suatu kegiatan usaha atau transaksi dapat terjadi secara berulang kali dan dilaksanakan secara seragam". Pelayanan selalu mencakup komponen interaksi diantara konsumen terhadap produsen, walaupun beberapa pihak yang terlibat tidak selamanya menyadarinya tetapi pelayanan bukanlah sebuah komoditas akan tetapi sebuah tahapan maupun kegiatan yang tidak berwujud. Menurut Kotler dalam (Laksana, 2018: 85) "Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun". Akan tetapi menurut Gronroos dalam Tjiptono (2019: 66) menyatakan bahwa "Pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan".

Menurut Riyanto (2018: 119) berbagai faktor yang mempengaruhi dari kualitas pelayanan diantaranya:

1. Reliability (Keandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi

2. Responsiveness (Daya Tanggap)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, pengarahannya juga kesopanan dan keramahan membuat penumpang atau pelanggan merasakan pelayanan yang seharusnya didapatkan. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

3. Empathy (Empati)

Menyampaikan perhatian yang tulus serta bersifat individual maupun pribadi yang diberikan untuk berbagai pelanggan dengan berusaha mengetahui harapan mereka.

4. Tangibles (Bukti Fisik)

Tangibles merupakan kemampuan yang dimiliki dari perusahaan untuk memberikan layanan yang prima untuk pelanggan serta termasuk dalam hal terbaik, dengan definisi kualitas tersebut mampu ditinjau serta dirasakan dengan langsung bagi pelanggannya

mencakup seperti fasilitas, alat teknologi pendukung, performance karyawan, serta penampilan fisik bangunan.

5. Assurance (Jaminan)

Assurance merupakan perusahaan mempunyai kemampuan dalam memberikan jaminan serta kepastian yang didapatkan pada sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik serta pemahaman yang dipunyai, dengan demikian dapat memunculkan rasa kepercayaan diri untuk konsumennya.

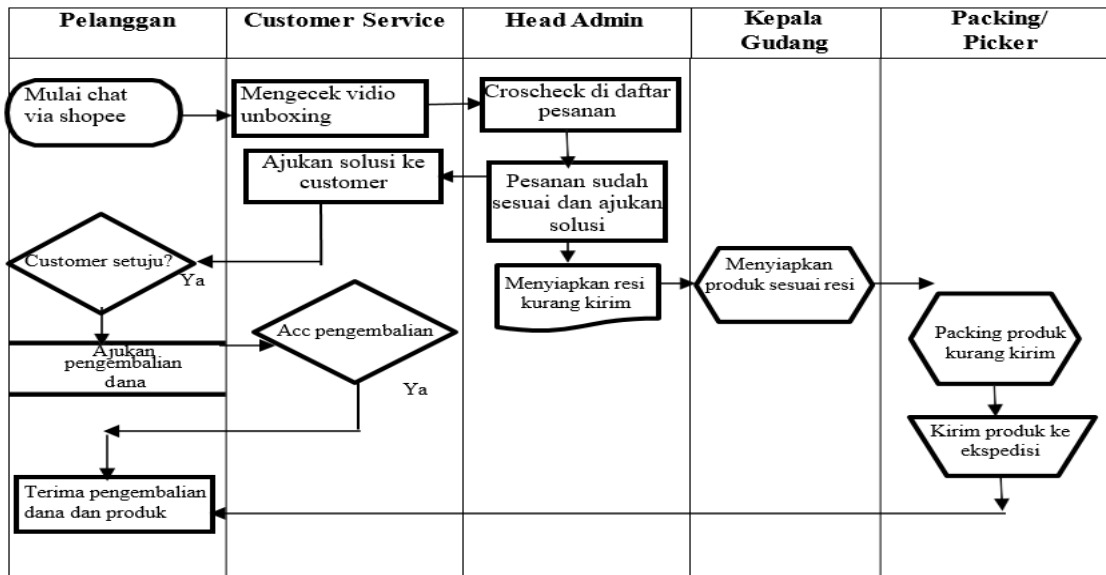
Menurut Kasmir (2018: 249) "Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui keinginan dan kebutuhan nasabah". Adapun menurut Mirawati (2019) definisi dari customer service merupakan tiap aktifitas yang diberikan dalam memberikan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan seseorang untuk pelangganya untuk menyelesaikan masalah agar memuaskan.

Menurut Sidqi (2021) "E-commerce merupakan kumpulan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen melalui media elektronik dengan skala yang lebih luas dari pada pasar tradisional dengan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan". Pengertian e-commerce menurut Adiningsih (2019) yaitu suatu aktivitas jual dan beli produk melalui platform layanan online internet. Adapun menurut Al Fadila Darma Nasri (2020: 14) "E-Commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet". Dari berbagai penjelasan tersebut mampu diambil kesimpulan mengenai e-commerce yaitu sebuah tahapan dalam transaksi bisnis yang berbentuk pembelian serta penjualan produk meliputi barang dan jasa dengan memakai jaringan komputer adalah internet dari produsen menuju konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Untuk mempermudah dan memahami prosedur pelayanan customer service e-commerce shopee pada PT Trustyfy Digital Indonesia, dibawah ini flowchart prosedur pelayanan customer service sebagai berikut :



Sumber : (PT Trustfy Digital Indonesia, 2022)

Gambar III.1

Alur Prosedur Pelayanan Customer Service PT Trustfy Digital

Berdasarkan gambar III.1 diatas, dapat dijelaskan alur prosedur pelayanan di PT. Trustfy Digital Indonesia sebagai berikut :

1. Mulai Chat Via Shopee

Sebelum mengajukan komplain atau keluhan atas pesanan yang customer terima maka customer terlebih dahulu chat customer service dari fitur chat yang telah disediakan oleh pihak shopee untuk menangani keluhan atau komplain para customer. Selanjutnya jika customer telah mengajukan komplain via chat, maka customer service akan membuka room chat tersebut dan segera merespon keluhan dari customer.

2. Mengecek Vidio Unboxing

Setelah menerima komplain dari customer, yang dilakukan selanjutnya yaitu mengecek vidio unboxing terlebih dahulu apakah sesuai pesanan atau tidak dengan yang customer pesan untuk memastikan tindakan berikutnya.

3. Croscheck Di Daftar Pesanan

Setelah itu kepala admin harus melakukan croscheck terhadap pesanan tersebut di daftar pesanan untuk memastikan apakah benar pesanan yang customer terima tidak sesuai setelah mengajukan vidio unboxing dan akan diarahkan ke tahap selanjutnya agar customer merasa tenang.

4. Pesanan Sudah Sesuai Dan Ajukan Solusi

Pada tahap selanjutnya setelah kepala admin melakukan croscheck didaftar pesanan untuk memastikan pesanan tersebut apakah sudah sesuai dengan yang customer terima

atau tidak, lalu kepala admin meminta admin untuk konfirmasi dan memberikan solusi kepada customer agar customer merasa tenang.

5. Ajukan Solusi Ke Customer

Setelah mengetahui pesanan customer tidak sesuai dengan pesanan yang datang, langkah berikutnya customer service mengajukan solusi kepada customer untuk menyelesaikan permasalahan ini melalui fitur chat seller center yang ada di e-commerce shopee.

6. Pelanggan Setuju

Pada tahap ini setelah customer service mengajukan solusi kepada customer dan meminta maaf atas kesalahan dalam pesanan yang kurang kirim maka pelanggan setuju dengan solusi tersebut yang telah diajukan oleh customer service melalui via chat seller center.

7. Ajukan Pengembalian Dana

Setelah berdiskusi dan mendapatkan solusi, kemudian pelanggan diminta mengajukan pengembalian dana di seller center dan produk kurang kirim akan di kirim secara manual oleh pihak admin.

8. Acc Pengembalian Dana

Selanjutnya setelah customer mengajukan pengembalian dana, maka customer service acc pengembalian dana yang telah di ajukan oleh pelanggan, dan konfirmasi melalui via chat seller center.

9. Menyiapkan Resi Kurang Kirim

Kemudian pada tahap selanjutnya setelah pengembalian dana di proses dan di acc, maka kepala admin menyiapkan resi kurang kirim yang akan segera diproses dan dikirim kembali kepada pelanggan.

10. Menyiapkan Produk Sesuai Resi

Setelah mendapatkan resi kurang kirim, kemudian kepala gudang mengecek dan menyiapkan produk kurang kirim tersebut sesuai dengan yang ada di resi,

11. Packing Produk Kurang Kirim

Selanjutnya setelah produk disiapkan, maka team picker mengecek terlebih dahulu produk beserta resi tersebut dengan memastikan secara aman dan benar apakah barang sudah sesuai dengan pesanan, sebelum team packing memproses produk.

12. Kirim Produk Ke Ekspedisi

Tahap berikutnya setelah produk sudah dipacking dengan aman dan benar oleh team packing, maka pesanan tersebut segera dikirim ke ekspedisi untuk mendapatkan resi atas pengiriman pesanan tersebut.

13. Terima Pengembalian Dana Dan Produk

Setelah pengembalian dana sudah sampai dan pengembalian dana sudah di terima, maka customer memberi konfirmasi kepada customer service dan selesai.

Adapun data data pelanggan yang melakukan keluhan pelayanan kepada customer service di PT Trustfy Digital Indonesia pada periode Januari sampai dengan Maret 2022.

Tabel III.1

Daftar Pesanan Kurang Kirim Periode Bulan Januari - April 2022

No	Tanggal	Nama Customer	No Pesanan	Keterangan
1	20-Okt-22	M*****r,*****98	231124F5243MEC	Selesai
2	15-Okt-22	B*****m,*****49	231123D4H410N7	Sudah di follow up belum ada Feed back dari customer dikarenakan tidak adavidio unboxing
3	02-Nov-22	j*****i, *****88	231124DA6MWAK5	Sudah di follow up belum ada Feed back dari customer dikarenakan vidio unboxing tidak lengkap
4	27-Nov-22	A*****i,*****10	231123D1R4DABG	Selesai
5	08-D-22	C*****a,*****32	231118VAN915CR	Customer tidak mengajukan pengembalian dana

Sumber : (PT Trustfy Digital Indonesia, 2022)

Kendala Yang Dihadapi Dalam Prosedur Pelayanan *Customer Service E-commerce* Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia

Dalam prosedur pelayanan customer service e-commerce shopee, adapun kendala yang seringkali terjadi sebagai berikut :

1. Kurangnya komunikasi antar pihak gudang dengan pihak CS sehingga terjadi kesalahan dalam proses pemackingan produk yang menyebabkan pesanan kurang kirim.
2. Minimnya kerjasama kepala gudang dengan picker dan packing sehingga stock produk tidak sesuai dengan yang ada di sistem dan stock fisik di gudang.
3. Kurangnya sistem pengecekan produk dari pihak gudang dengan picker sehingga jika ada pesanan yang lebih dari 3 jumlahnya seringkali lolos dan mengakibatkan kurang kirim.

Berdasarkan kendala yang dihadapi oleh customer service dalam prosedur pelayanan, maka adapun solusi yang di berikan oleh PT Trustfy Digital Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Untuk komunikasi antar pihak gudang dengan pihak CS agar menjadi lebih baik yaitu dengan cara memisahkan pesanan yang jumlahnya lebih dari 2 pcs untuk di pisahkan agar tidak tercampur dengan pesanan yang hanya 1 pcs, dikarenakan untuk meminimalisir kesalahan kurang kirim produk.
2. Untuk kerjasama kepala gudang dengan picker dan packing agar produk sesuai yaitu mengadakan stock opname di setiap 1 bulan sekali dengan mengurutkan kode barang sesuai rakyang ada di gudang.
3. Dalam sistem pengecekan produk dari pihak gudang dengan picker agar tidak seringkali lolos barang yang kurang kirim yaitu dengan cara membuat sistem scan produk keluar masuk barang yang akan dipacking.

SIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dilakukan selama penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Prosedur Pelayanan Customer Service Shopee pada PT Trustfy Digital Indonesia secara keseluruhannya sudah baik, meskipun masih ada beberapa dalam prosedur pelayanan customer service shopee belum maksimal. Seperti konfirmasi pesanan kurang kirim dan salah kirim, video unboxing kurang jelas, customer yang susah di hubungi dan alamat pelanggan yang kurang jelas.

2. kurangnya komunikasi antara pihak gudang dengan pihak CS, minimnya kerja sama antara kepala gudang dengan picker sehingga membuat packingan produk tidak maksimal dan sering terjadinya kesalahan kurang kirimatau salah kirim produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Sri. 2019. Transformasi Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Al-Fadila Darma Nasri, *Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Skripsi: Bengkulu, IAIN Bengkulu 2020)*
- Andalusi, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). Jurnal Madani, 1(2), 305– 322.*
- Darma Wijaya & Roy Irawan. (2018). Prosedur administrasi penjualan pada usaha jaya teknika Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi & Manajemen, 16, 26–30.*
- Hadion Wijoyo, Yoyok Cahyono, Aris Ariyanto, Fery Wongso, *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal 2020 (Sumatra Barat :linsan Cendekia Mandiri, 2020), h. 20-28*
- Kasmir. 2018. Analisis Laporan Keuangan. Cetakan 11, Jakarta : *PT Rajawali Gravindo Persada.*
- Mukarom. Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana, 2018. Manajemen Pelayanan Pubik. CV Pustaka Setia, Bandung.*
- Hadion Wijoyo, dkk, Digitalisasi UMKM (Sumatra Barat :linsan Cendekia Mandiri, 2020), h 13-20
- Rintho Rante R, *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi (Yogyakarta : Dee Publish, 2018), h 33-34*
- Riyanto, A. (2018). *Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi. Jurnal Ecodemica, 2(1), 117– 124. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/index>*
- Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.