

## **PERAN ADMINISTRASI *ONLINE E-COMMERCE* DALAM MELAYANI PELANGGAN PADA TOKO HERBALTUM**

**Anisa Putri**

Mahasiswa Prodi D-III Sekretari Universitas Pamulang

Email : *anssspri123@gmail.com*

### **ABSTRAK**

Penulisan ini tentang peran administrasi *online e-commerce* dalam melayani pelanggan pada Toko Herbaltum. Tujuan dari laporan akhir ini adalah untuk mengetahui peran administrasi *online e-commerce* pada Toko Herbaltum. Wawancara, observasi dan riset kepustakaan digunakan dalam laporan ini sebagai metode penulisan Tugas Akhir. Berdasarkan data, ada tiga kendala yang di hadapi administrasi *online* di Toko Herbaltum, yaitu kurangnya pengetahuan tentang herbal, keterlambatan membalas pesan pelanggan di aplikasi *whatsapp*, serta penempatan produk di toko yang tidak teratur yang membuat pelanggan kesulitan untuk mencari suatu produk yang dicarinya. Berdasarkan pembahasan tentang peran administrasi *online e-commerce* dalam melayani pelanggan pada Toko Herbaltum penulis dapat membuat kesimpulan menjadi dua bagian yaitu layanan pemesan secara langsung dimana pelanggan dapat membeli produk secara langsung di toko dan layanan secara tidak langsung yang meliputi pelayanan melalui *e-commerce* maupun *whatsapp*, serta layanan informasi untuk memberikan jawaban atas pertanyaan pelanggan yang berkaitan dengan herbal. Dan juga penulis menyarankan bahwa administrasi *online* harus lebih belajar banyak tentang herbal agar lebih memudahkan menjawab pertanyaan pelanggan secara *online* maupun *offline*, dan selalu mengecek aplikasi *whatsapp* secara berkala untuk menghindari kekecawaan pelanggan karena respon yang terlalu lambat dan membuat toko kehilangan pelanggan.

**Kata Kunci:** *E-commerce, Online, Pelanggan, Whatsapp, Herbal*

### ***THE ROLE OF ONLINE E-COMMERCE ADMINISTRATION IN SERVING CUSTOMERS IN HERBALTUM STORE***

### **ABSTRACT**

*This writing is about the role of e-commerce online administration in serving customers at the Herbaltum Store. The purpose of this final report is to determine the role of online e-commerce administration at Herbaltum Stores. Interviews, observation and literature research are used in this report as a method for writing the final project. Based on the data, there are three obstacles faced by online administration at the Herbaltum Store, namely lack of knowledge about herbs, delays in replying to customer messages on the WhatsApp application, and irregular placement of products in stores that make it difficult for customers to find a product they are looking for. Based on the discussion about the role of e-commerce online administration in serving customers at the Herbaltum Store, the authors can make*

*conclusions into two parts, namely direct direct ordering services where customers can buy products directly at the store and indirect services which include services through e-commerce and WhatsApp. , as well as information services to provide answers to customer inquiries related to herbs. And also the authors suggest that online administration should learn more about herbs to make it easier to answer customer questions online and offline, and always check the WhatsApp application regularly to avoid customer disappointment because the response is too slow and makes stores lose customers.*

**Keywords:** E-commerce, Online, Customers, Whatsapp, Herbal

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi internet saat ini, maka semakin banyak pula perusahaan atau pertokoan yang memanfaatkannya untuk berbagai hal. Ini dapat dibuktikan dengan banyaknya perusahaan atau pertokoan yang menggunakan *marketplace* dalam berbisnis, misalnya Toko Herbaltum yang menggunakan *marketplace* untuk menjual berbagai obat-obatan herbal di Indonesia.

Seringkali ketika menggunakan jaringan internet untuk bekerja perangkat mengalami gangguan teknis yang mengakibatkan pekerjaan administrasi *online* tertunda selama beberapa menit, kejadian tersebut sering terjadi sebanyak 2-3 kali dalam seminggu. Dengan demikian itu sangat mengganggu dalam pekerjaan seorang administrasi *online* terlebih pekerjaan yang dilakukan

administrasi *online* yaitu mengakses *marketplace* dimana tempat jual beli elektronik dilakukan, hal itu dapat terjadi karena beberapa hal yang pertama yaitu listrik yang mengalami pemadaman dari pusat ataupun karena pulsa listrik habis, komputer rusak dan membutuhkan waktu cukup lama untuk diperbaiki.

Pelayanan pada pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk membuat pelanggan merasa puas berbelanja di tempat tersebut, semakin banyak pelanggan maka semakin banyak pula kendala yang di hadapi di suatu toko. Stok barang sangatlah penting dalam berjualan *online* tetapi seiring bertambahnya pelanggan stok barang akan menyusut dan para karyawan sulit untuk merekap barang yang kosong karena pesanan yang banyak, hal ini hampir setiap hari ditemukan karena stok barang tersebut habis dan kurangnya komunikasi antar sesama karyawan dan dan pelanggan maka terjadi salah pengiriman barang yang membuat pelanggan komplain.

Pengiriman barang yang salah yang berakibat komplain pelanggan dapat mengurangi *rating* atau menurunnya performa toko tersebut di karenakan pelanggan merasa kurang puas

dengan barang yang di pesannya atau karena pelayanan yang di terimanya saat berbelanja, penilaian pelanggan sangat penting saat berjualan baik itu *offline* maupun *online*, cara yang dapat administrasi *online* lakukan untuk membuat pelanggan memberikan nilai yang bagus yaitu dengan pelayanan yang baik, pelanggan akan merasa puas dan akan menilai toko tersebut melalui fitur penilaian di *e-commerce* yang dapat membuat para calon pembeli akan tertarik dan percaya akan toko tersebut.

Komplain pelanggan dapat terjadi akibat beberapa hal antara lain salah pengiriman produk baik itu barang yang di pesan ataupun alamat pemesan, produk yang mendekati kadaluarsa, produk rusak, berat produk tidak sesuai deskripsi di *e-commerce*, keterangan pengiriman telah sampai tetapi barang tidak di terima oleh pembeli, serta keterlambatan pengiriman dan transit barang yang terlalu lama di jasa pengiriman. Hal itu administrasi *online* temukan dalam seminggu terdapat 2-4 kali di *e-commerce*, dan seringnya pelanggan komplain karena pengiriman barang yang terlalu

lama.

SOP dalam suatu usaha juga sangatlah penting di tetapkan karena dengan itu karyawan dapat mematuhi dan melaksanakan tugasnya sesuai aturan tersebut. Jika SOP tersebut belum di tetapkan maka akan membuat usaha berjalan dengan tidak baik dan tidak teratur, dampaknya akan membuat salahnya penanganan komplain pelanggan serta kurangnya komunikasi antar sesama karyawan dan pelanggan secara langsung ataupun tidak langsung.

Di setiap penjualan *online* dimana pun itu sering terjadinya pengiriman barang yang tidak sesuai dengan pesanan pelanggan, biasanya hal itu dapat terjadi akibat beberapa produk yang memiliki kesamaan nama dan kemasan, serta juga dapat terjadi karena kurangnya ketelitian karyawan dalam pengecekan ulang faktur dan lembar alamat yang terdapat di belakang faktur penjualan.

Adapun pengertian administrasi menurut KBBI adalah usaha dan kegiatan meliputi penetapan tujuan serta penetapan cara-cara penyelenggaraan pembinaan organisasi; usaha dan kegiatan yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan; kegiatan kantor dan tata usaha.

Fungsi administasi secara umum adalah *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Staffing*, *Directing* (pengarahan atau bimbingan), *Coordinating*, *Reporting*, *Budgeting*.

*E-Commerce* dapat didefinisikan sebagai

arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat di pungkiri bahwa area jual beli di dunia maya terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer kedalam satu jaringan raksasa atau internet (Indrajit: 2016).

Ada tujuh jenis-jenis *e-commerce* di Indonesia dengan karakteristik berbeda, antara lain: *Business to Business* (B2B), *Business to Customer* (B2C), *Customer to Customer* (C2C), *Customer to Business* (C2B), *Business to Administration* (B2A), *Customer to Administration* (C2A), *Online to Offline* (O2O).

*E-commerce* mempunyai beberapa dampak baik positif ataupun negatif, dampak tersebut bisa terhadap individu, masyarakat dan Negara. Dampak positif untuk individu seperti penjual memudahkan dalam pemasaran produk karena sudah terdapat banyak media sosial yang membantu para pembisnis online dalam pemasarannya, memudahkan penjual dalam mengontrol semua aktivitas aliran

produknya sehingga meminimalisir pencurian produk oleh beberapa oknum tidak bertanggungjawab, bagi pembeli juga *e-commerce* memudahkan dalam pencarian berbagai macam produk yang dilakukan dengan mudah tanpa harus mengunjungi toko yang menjual produk tersebut, serta banyaknya pebisnis *e-commerce* yang membuka jam pemesanan lebih lama bahkan dapat mencapai waktu 24 jam dalam sehari serta memberikan informasi yang lengkap mengenai produk yang diinginkan oleh individu.

Dampak negatif terhadap individu yaitu rentannya terjadi penipuan online oleh para pebisnis *online* palsu, dan membuat individu menjadi lebih malas untuk mendatangi langsung dan melihat kualitas barang secara langsung.

Dampak positif terhadap masyarakat salah satunya yaitu suatu masyarakat dapat bekerja sama dengan mengolah bisnis secara *e-commerce* sehingga memungkinkan untuk perkembangan masyarakat menuju ekonomi yang lebih makmur. Adapun dampak negatif terhadap masyarakat adalah membuat masyarakat lebih konsumtif karena dengan mudahnya melihat dan mencari produk-produk yang sedang trending mendorong masyarakat ingin memiliki semua produk-produk tersebut karena dapat didapatkan dengan sangat mudah, serta mendorong perilaku egoisme karena terkadang masyarakat lebih mengutamakan atau meninggikan dirinya sendiri dari lingkungannya karena ingin tampil lebih dengan produk-produk yang sedang trending.

Dampak positif *e-commerce* terhadap negara adalah negara mendapatkan banyak keuntungan untuk berbagai macam pajak penjualan dan pajak ekspor impor produk-produk tersebut, serta taraf ekonomi negara dapat meningkat karena jika suatu negara sudah mempunyai produk yang berkualitas dan banyak digemari maka akan banyak masyarakat terutama masyarakat luar negeri yang ingin membeli produk tersebut.

Selain dampak positif adapun dampak negatif terhadap negara adalah negara sering dirugikan oleh produk-produk hasil illegal dan berbagai macam aktivitas penggelapan barang yang terjadi dalam bisnis *e-commerce*, negara juga mendapatkan pencemaran nama baik apabila terdapat oknum-oknum penjual dalam negeri yang memalsukan ataupun melakukan kejahatan dalam aktivitas *e-commerce*.

Pelayanan adalah sebuah strategi komunikasi kepada konsumen sebagai strategi pemasaran dalam memasarkan produk baik barang maupun jasa. Salah satu unsur terpenting dalam komunikasi pemasaran. Pelayanan kepada

pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat saat ini, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada pemenuhan kepuasan pelanggan sebagai tugas utama.

Dalam perkembangan dunia jasa dewasa ini dikenal istilah pelayanan prima (*service excellence*). Istilah pelayanan prima, yang artinya adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka royal kepada perusahaan (Barata, 2004).

Menurut Barata pelayanan prima terdiri dari 6 unsur pokok antara lain : kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab. Sedangkan menurut Tjiptono pelayanan prima terdiri dari 4 unsur pokok antara lain : kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan.

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi

kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.

Bagi perusahaan, pelayanan prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja mengecewakan pelanggannya.

Konsep pelayanan prima ada 3 macam yaitu konsep sikap, konsep perhatian, dan konsep tindakan. Serta pelayanan prima memiliki karakteristik kualitas diantaranya penampilan, kesopanan dan ramah, kesediaan melayani, pengetahuan dan keahlian, tepat waktu dan janji, kejujuran dan kepercayaan, efisien, kepastian hukum, keterbukaan, biaya, tidak rasial, serta kesederhanaan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode pengamatan/observasi. Data yang digunakan diambil dari data primer yaitu data yang diperoleh selama bekerja di Toko Herbaltum dengan melakukan *jobdesk* sebagai admin *online*. Serta data sekunder yaitu data yang diolah lebih lanjut dari data primer dan mengumpulkan informasi melalui buku-buku yang relevan

sesuai topik yang dibahas.

Penelitian ini dilakukan di toko Herbaltum yang beralamat di Jl. Cipinang Latihan No. 24 RT. 10/14 Jatinegara, Jakarta Timur yang dilaksanakan mulai tanggal 01 Oktober 2019 sampai dengan 01 Desember 2019 dengan jam kerja PKI. 07.00 – 16.00 WIB.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran administrasi sangatlah penting di dalam sebuah perusahaan untuk memajukan bisnis perusahaan, karena itu tugas utama seorang administrasi adalah harus dapat membangun kepercayaan dari pelanggan. Dengan mengetahui kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan baik dan benar, pelanggan akan merasa puas dan itu akan membuat kelangsungan bisnis perusahaan tetap berjalan.

Secara umum peran administrasi *online* dalam melayani pelanggan di toko herbaltum terbagi menjadi dua yaitu layanan pemesanan order dan layanan informasi.

Toko Herbaltum memiliki dua cara pemesanan produk yaitu pemesanan secara langsung (*face to face*) dan tidak langsung. Adapun pemesanan secara tidak langsung itu dapat melalui *e-commerce* dan *whatsapp*, adapun secara langsung (*face to face*) pelanggan dapat datang langsung ke toko.

Selain tersedianya layanan pemesanan juga terdapat layanan informasi yang berguna untuk memberikan jawaban atas pertanyaan pelanggan

yang dilakukan secara *online*, Layanan Informasi yang diberikan juga bisa melalui chat, telepon, maupun diskusi yang ada di *e-commerce*.

## SIMPULAN

Herbaltum memiliki dua layanan pemesanan yaitu secara langsung dan tidak langsung. Pemesanan secara langsung pelanggan dapat datang langsung ke toko, dikarenakan Herbaltum memiliki herbatis maka pelanggan juga dapat melakukan konsultasi keluhannya terlebih dahulu sebelum membeli produk. Adapun pemesanan secara tidak langsung pelanggan dapat melalui *e-commerce* dan juga *whatsapp*. Selain layanan pemesanan juga terdapat layanan informasi yang berguna untuk memberikan jawaban atas pertanyaan pelanggan yang dilakukan secara online, layanan informasi tersebut dapat melalui chat di *e-commerce* atau *whatsapp*, telepon, maupun melalui fitur diskusi yang tersedia di *e-commerce*.

Penulis juga ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat untuk Toko Herbaltum dalam meningkatkan peranan administrasi *online e-commerce*

dalam melayani pelanggan antara lain pelayanan pemesanan melalui *whatsapp* harus lebih di tingkatkan kembali dikarenakan banyaknya pesan di *whatsapp* yang terlewat membuat pelanggan menjadi kecewa, serta kurangnya pengetahuan tentang herbal membuat pelayanan informasi kepada pelanggan menjadi terhambat, saran saya buatlah jadwal pembelajaran tentang herbal setiap hari dengan durasi kurang lebih 30 menit sebelum mulai bekerja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, dan Setyobudi, Ismanto. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Gava Media: Yogyakarta.
- Gavinov, Ivan Tinarbudi. (2016). *Manajemen Perkantoran*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Halimah, M., & IP, S. (2018). Konsep dan Ruang Lingkup Administrasi Perkantoran. Diakses dari <http://repository.ut.ac.id/3972/1/ADPU4331-M1.pdf> pada, 31.
- Nugroho, Adi Sulistyono. (2016). *E-commerce: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Rahman, Mariati. (2017). *Ilmu Administrasi*. Makassar: CV Sah Media.
- Rerung, Rintho Rante. (2018). *E-commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama).
- Sutha, D. W. (2018). *Administrasi Perkantoran*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Wibowo, Herianto Ari, dan Moh Fausi. (2017). *Pelayanan Konsumenn*. Yogyakarta, Parama Publishing.
- <https://www.sisternet.co.id/read/281769-7-jenis->

“Peningkatan Kompetensi Mahasiswa Melalui Program Vokasi Untuk Memenuhi Kebutuhan Dunia Industri”

*dan-contoh-e-commerce-  
yang-berkembang-di-  
indonesia* (di akses 10  
Oktober 2020).

file:///C:/Users/owner/Downloads/Tu  
gas%20III%20Pak%20Wah  
yu.pdf ( di akses 10 Oktober  
2020 )