

Strategi Kurir Shopee Dalam Menjaga Hubungan Pelanggan (*Customer Relation*) Ditinjau Dari Perspektif Administrasi Perkantoran

Alyad'ul Siregar^{1*}, Edi Winata²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, Medan, Indonesia

*E-mail : alregar06082001@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 01-05-2026

Revision: 10-05-2026

Published: 14-05-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v3i4.252

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kurir *Shopee Express* dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dilihat dari perspektif administrasi perkantoran. Penelitian ini berangkat dari beberapa masalah yang sering terjadi di lapangan, seperti keluhan pelanggan terhadap komunikasi kurir, keterlambatan pengiriman, alamat yang kurang jelas, dan sistem pelacakan yang belum selalu sesuai dengan kondisi sebenarnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada lima kurir *Shopee Express* di wilayah Medan Johor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurir menjaga hubungan pelanggan dengan cara berkomunikasi secara ramah dan jelas, menanggapi keluhan dengan cepat, serta tetap bersikap profesional saat bekerja. Dukungan administrasi perkantoran seperti SOP, pelatihan, koordinasi dengan admin, dan pelaporan digital juga membantu kurir bekerja lebih teratur dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi kurir, hubungan pelanggan, administrasi perkantoran, *Shopee Express*, pelayanan pelanggan

ABSTRACT

This study aims to find out how Shopee Express couriers' strategies in maintaining good relationships with customers are viewed from the perspective of office administration. This study arises from several problems that often occur in the field, such as customer complaints about courier communication, delivery delays, unclear addresses, and tracking systems that are not always in accordance with the actual conditions. The method used is descriptive qualitative, with data collection through interviews, observations, and documentation involving five Shopee Express couriers in the Medan Johor area. The results of the study show that couriers maintain customer relationships by communicating in a friendly and clear manner, responding to complaints quickly, and remaining professional while working. Office administrative support such as SOPs, training, coordination with admins, and digital reporting also helps couriers work more orderly and maintain good relationships with customers.

Key word: Courier strategy, customer relationship, office administration, *Shopee Express*, customer service

Acknowledgment

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Perkembangan *e-commerce* membuat jasa pengiriman semakin sering digunakan oleh masyarakat. Dalam proses pengiriman, pelanggan tidak hanya melihat cepat atau lambatnya paket sampai, tetapi juga menilai bagaimana pelayanan yang diberikan oleh kurir. Pada *Shopee Express*, kurir menjadi pihak yang langsung bertemu dan berkomunikasi dengan pelanggan. Kurir tidak hanya bertugas mengantar paket, tetapi juga memberi informasi, menghadapi keluhan, dan menjaga sikap saat melayani. Oleh sebab itu, cara kurir berkomunikasi dan menjalankan tugas dapat memengaruhi pandangan pelanggan terhadap layanan perusahaan.

Dalam penelitian ini, masih ditemukan beberapa masalah yang terjadi di lapangan. Masalah tersebut berkaitan dengan komunikasi antara kurir dan pelanggan, keterlambatan pengiriman, alamat pelanggan yang kurang jelas, pelanggan yang sulit dihubungi, serta sistem pelacakan digital yang belum selalu sesuai dengan keadaan sebenarnya. Selain itu, berdasarkan survei awal, masih ada kurir yang tidak menggunakan box saat mengantar paket. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan kurir masih perlu diperhatikan, baik dari cara kurir melayani pelanggan maupun dari sistem kerja yang mendukung kegiatan pengiriman.

Strategi kurir dalam menjaga hubungan pelanggan menjadi penting untuk diteliti karena kurir merupakan pihak yang membawa citra perusahaan di hadapan pelanggan. Apabila kurir mampu menyampaikan informasi dengan jelas, bersikap sopan, dan tetap tenang ketika menghadapi kendala, maka hubungan dengan pelanggan dapat lebih terjaga. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan keluhan dan menurunkan kepercayaan pelanggan. Dalam hal ini, administrasi perkantoran ikut berperan karena berhubungan dengan SOP, pelatihan, koordinasi antara kurir dan admin, serta pelaporan digital yang membantu pekerjaan kurir menjadi lebih teratur.

Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa pelayanan memiliki peran penting dalam kepuasan dan loyalitas pelanggan. Wijaya & Rizani, (2022) menemukan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan *Shopee Express* secara umum sudah baik, tetapi aspek empati masih rendah. Lorenzi & Sudjiman, (2023) menjelaskan bahwa ketepatan waktu, keramahan, dan komunikasi yang baik dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Septyana et al., (2024) menemukan adanya keluhan pelanggan pada layanan *Shopee Express*, seperti keterlambatan pengiriman, paket hilang, dan sikap petugas yang kurang ramah. Sudirman & Muna, (2021) juga menjelaskan bahwa pelayanan yang ramah, harga terjangkau, dan komunikasi yang baik dapat membantu membangun loyalitas pelanggan.

Selain itu, Yahya et al.,(2024) menemukan beberapa masalah dalam pelayanan kurir, seperti kurir tidak menggunakan box paket, pengantaran tidak sesuai dengan sistem pelacakan aplikasi, kurang tang-

gap terhadap perubahan jadwal pengiriman, serta adanya tindakan melempar paket tanpa izin. (Ade, 2024) menunjukkan bahwa keterbatasan kurir dan komunikasi yang kurang efektif dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan. Ifada et al., (2024) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, terutama pada keandalan layanan dan kontak langsung antara kurir dengan pelanggan. Alim et al., (2025) menjelaskan bahwa kepuasan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Shopee. Alfiansah et al., (2024) menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* pada Shopee dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang lebih terstruktur. Rizky et al., (2023) juga menyatakan bahwa pelayanan yang ramah dan cepat tanggap dapat membantu mempertahankan hubungan dengan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini perlu dilakukan karena masih terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dan pelayanan yang terjadi di lapangan. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan *Customer Relationship Management* secara umum. Sementara itu, penelitian ini lebih diarahkan pada strategi interpersonal kurir *Shopee Express* dalam menjaga hubungan pelanggan, serta melihat bagaimana administrasi perkantoran mendukung strategi tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai cara kurir membangun komunikasi dengan pelanggan, menghadapi kendala pelayanan, dan menjalankan tugas dengan dukungan administrasi perkantoran di wilayah Medan Johor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan karena penelitian ingin menjelaskan secara langsung bagaimana strategi kurir *Shopee Express* dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, khususnya jika dilihat dari sisi administrasi perkantoran. Penelitian dilakukan di wilayah operasional *Shopee Express* yang beralamat di Jln. Karya Wisata No. 15 D, Pangkalan Mahsyur, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian berlangsung pada Maret sampai Mei 2026.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan sesuai kebutuhan penelitian. Informan yang dipilih adalah kurir aktif *Shopee Express* yang sudah bekerja minimal enam bulan, memiliki pengalaman berhubungan langsung dengan pelanggan, dan mampu memberikan informasi mengenai strategi serta hambatan dalam menjaga hubungan pelanggan. Dari kriteria tersebut, penelitian ini menggunakan lima orang kurir *Shopee Express* yang bertugas di wilayah Medan Johor sebagai informan.

Fokus dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian. Pertama, strategi interpersonal kurir dalam menjaga hubungan dengan pelanggan. Kedua, hambatan yang dihadapi kurir saat memberikan pelayanan di lapangan. Ketiga, dukungan administrasi perkantoran dalam menunjang pekerjaan kurir. Indikator yang diamati meliputi cara kurir berkomunikasi secara ramah, sopan, dan jelas, cara kurir menangani keluhan pelanggan, sikap profesional dalam pelayanan, kendala alamat yang kurang jelas, pelanggan yang sulit dihubungi, keterbatasan sistem pelacakan digital, serta dukungan SOP, pelatihan, koordinasi dengan admin, dan pelaporan digital.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan dan observasi langsung terhadap kegiatan kurir saat bekerja di lapangan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi yang berkaitan dengan pelayanan kurir, seperti catatan pengantaran, laporan kendala, bukti komunikasi pelayanan, dan dokumen pendukung lainnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk mengetahui pengalaman kurir dalam berkomunikasi, menghadapi pelanggan, menangani keluhan, dan menjalankan pelayanan. Observasi dilakukan untuk melihat langsung aktivitas kurir di lapangan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Tahapan analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang sesuai dengan fokus penelitian. Penyajian data disusun dalam bentuk uraian agar mudah dipahami. Selanjutnya, kesimpulan ditarik berdasarkan data yang telah diperiksa dan dibandingkan. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka tidak dilakukan uji hipotesis. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, member check, dan diskusi dengan dosen pembimbing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini dilakukan kepada lima kurir aktif *Shopee Express* yang bekerja di wilayah Medan Johor. Semua informan adalah laki-laki dengan pendidikan terakhir SMA. Mereka sudah bekerja lebih dari enam bulan, sehingga dianggap sudah memiliki pengalaman dalam berhubungan langsung dengan pelanggan. Usia informan berbeda-beda, mulai dari 22 sampai 40 tahun. Status kerja mereka terdiri dari kurir mitra dan dediket. Wilayah pengantaran mereka juga tidak sama, yaitu Eka Rasmi, Eka Rame, Karya Jaya, Eka Surya, dan Eka Warni. Perbedaan wilayah ini membuat data yang diperoleh menjadi

lebih beragam karena setiap kurir memiliki pengalaman lapangan yang berbeda.

Tabel 1. Daftar Informan

kode	Inisial>Nama Samaran	Jenis Kelamin	Usia	Lama Bekerja	Jabatan	Keterangan
1	Kurir A	Laki - laki	22 tahun	7 bulan	Mitra	Wilaya Eka Rasmi
2	Kurir B	Laki - laki	30 tahun	1 tahun	Dediket	Wilayah Eka Rame
3	Kurir C	Laki - laki	35 tahun	9 bulan	Mitra	Wilayah Karya Jaya
4	Kurir D	Laki - laki	40 tahun	1 tahun	Dediket	Wilayah Eka Surya
5	Kurir E	Laki - laki	39 tahun	2 tahun	Dediket	Wilayah Eka Warni

Sumber: Penulis (2026)

Dari hasil wawancara dan observasi, terlihat bahwa strategi kurir *Shopee Express* dalam menjaga hubungan pelanggan dilakukan melalui beberapa cara. Cara tersebut meliputi komunikasi yang baik, penanganan keluhan, sikap profesional saat bekerja, dan pemanfaatan dukungan administrasi per Kantoran. Temuan ini menunjukkan bahwa tugas kurir tidak hanya sebatas mengantar paket, tetapi juga berhubungan langsung dengan pelanggan dan ikut membentuk penilaian pelanggan terhadap perusahaan.

Strategi pertama yang dilakukan kurir adalah membangun komunikasi yang ramah, sopan, dan jelas. Kurir biasanya menghubungi pelanggan sebelum paket diantar untuk memastikan pelanggan berada di lokasi. Cara ini membantu kurir menghindari pengantaran ulang dan membuat proses pengiriman lebih lancar. Selain itu, kurir juga menyampaikan informasi mengenai status paket, perkiraan waktu sampai, dan hal-hal yang perlu dipastikan saat paket diterima. Dengan komunikasi seperti ini, pelanggan menjadi lebih mudah memahami kondisi pengiriman.

Temuan tersebut sesuai dengan penelitian Lorenzi & Sudjiman, (2023) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu, keramahan, dan komunikasi yang baik dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil ini juga sejalan dengan Wijaya & Rizani, (2022) yang menunjukkan bahwa aspek empati penting dalam pelayanan *Shopee Express*. Persamaannya terlihat pada pentingnya komunikasi dan perhatian kepada pelanggan. Perbedaannya, penelitian ini lebih melihat cara kurir melakukan komunikasi secara langsung di lapangan, bukan hanya melihat kepuasan pelanggan secara umum.

Strategi kedua adalah cara kurir menghadapi keluhan pelanggan. Dalam pekerjaan sehari-hari, kurir dapat menghadapi keluhan seperti paket terlambat, paket bermasalah, atau alamat yang tidak sesuai. Dari hasil wawancara, kurir berusaha menjelaskan penyebab kendala dengan jujur dan tetap menggunakan bahasa yang baik. Jika pelanggan marah karena keterlambatan, kurir menjelaskan kondisi

yang terjadi, seperti lalu lintas atau kendala sistem, lalu tetap meminta maaf. Jika masalah perlu ditindaklanjuti, kurir melaporkannya kepada admin melalui aplikasi internal.

Strategi ketiga adalah menjaga profesionalisme pelayanan. Kurir berusaha menjaga sikap ketika bertemu pelanggan, memastikan paket dalam keadaan baik, dan menyerahkan paket dengan cara yang benar. Kurir juga menghindari tindakan yang dapat membuat pelanggan kecewa, seperti melempar paket, berkata kasar, atau mengirimkan foto tanpa izin. Sikap seperti ini penting karena perilaku kurir dapat memengaruhi citra *Shopee Express* di mata pelanggan.

Temuan ini berkaitan dengan penelitian Yahya et al., (2024) yang menemukan masalah dalam pelayanan kurir, seperti tidak menggunakan box paket, pengantaran yang tidak sesuai dengan sistem pelacakan, kurang tanggap terhadap perubahan jadwal, dan tindakan melempar paket tanpa izin. Persamaannya adalah sama-sama menunjukkan bahwa perilaku kurir berpengaruh terhadap penilaian pelanggan. Perbedaannya, penelitian Yahya et al., (2024) lebih menekankan masalah dalam pelayanan, sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa kurir di wilayah Medan Johor juga memiliki usaha untuk menjaga sikap profesional, seperti bersikap sopan, hati-hati, dan bertanggung jawab saat melayani pelanggan.

Selain dari diri kurir, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa administrasi perkantoran membantu pelayanan kurir. Dukungan tersebut terlihat dari adanya SOP, pelatihan teknis, jadwal pengantaran digital, laporan pengiriman otomatis, dan koordinasi antara kurir dengan admin kantor. Kurir merasa terbantu karena SOP memberi arahan dalam bekerja. Pelatihan membantu kurir memahami standar pelayanan, sedangkan laporan digital dan koordinasi dengan admin membantu kurir menyampaikan kendala yang terjadi di lapangan. Namun, dalam menjalankan pelayanan, kurir masih menghadapi beberapa hambatan. Hambatan tersebut antara lain alamat pelanggan yang tidak jelas, pelanggan yang sulit dihubungi, pelanggan yang kurang kooperatif, dan sistem pelacakan digital yang belum selalu sesuai dengan kondisi lapangan. Salah satu informan menyampaikan bahwa ia sering menunggu pelanggan lebih dari 15 menit tanpa kepastian. Informan lain juga mengalami kesulitan ketika lokasi pelanggan tidak sesuai dengan peta digital, sehingga pengiriman menjadi terlambat dan menimbulkan keluhan.

Hambatan ini menunjukkan bahwa hubungan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh sikap kurir, tetapi juga oleh kondisi teknis dan sistem pendukung. Temuan ini sejalan dengan Ade, (2024) yang menunjukkan bahwa keterbatasan kurir dan komunikasi yang kurang efektif dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan. Temuan ini juga sesuai dengan Septyana et al., (2024) yang menemukan adanya keluhan pelanggan mengenai keterlambatan pengiriman, paket hilang, dan sikap petugas yang kurang ramah. Perbedaannya, penelitian ini melihat hambatan dari sudut pandang kurir, seperti alamat

yang tidak jelas, pelanggan yang sulit dihubungi, dan sistem pelacakan yang belum sepenuhnya akurat.

Hasil penelitian ini juga mendukung Alim et al., (2025) yang menyatakan bahwa kepuasan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Shopee. Dalam penelitian ini, kualitas layanan terlihat dari cara kurir berkomunikasi, menangani keluhan, dan menjaga sikap profesional. Namun, penelitian ini tidak mengukur pengaruh dengan angka, tetapi menjelaskan secara kualitatif bagaimana strategi tersebut dilakukan oleh kurir berdasarkan pengalaman mereka di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian dan perbandingan dengan penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa strategi kurir *Shopee Express* dalam menjaga hubungan pelanggan meliputi tiga hal utama, yaitu komunikasi interpersonal, penanganan keluhan, dan profesionalisme pelayanan. Strategi ini akan lebih berjalan baik jika didukung oleh administrasi perkantoran yang teratur. SOP, pelatihan, koordinasi dengan admin, dan pelaporan digital membantu kurir bekerja lebih jelas, terarah, dan konsisten.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini sudah menjawab tujuan penelitian. Strategi interpersonal kurir terlihat dari komunikasi yang ramah, sopan, dan jelas. Hambatan yang dihadapi kurir meliputi alamat yang kurang jelas, pelanggan yang sulit dihubungi, pelanggan yang kurang kooperatif, dan sistem pelacakan digital yang belum selalu sesuai dengan keadaan di lapangan. Sementara itu, administrasi perkantoran membantu pelayanan kurir melalui SOP, pelatihan, koordinasi, dan pelaporan digital. Dengan demikian, keberhasilan kurir dalam menjaga hubungan pelanggan tidak hanya bergantung pada kemampuan pribadi kurir, tetapi juga pada dukungan sistem administrasi perkantoran yang baik.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan pelanggan dalam layanan *Shopee Express* tidak hanya dipengaruhi oleh cepat atau lambatnya paket sampai kepada penerima. Dalam praktiknya, pelanggan juga menilai cara kurir berkomunikasi, bersikap, dan menyelesaikan kendala yang muncul selama proses pengantaran. Karena itu, strategi kurir dalam menjaga hubungan pelanggan dapat dilihat dari komunikasi interpersonal, profesionalisme pelayanan, dan dukungan administrasi perkantoran.

Komunikasi menjadi bagian yang paling terlihat dalam pelayanan kurir. Sebelum melakukan pengantaran, kurir biasanya menghubungi pelanggan untuk memastikan keberadaan penerima. Langkah ini membantu kurir menghindari pengantaran ulang dan mengurangi kesalahpahaman. Ketika terjadi kendala, seperti keterlambatan atau alamat yang kurang jelas, kurir berusaha menjelaskan keadaan dengan bahasa yang sopan dan mudah dipahami. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi sederhana, seperti memberi kabar dan menjelaskan kendala, memiliki peran penting dalam menjaga hubu-

ngan dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan Isnawati, (2021) yang menjelaskan bahwa interaksi langsung merupakan bagian penting dalam membangun hubungan pelanggan.

Selain komunikasi, *profesionalisme* kurir juga menjadi hal yang penting. Kurir berusaha menjaga kondisi paket, menyerahkan paket dengan benar, dan tetap menjaga sikap ketika bertemu pelanggan. Kurir juga menghindari tindakan yang dapat menimbulkan keluhan, seperti melempar paket, berbicara kasar, atau mengirimkan foto tanpa izin. Sikap tersebut menunjukkan bahwa kurir menyadari posisinya sebagai pihak yang mewakili perusahaan di lapangan. Temuan ini sesuai dengan Hidayat, (2021) yang menyatakan bahwa pengarahan dan pengawasan dalam administrasi perkantoran dapat memengaruhi kinerja pelaksana kerja.

Dukungan administrasi perkantoran juga terlihat dalam proses pelayanan kurir. SOP, pelatihan, koordinasi dengan admin, jadwal pengantaran digital, dan pelaporan kendala membantu kurir bekerja lebih terarah. Dengan adanya dukungan tersebut, kurir tidak hanya bekerja berdasarkan pengalaman pribadi, tetapi juga mengikuti pedoman kerja yang sudah ditetapkan. Pelaporan digital dan koordinasi dengan admin juga membantu kurir menyampaikan kendala yang terjadi di lapangan agar dapat ditindaklanjuti.

Walaupun demikian, pelayanan kurir masih menghadapi beberapa hambatan. Hambatan yang paling sering muncul adalah alamat pelanggan yang kurang jelas, pelanggan yang sulit dihubungi, pelanggan yang kurang kooperatif, dan sistem pelacakan digital yang belum selalu sesuai dengan keadaan sebenarnya. Hambatan ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan kurir masih perlu didukung dengan perbaikan sistem, pelatihan lanjutan, dan koordinasi yang lebih baik antara kurir dan admin.

Dengan demikian, strategi kurir *Shopee Express* dalam menjaga hubungan pelanggan dapat dipahami sebagai bagian dari praktik administrasi perkantoran di lapangan. Kurir tidak hanya berperan sebagai pengantar paket, tetapi juga sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggan. Hubungan pelanggan dapat terjaga apabila komunikasi berjalan baik, pelayanan dilakukan secara profesional, dan sistem administrasi mampu mendukung pekerjaan kurir secara jelas dan teratur.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kurir *Shopee Express* di wilayah Medan Johor menjaga hubungan pelanggan dengan komunikasi yang sopan, jelas, dan sikap kerja yang profesional. Kurir biasanya menghubungi pelanggan sebelum paket diantar, memberi informasi jika ada kendala, dan menyerahkan paket dengan baik. Kendala yang ditemukan yaitu alamat kurang lengkap, pelanggan sulit dihubungi, pelanggan kurang kooperatif, serta sistem pelacakan yang belum selalu sesuai dengan

kondisi lapangan. Dukungan SOP, pelatihan, koordinasi dengan admin, dan pelaporan digital membantu kurir bekerja lebih terarah. Untuk itu, kurir perlu tetap menjaga komunikasi dan profesionalisme, sedangkan *Shopee Express* perlu memperkuat SOP, pelatihan, koordinasi, dan sistem pelacakan digital. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan sudut pandang pelanggan agar hasilnya lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, R. (2024). *Analisis Layanan Jasa Kurir Online Shop Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Jasa Layanan J&T DP Lamtemen)*.
- Alfiansah, A. V., Pusvitasari, A., & Kusumastuti, anggit D. (2024). Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Shopee Indonesia). *Jurnal administrasi Bisnis*, 9(1), 426–431.
- Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, XII(1), 66–74.
- Hidayat, E. W. (2021). *Administrasi perkantoran*.
- Ifada, T. I., Ratnasari, N., Rahmawati, Z. N., Wahyudi, F., Hudi, A. W., & Tarecha, R. I. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa. *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.33379/jusifor.v3i1.4415>
- Isnawati, S. I. (2021). *Customer Relationship Management*.
- Lorenzi, N., & Sudjiman, L. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Shopee Express* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 303–311.
- Rizky, F., Sudiarti, S., & atika. (2023). Strategi Costumer Relationship Management Dalam Mempertahankan Pelanggan Pada Coffee Shop Grama Sphere. *eCo-Fin*, 5(3). <https://doi.org/10.32877/ef>
- Septyana, E., Umam, K., & Tampubolon, E. G. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman shopee xpress kebagusan raya pasar minggu. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.58890/jkb.v16i1.260>
- Sudirman, & Muna, D. M. (2021). Analisis Strategi Bisnis Jasa Kurir Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan di Kabupaten Pinrang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(3), 212–218.
- Wijaya, M. H., & Rizani, N. C. (2022). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Shopee Express Dengan Metode Serqual*. 24(1), 41–50.
- Yahya, A., Rauf, N. H., & Nur, T. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Kurir Shopee Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Potential Gain Customer Value (PGGV). *Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi*, 2(12), 909–918.