

# **Analisis Sistem Administrasi Penjualan Marketplace di Kiswara Technology**

Anisa Shelly Arsita, Desak Gede Suasridewi,  
Mahardani Febrihapsari, Wiwik Prihartanti,  
Muthowif, Monica Paath, Suripno

**Universitas WR. Supratman Surabaya**

## **Abstrak**

Perkembangan teknologi *internet* berdampak terhadap perubahan *mindset* dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Perubahan tersebut berdampak pula terhadap pendekatan marketer dalam memasarkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen. Salah satu pendekatan yang lazim dilakukan para marketer ialah *online marketing*. Sekarang ini berbagai kalangan baik laki-laki maupun perempuan, remaja, dan dewasa mulai yang memanfaatkan *internet* sebagai media pemasaran dan bisnis. Kiswara Technology bergerak di bidang Electronic, tepatnya berada di pusat ibu kota di Jawa Timur Surabaya, beberapa produk adalah Printer Alat Kasir, Laci kasir (cash drawer), Barcode scanner, CCTV, Alat GPS, dengan mengikuti metode penjualan yang di Era digital yakni bergabung dengan *marketplace* yang arti nya Pasar/Bisnis online adalah jenis situs web e-niaga di mana informasi produk atau layanan disediakan oleh beberapa pihak ketiga. Kiswara Technology saat ini sedang bergabung dengan Tokopedia dan Shopee, karena di indonesia saat ini pasar shopee dan tokopedia sedang bersaing ketat akan tetapi bisa menjadi perbandingan penjualan di 2 marketplace ini.

Kata kunci : Administrasi, Penjualan, Administrasi Penjualan, Marketplace

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi *internet* berdampak terhadap perubahan *mindset* dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Perubahan tersebut berdampak pula terhadap pendekatan marketer dalam memasarkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen. Salah satu pendekatan yang lazim dilakukan para marketer ialah *online marketing*. Sekarang ini berbagai kalangan baik laki-laki maupun perempuan, remaja, dan dewasa mulai yang memanfaatkan *internet* sebagai media pemasaran dan bisnis. Hal ini tidak aneh bahkan lazim mengingat jumlah pengguna *internet* yang terus bertumbuh pesat bisa menjadi pasar potensial untuk dimasuki para pebisnis. Pemilihan media dalam melaksanakan komunikasi pemasaran sangat menentukan dalam keberhasilan pemasaran. Keberadaan pemasaran *online* sekarang sangat diminati berbagai kalangan tidak terkecuali oleh anak-anak remaja bahkan ibu-ibu rumah tangga. Salah satu bukti adanya pemasaran *online* ialah berdirinya toko-toko *online* disekitar kita.

Kiswara Technology bergerak dibidang Electronic, tepatnya berada di pusat ibu kota di Jawa Timur Surabaya, beberapa produk adalah Printer Alat Kasir, Laci kasir (cash drawer), Barcode scanner, CCTV, Alat GPS, dengan mengikuti metode penjualan yang di Era digital yakni bergabung dengan *marketplace* yang arti nya Pasar/Bisnis online adalah jenis situs web e-niaga di mana informasi produk atau layanan disediakan oleh beberapa pihak ketiga. Pasar online adalah jenis utama e-niaga multisaluran dan dapat menjadi cara untuk menyederhanakan proses produksi.

Tentu berbeda dengan **Online shopp** dengan **marketplace**. **Marketplace** adalah platform perantara yang menghubungkan penjual dan pembeli. **Contoh marketplace** Indonesia di antaranya Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan Blibli. namun Kiswara Technology saat ini sedang bergabung dengan **Tokopedia** dan **Shopee**, karena di indonesia saat ini pasar shopee dan tokopedia sedang bersaing ketat akan tetapi bisa menjadi perbandingan penjualan di 2 marketplace ini.

Karena target market kiswara adalah di usia 20 tahun keatas , rata-rata semua kalangan anak muda dan khususnya perempuan banyak dan bahkan wajib punya Aplikasi SHOPEE tersebut, kenapa ? Shopee lebih unggul pada produk perempuan seperti kosmetik, hingga peralatan keluarga. konsumen akan berlomba lomba untuk mencari produk yang termurah sesuai dengan budget masing-masing. selain dikenal di kalangan muda, shopee juga lebih banyak diminati karena voucher gratis ongkir yang mereka dapatkan cukup banyak dengan minimal pembelian sekian. Apalagi saat ini shopee juga menggunakan fitur (Beli sekarang bayar nanti) yang artinya kita bisa membeli produk dengan pinjaman shopee, setelah satu bulan kita bisa membayar cicilan tersebut ke Shopee.

Sedangkan Target market di Tokopedia adalah diatas kalangan 25 keatas, Tokopedia lebih unggul pada produk elektronik dan digital yang sering jadi pilihan laki-laki, dengan berbagai alasan karena menurut mereka Tokopedia lebih mudah dan simple tampilannya. Tak juga itu bahkan kalangan Artis atau selebgram banyak belanja di Toko hijau ini atau bisa disebut Tokopedia lho. Tak mau kalah dengan Toko Orange, Tokopedia juga memberikan Cashback dan bebas biaya ongkir dan tidak ada minimum pembelian di masing-masing toko.

Berkaitan dengan permasalahan tersebut maka saya sebagai peneliti mencoba mengaitkan permasalahan ini dimana yang akan diteliti adalah “**Analisis Hambatan Penjualan Online bagi Kiswara atau hambatan pembeli Transaksi Marketplace**”. Untuk lebih mengarahkan apa yang akan diteliti dalam penelitian ini diperlukan penetapan rumusan masalah sebagai berikut:

## **Metode Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk memaparkan, menjelaskan, menganalisis dan merancang bangunan sistem informasi penjualan dan persediaan, mulai dari menggambarkan bagaimana kondisi aktivitas oprasional marketplace kepada perusahaan, kemudian menganalisis kebutuhan sistem dan merancang bangunan sistem yang cocok untuk diterapkan. Sehingga penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut I Made Winartha (2006:155), metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian kualitatif rumusan masalah merupakan fokus penelitian yang masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk lapangan atau situasi sosial tertentu

dengan maksud untuk memahami gejala sosial yang kompleks. Lokasi penelitian terletak di kantor Kiswara technology yang beralamat “Rungkut Asri Timur VI/40 kota Surabaya”. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2021 hingga bulan April 2021.

Dalam penelitian ini sumber data primer berupa kata-kata diperoleh dari wawancara dengan para informan yang telah ditentukan yang meliputi berbagai hal yang berkaitan dengan pelayanan administrasi Penjualan di Kiswara. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa data foto-foto pelayanan di ruangan Marketing administrasi pelayanan Kiswara Technology. Kajian penelitian ini difokuskan pada pelayanan administrasi penjualan marketplace kiswara technology di kota Surabaya, yang meliputi macam pelayanan yang diberikan, pengoperasian melayani konsumen dengan *online/by phone*, membantu untuk pertanyaan seputar detail produk kepada konsumen, menawarkan beberapa produk unggul kepada reseller/kustomer rutin, pengadministrasian penjualan seputar pembelian dan penjualan marketplace, terlebih lagi penelitian ini berfokus menghadapi komplain kustomer yang mengalami beberapa kendala produk yang sudah biasa terjadi dalam hal bisnis seperti ini.

## **Landasan Teori**

### **Pengertian Administrasi**

Secara umum, pengertian administrasi merupakan aktivitas atau bentuk usaha yang memiliki kaitan erat dengan berbagai pengaturan kebijakan dengan tujuan agar mencapai target organisasi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa administrasi memiliki peran yang begitu krusial bagi semua aktivitas perusahaan atau organisasi. Hal inilah yang menjadikan administrasi mempunyai peran yang sangat penting supaya perusahaan tetap berdiri dan terus berkembang.

Sedangkan secara sempit, administrasi adalah bentuk aktivitas yang meliputi surat menyurat, catat-mencatat, ketik-mengetik, pembukuan sederhana serta kegiatan lainnya yang bersifat teknis ketatausahaan.

Administrasi juga dapat diartikan secara luas, yang mana administrasi adalah segala proses kerjasama antara beberapa orang dengan tujuan agar mendapatkan target dengan memanfaatkan sarana maupun prasarana tertentu yang memiliki daya guna. Administrasi adalah salah satu bagian yang penting bagi sebuah perusahaan.

### **Pengertian Penjualan**

Penjualan (*sales*) adalah aktivitas atau bisnis dalam menjual produk atau jasa. Aktivitas penjualan ini bisa dibidang merupakan sebuah hal yang sangat penting bagi perusahaan, terutama untuk meraih keuntungan. Pengertian penjualan secara umum adalah kegiatan jual beli dijalankan oleh dua belah pihak atau lebih dengan alat pembayaran yang sah. Penjualan ini dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti penjualan langsung serta agen penjualan.

Tujuan utama penjualan yang utama tentunya mendatangkan keuntungan dari produk atau barang yang dijual. Dalam pelaksanaannya, penjualan tidak dapat dilakukan tanpa adanya kontribusi dari pelaku yang bekerja, seperti pedagang, agen, dan tenaga pemasaran.

Menurut *William G. Nickels*, penjualan adalah proses dimana penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.

## Administrasi Penjualan

Administrator penjualan atau Admin Sales memainkan peran administratif utama dalam mendukung tim penjualan dan memberikan hubungan penting antara wiraniaga dan klien. Tugas admin sales penuh tantangan seperti melaporkan kepada eksekutif penjualan, bekerja di lingkungan yang penuh tantangan dan kompetitif, memproses semua dokumen yang terkait dengan penjualan dan mengatur janji bagi tenaga penjualan untuk mengunjungi pelanggan baru maupun pelanggan lama. Administrator Penjualan menghasilkan prospek klien, meningkatkan jumlah pelanggan, menjawab pertanyaan klien dan menyiapkan dokumentasi penjualan. Sebagian besar waktu mereka dihabiskan untuk mengkomunikasikan dan menangani informasi pelanggan.

Administrator pendukung penjualan memberikan dukungan penting bagi tim penjualan perusahaan. Mereka menangani tugas administratif yang penting, seperti pemrosesan pesanan, dan bertindak sebagai perpanjangan tim penjualan saat perwakilan berada jauh dari kantor. Administrator juga memberikan titik kontak untuk pelanggan dengan pertanyaan tentang pesanan atau pengiriman. Administrator pendukung penjualan yang efisien memberikan kontribusi terhadap layanan pelanggan berkualitas dan membantu tim penjualan memenuhi targetnya.

## Konsep Dasar E-Commerce

Ada beberapa konsep dasar E-commerce antara lain:

### 1. Konsep Komunikasi

Orang melakukan komunikasi dengan mempergunakan suara, isyarat, tulisan atau lainnya, yang secara umum disebut lambang (*Symbol, Code*). Pada keadaan tertentu dimana komunikasi tidak dapat dilakukan secara langsung, diperlukan adanya perantara atau alat yang disebut sarana/media komunikasi. Istilah komunikasi sudah lazim kita dengarkan, namun didefinisikan secara luas sebagai “berbagi pengalaman”. Jika dilacak dari akar katanya, maka kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama sama *communication* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*).

Menurut Pratikno, komunikasi merupakan suatu kegiatan usaha manusia untuk menyampaikan apa yang menjadi pemikiran dan perasaannya, harapan ataupun pengalamannya kepada orang lain. Komunikasi merupakan salah satu istilah paling populer dalam kehidupan manusia, sebagai sebuah aktifitas, komunikasi selalu dilakukan manusia. Manusia tidak bisa tidak berkomunikasi. Jika manusia normal merupakan makhluk sosial yang selalu membangun interaksi antara sesamanya maka komunikasi adalah merupakan sarana utamanya. Oleh sebab itu komunikasi adalah bagian terpenting dalam kehidupan manusia.

### 2. Internet

Internet (*Interconnected Network*) adalah jaringan-jaringan komputer yang saling terkoneksi satu sama lain. Internet memungkinkan orang-orang atau perusahaan-perusahaan di seluruh dunia untuk saling berkomunikasi satu sama lain secara efektif dan murah. Sesuai dengan kepanjangannya, internet terdiri dari sekumpula jaringan komputer milik perusahaan, institusi, lembaga pemerintah, ataupun penyedia jasa jaringan (*ISP/internet service provider*) yang saling terhubung dimana masing masing jaringan komputer yang dikelola secara independen. Pengembangan internet sendiri sebenarnya sudah mulai dirintis sejak tahun 1960-an sebagai proyek dari departemen pertahanan amerika serikat. Internet menjadi salah satu media yang

dijadikan sumber informasi paling populer antar mahasiswa perguruan tinggi di dunia.

Penggunaan internet telah menjadi sebuah gaya hidup (*life style*) bagi sebagian besar mahasiswa perguruan tinggi di seluruh dunia. Bagi mereka internet adalah sebuah alat fungsional yang telah mengubah cara seseorang berinteraksi dengan orang lain, maupun dalam menemukan informasi. Banyak diantara mahasiswa yang menggunakan internet untuk menyelesaikan berbagai kepentingan akademis, baik itu dilakukan melalui pertukaran *e-mail* dengan fakultas, teman sebaya, ataupun kepentingan lainnya, termasuk melakukan bisnis online, baik itu sebagai penjual, *reseller*, maupun pembeli. Dengan kata lain seseorang yang memiliki akses internet dapat berkomunikasi langsung dengan seseorang yang lain, membuat informasi yang bermanfaat bagi orang lain, menemukan informasi-informasi yang disediakan orang lain atau menjual dan membeli produk-produk tertentu dengan biaya yang minimum dengan jaringan yang terhubung secara global.

*E-Commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen melalui sistem elektronik seperti internet, WWW (*World Wide Web*), atau jaringan komputer lainnya [1]. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis.



**Gambar 1.** Contoh ilustrasi *e-commerce*

## Pembahasan

### Sejarah Singkat Kiswara Tehnology Surabaya

Kiswara Technology dirintis sejak tahun 2008 dimulai dari penjualan produk kecil seperti accessories dan lain sebagainya. Konsep penjualan online ini terbesit saat kami melihat kondisi dan harga-harga produk yang sangat tinggi dan sulit dijangkau oleh masyarakat dari kalangan menengah kebawah, sehingga dengan konsep penjualan online ini kami berharap dapat menekan harga produk dan seluruh lapisan masyarakat dapat memperoleh semua kebutuhannya dengan harga yang jauh lebih murah.

Perusahaan ini bergerak di bidang penjualan produk elektronik yang akan dijual ke marketplace tertentu, seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Mengikuti era modern seperti belanja online tentu sangat memikat masyarakat untuk berpikir selangkah lebih maju, maka dari itu perusahaan ini akan mengembangkan beberapa produk yang akan dijadikan penjual dan pembeli sebagai produk yang sangat diperlukan untuk keperluan mereka,

Dengan perkembangan produk2 ini kiswara technology sudah berhasil membawakan ratusan reseller dengan omset yang lumayan besar, untuk pergerakan produk ini tentu nya pada awal mulanya Maerketing lah yang followup agar reseller-reseller tersebut bisa diajak untuk bekerja sama dalam menjualkan dan memahami produk kiswara.

## **Deskripsi Data Penelitian**

Kantor Administrasi Penjualan di Kiswara Technology sebagai tempat Media pelayanan penjualan Online dan meningkatkan kualitas pelayanan bagi semua kalangan masyarakat pengguna marketplace. Kualitas pelayanan publik bidang penjualan online diketahui dari lima dimensi yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) serta empati (*empathy*). Dengan dimensi-dimensi pelayanan tersebut, Kantor Administrasi Penjualan Kiswara Technology memberikan pelayanan melalui langkah-langkah sebagai berikut :

### a. Bukti Fisik (*tangibles*)

Kualitas pelayanan akan langsung terasa bagus apabila bukti langsung ini diperhatikan, karena hal ini berhubungan dengan penilaian pertama dari semua kalangan pembeli. Daya tanggap dengan respon marketing chat pelayanan akan mempengaruhi perfoma toko marketplace masing-masing, Jika dari awal respon marketing lambat dan tidak sesuai dengan jawaban pembeli, pembeli akan meninggalkan forum chat atau meninggalkan prospektif kurang baik pada toko tersebut. Biasanya dalam lambat nya respon marketing adalah kurangnya pengetahuan pemahaman produk yang ditanyakan, produk terbuat dari apa, apa produk bisa support bluetooth atau tidak, kalau hanya pertanyaan dasar seperti itu mungkin masih bisa menjawab, tapi kalau sudah ke pertanyaan perbedaan spesifik printer 1 dengan printer yang lain, mungkin belum begitu menguasai, karena dalam hal ini kurang adanya pemahaman marketing untuk dibekali ilmu untuk bisa memahami produk lebih dalam. Hanya tau fisik dari luar nya saja,

Untuk mengatasi kekurangan-kekurangan pada dimensi tangibles (bukti langsung) diperlukan penambahan karyawan khusus nya bagian *team support* atau *teknisi*. Dua bagian itu seharusnya di sediakan dari awal mendirikan cabang sebagai alat ukur pemahan produk, kejelasan produk, mengetahui produk yang sedang dijual dan mengatasi segala pertanyaan pembeli . karena selama ini marketing hanya bisa komunikasi virtual (online) dengan team support/teknisi pusat, itu sangat berpengaruh dan sangat menghambat ketika marketing yang tidak memahami produk diberi pertanyaan oleh pembelinya. Kurangnya wawasan marketing yang semestinya produk datang dan diberi pembekalan ilmu terlebih dahulu sebelum produk dipasarkan dan di iklankan ke marketplace.

### b. Kehandalan (*reliability*)

Hambatan atau kekurangan yang ditemukan di Penjualan Online Kiswara Technology adalah banyaknya komplain yang dihadapi pembeli, . Hal ini dikarenakan terbatasnya jumlah pegawai. Kurangnya jumlah pegawai mengakibatkan penyelesaian pengurusan Komplain menjadi lambat, karena satu orang pegawai menangani atau mengurus lebih dari satu jenis pekerjaan. Di samping kuantitas pegawai yang kurang, kualitas dari pegawai yang ada pun masih rendah. Menghadapi masalah ini, diperlukan adanya penambahan jumlah pegawai serta peningkatan kualitas pegawai seperti keilmuan atau wawasan serta kreativitas pegawai melalui peningkatan pendidikan atau pelatihan baik formal maupun nonformal yang mengacu pada pemahan produk/ rancangan produk yang akan dipasarkan juga harus diperhatikan oleh team support/teknisi kiswara. Karena jika berhadapan dengan virtual team supprot pusat tidak bisa diandalkan untuk segi komunikasi dan kurangnya wawasan team support tersebut.

### c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Aspek daya tanggap yang harus diberikan oleh suatu Toko Online Kiswara Technology yaitu dengan memberikan respon yang baik, cepat dan tanggap dalam menanggapi setiap pembeli serta memberikan pelayanan yang maksimal khususnya dalam setiap pelayanan di Toko Online Marketplace. Hal ini akan menimbulkan rasa puas kepada pembeli online sebagai pengguna jasa.

d. Empati (*empathy*)

Proses penjualan diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan disepakati oleh pembeli dan penjual baik diminta maupun tidak diminta. Keinginan pembeli adalah dilayani dengan jujur. Oleh karena itu marketing yang menghandle yang bertugas harus memberikan penjelasan dengan sejujur-jujurnya, apa adanya dalam bentuk harga maupun produk yang dijual, tidak menambah-nambahi dan tidak melebih-lebihkan. Diharapkan bagi para penjual marketing Kiswara Technology untuk dapat lebih meningkatkan keramahan dan kualitas dalam melayani pembelinya dalam berbagai jual-beli, sehingga bisa terjalin hubungan yang baik antara aparat pelaksana pelayanan publik dengan pembeli yang melakukan pengurusan pembelian di marketplace.

## **Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif tentang pelayanan publik bidang Penjualan Kiswara Technology Surabaya, sehingga peneliti berusaha untuk menggali, mengungkap kemudian mendeskripsikannya. Hasil penelitian ini berupa data-data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi.

### **Pelayanan Publik Bidang Penjualan Di Kiswara Technology.**

Pelayanan publik saat ini menjadi bagian kebutuhan setiap masyarakat. Setiap birokrasi publik perlu berupaya untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada semua pengguna marketplace. Khususnya di Kiswara Technology yang lebih memfokuskan penjualan online dengan pembeli, tidak difokuskan bertemu tatap muka. Saat ini dirasakan semakin perlu untuk dibenahi dan ditingkatkan, terlebih dalam era yang semakin canggih, kalangan muda maupun yang tua sekarang sudah beralih untuk belanja Online. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik yang lebih baik merupakan suatu keharusan yang harus segera dilakukan untuk menciptakan pelayanan lebih efisien, efektif dan sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi pengguna marketplace. Kualitas pelayanan publik bidang administrasi kependudukan dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu:

Aspek bukti Fisik (*tangible*) di Bagian Pelayanan Penjualan Online Kiswara Technology Dalam mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas perlu dilakukan perubahan dan perbaikan yang mengarah pada kepuasan pembeli. Salah satu aspek yang harus diperbaiki dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu masalah fasilitas layanan marketing. Peranan sarana pelayanan sangat penting dan salah satu yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik karena dengan adanya sarana pelayanan yang memadai dapat membuat pelayanan pada pembeli dapat lebih memberikan kenyamanan dan kepuasan pelayanan. Juga tidak memiliki fasilitas meeting room yang memadai, diadakannya fasilitas meeting room juga sangat perlu, karena marketing setiap akhir pekan akan mengadakan meeting untuk pembahasan evaluasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam aspek bukti fisik (*tangible*) kantor marketing Kiswara Technology yang memiliki luas ruang panjang 8.8 meter dan lebar 2.5 meter untuk kapasitas jumlah marketing 4 orang. Ruangan pelayanan terdapat 4 meja kerja, 4 kursi marketing dan 1 alat pendingin ruangan.

Hasil wawancara tentang pelayanan online masing2 marketing adalah, “respon balas chat sudah baik dan respon , hanya saja jika ada pertanyaan seputar produk, kurang tanggap, apa marketing nya belum memahami produk yg sedang dijual ? “ ujar bapak-bapak berusia 20an itu, hal ini juga disampaikan dengan pembeli bernama “karyoadi” maaf kak, apabila barang tidak bisa untuk aplikasi brilink mobile, apakah bisa return? Dalam hal ini seharusnya team support lah yang berfungsi di bidang tersebut, cekatan jika marketing menanyakan hal serupa, pekerjaan marketing sudah sangat banyak untuk hanya mencoba me riview produk 1-1. Hal ini sudah biasa terjadi, apalagi jika pembeli tiba-tiba order tanpa diskusi terlebih dahulu, nanti yang ada malah pembeli bisa ajukan komplain ke shopee maupun tokopedia, dengan keluhan “produk tidak dapat digunakan atau tidak dapat berfungsi” . juga begini , yang diorder Printer usb, tapi yang dimaksud pembeli adalah bluetooth, padahal dari segi harga saja sudah beda, dan di deskripsi juga sudah tertera dengan jelas.

Dari hasil penelitian terungkap begitu yang dirugikan penjual nya, karena kami sudah sesuai dengan produk yang diorder dan tidak sesuai. Lalu nanti menghanlde semua produk yang dikirim dengan status rusak atau tidak berfungsi, jadinya semua kendala yang ada juga seputar kurangnya pegawai dan job desk pekerjaan marketing yang serabutan harus menguasai segala aspek dari segi produk maupun segi penjualan. Seharusnya fokus marketing juga fokus untuk menjualkan produk agar dapat mencapai target yang sesuai.

#### Aspek keandalan (*reliability*) di Bagian Pelayanan Penjualan Di Kiswara Technology

Dimasa pandemi ini, pelayanan adminisrasi keuangan perlu diimbangi dengan pelayanan yang maksimal dan cepat yang menuntut pegawai administrasi keuangan untuk cekatan dalam bekerja. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, seperti ketepatan waktu, kecepatan dan kecermatan dalam penyelesaian komplain yang diajukan pembeli jika ingin me-return produk.

Dalam memberikan pelayanan kepada pembeli kehandalan dan profesionalisme dalam memberikan suatu jasa dengan segera, akurat dan memuaskan sangat diperlukan agar terciptanya kepuasan dalam diri pelanggan. Kemampuan suatu Kantor administrasi penjualan sebagai pemberi jasa untuk memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan tepat waktu, akurat, dan terpercaya serta memberikan pelayanan yang sama adalah merupakan salah satu elemen penting yang harus dimiliki oleh pemberi jasa layanan.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa pembeli merasa kurang cepat dalam penanganan komplain dan berlanjut return produk, hal ini juga bisa jadi kendala karena marketing jika pengajuan produk return akan menunggu waktu “pimpinan” senggang dulu , karena marketing tidak diberikan hak untuk return/tukar barang ke Gudang langsung. Harus melalui persetujuan pimpinan, dengan ini bisa memakan waktu yang cukup lama. Sedangkan pimpinan juga harus mengerjakan pekerjaannya. Biasa kami sebagai marketing menyampaikan kepada pembeli yang bersangkutan untuk menunggu proses kurang lebih 3-4hari.

Dari hasil wawancara dari pembeli mengenai kecepatan marketing dalam melayani komplain yaitu sebagai berikut: “sistem nya seperti apa mb pengajuan return nya ? produk sudah sampai di mba nya tapi belum ada kabar sampai hari ini.”

Hal ini juga disampaikan dengan pembeli bernama ‘Iqbal’ : saya kemarin beli printer ini bagus mba, yang kedua kok jadi tidak berfungsi ya? Kendala nya kenapa? Apa bisa diganti unit yang baru ? .

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa prosedur klaim produk di Kiswara Technology sebenarnya mudah hanya saja proses nya bisa memakan waktu berhari-hari. Hal utama yang sering menimbulkan kesalah pahaman dalam komunikasi dengan pembeli dengan tidak mau

menunggu terlalu lama karena produk bisa segera dipakai.

Seharusnya bisa menambah pegawai untuk teknisi produk, apakah produk yang di return ini rusak atau tidak layak jual, jadi bisa menjelaskan kepada pimpinan bisa spesifik dengan bahasa produk.

Aspek daya tanggap (*responsiveness*) di Penjualan Di Kiswara Technology

Responsivitas marketing sangat diperlukan dalam pelayanan publik karena hal ini menjadi bukti serta tindakan nyata yang dilakukan organisasi dalam menjawab serta mengenali kebutuhan dan aspirasi dari pembeli. Daya tanggap disini dapat berarti respon atau kesigapan petugas dalam membantu pembeli yang membutuhkan produk yang dibutuhkan.

Untuk mengetahui tanggapan pembeli terkait daya tanggap petugas pelayanan di shopee peneliti mewawancarai Ibu Astri “Sudah baik mb, saya tanya tentang cara penggunaan Cctv bisa dijelaskan dengan baik”. Hal ini pertegas dengan pengunjung lainnya yang menyatakan bahwa “pegawai yang melayani saya sudah cukup baik, semoga kedepannya bisa lebih baik lagi dalam pengetahuan wawasan produk”. Dengan keadaan seperti ini dapat terlihat bawa aspek daya tanggap yang dimiliki pembeli shopee Sudah cukup baik dengan adanya saling komunikasi antara marketing dan pembeli dengan menanyakan tata cara menggunakan cctv

Menanggapi pernyataan diatas peneliti mewawancarai Bapak iwan, untuk mengetahui daya tanggap pegawai dalam menghadapi kebutuhan pembeli sebagai berikut: “bisa dibantu kasih video dengan jelas sehingga saya bisa memahami produk dan memakai produk tersebut”. Hal tersebut menunjukkan respon/daya tanggap yang diberikan oleh marketing kiswara technology sesuai dengan apa yang dibutuhkan pembeli kiswara technology.

Aspek jaminan (*Assurance*) di Bagian Pelayanan Di Kiswara Technology

Kantor Administrasi Penjual sebagai kantor yang berwenang menjamin 100% ke-aslian produk yang dikirim. Tidak memalsukan barang, jaminan produk dari kiswara adalah ketepatan waktu pengiriman. Jika pembeli klik order di jam 08.00-15.00 akan dikemas dan dikirim hari ini itu juga, jika order melebihi jam ketentuan itu akan dikemas dan dikirim keesokan hari nya. Jaminan kiswara tehcnology adalah garansi produk kami bisa diklaim jika ada kerusakan pada produk yang diterima dengan pembeli melampirkan bukti dan video unboxing setelah barang diterima. Atau jika barang cacat / kerdus cacat / hilang pada saat pengiriman, kiswara akan mengklaim kepada pihak pengiriman sebagai pertanggung jawaban atau sebagai asuransi pengiriman. Jika produk yang dbeli sudah dikirim, pembeli bisa melacak posisi barangnya berada di kota mana, dan bisa mengestimasi waktu kapan barang akan sampai.

Menanggapi masalah keamanan pengiriman peneliti mewawancarai Bpk Yusuf sebagai selaku penerima produk, sebagai berikut: “Keamanan pengiriman sangat bagus, diberi pelindung bubble wrap dan ditambahkan kardus, barang saya terima dengan baik dan tidak cacat.”. Hal senada juga disampaikan Ibu Ririn bahwa “untuk keamanan saya dapat mengatakan aman karena barang dalam kondisi baik sesuai dengan standart pengiriman”

Tanggapan pembeli yang mengatakan bahwa tingkat keamanan pengiriman di Kiswra Technology adalah aman dapat dilihat dari tanggapan Ibu Ririn “Untuk pengiriman saya rasa sudah cukup aman karena diluar sudah ada standart pengemasan/pengiriman”. Sehingga pembeli tidak perlu was-was saat melakukan pembelian di marketplace”.

Dari wawancara di atas dan dari hasil observasi untuk masalah jaminan khususnya keamanan pengiriman produk dan keaslian produk kiswara technology adalah baik.

Selain dari jaminan keamanan pengiriman dan keaslian produk kiswara menjamin atau menggaransikan menerima produk dengan sesuai apa yang mereka beli, tidak dapat kekeliruan dengan pembeli yang lainnya, sehingga mereka merasa puas. Dalam hal ini kompetensi team marketing Gudang

dan logistik saling berkaitan untuk memperbaiki pelayanan publik harus dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan. Marketing di Kiswara Technology telah berupaya maksimal untuk melaksanakan tugas dengan baik pada saat proses pelayanan berlangsung.

Hal tersebut sesuai dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 dan UU No. 25 tentang Standar Pelayanan yang salah satunya Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Penyelenggaraan pelayanan di Bagian administrasi Penjualan dilakukan dengan mengusahakan agar dapat terselenggara secara efektif dan efisien. Oleh karena itu baik pembeli yang menerima layanan maupun marketing yang memberikan pelayanan harus memahami prosedur yang berlaku. Pembeli harus dapat memenuhi ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan seperti yang dikemukakan oleh Moenir (2008:204), bahwa “pelayanan yang berkualitas tidak hanya ditentukan oleh pihak yang melayani tetapi juga pihak yang dilayani”.

### **Kendala dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Di Kiswara Technology**

Dalam melaksanakan tugasnya sebagai pelayanan Online, Kiswara Technology Surabaya menghadapi beberapa permasalahan dalam proses penyelenggaraan pelayanan publiknya, yang antara lain sebagai berikut :

#### **Sumber Daya Pegawai**

Memberikan pelayanan yang maksimal kepada pembeli sangat dibutuhkan marketing untuk membantu menyelesaikan masalah2 terkait produk. Jumlah marketing yang ada di penjualan ada 4 orang,. Namun demikian yang seharusnya ada 2 staff lagi untuk di bagian team support dan teknisi. dikarenakan 4 orang marketing tidak bisa dilakukan secara bersama-sama dalam hal penjualan produk dan klaim/komplain produk, itu adalah hal yang cukup menyita waktu sehingga dibutuhkan 2 tenaga lagi untuk jobdesk tersebut. Dengan keterbatasan jumlah pegawai di bagian pelayanan umum sehingga dapat menghambat kerja pelayanan kiswara tehnnology dikarenakan pegawai harus merangkap pekerjaan.

#### **Kesadaran Pembeli Online**

Salah satu faktor yang turut mempengaruhi pelaksanaan Kesadaran pembeli dimaksudkan ialah kesadaran untuk membaca terlebih dahulu sebelum klik order, memahami produk berdasarkan fungsi dan kegunaan apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan, biasanya sebelum membeli pembeli bisa melihat referensi YouTube terlebih dahulu untuk memadahi wawasan tata cara penggunaan dan fungsi sebagai mana mestinya. Karena yang dijual kiswara ada puluhan produk yang tidak mungkin semua produk bisa dikuasai diluar kepala dan meminta kerjasama dengan pembeli untuk dapat memastikan produk yang dibeli tidak ada kendala dikemudian hari.

#### **Cara mengklaim produk bermasalah**

Produk electronic yang dikirim sebelum dikirim akan dicek kelengkapan produk dengan logistik, hanya dilakukan kelengkapan produk, jika barang yang dikirim bermasalah sampai ditujuan, pembeli bisa komplain di shopee dengan syarat ada bukti video yang menunjukkan keluhan kendala, menjelaskan kerusakan produk dan beberapa cara klaim produk bermasalah, yaitu :

1. Ajukan komplain di marketplace yang pembeli order, jika order di tokopedia ajukan komplan di tokopedia, jika order di shopee ajukan komplain dengan shopee
2. Marketing berhak menyetujui atau menolak sesuai dengan alasan yang diberikan, akan tetapi

pihak ketiga selaku admin marketplace akan menengahi kendala transaksi ini

3. Jika admin marketplace menyetujui, akan dilampirkan alamat pengembalian produk ke pembeli
  4. Pembeli bisa kirim produk yang bermasalah tersebut dengan bukti nomor resi yang akan di bukti unggah ke marketplace
  5. Jika produk sudah diterima oleh marketing, marketing akan mengecek kembali produk dan mencoba produk tersebut
  6. Butuh waktu lagi untuk marketing ajukan produk rusak ini kepada pimpinan, karena harus lihat kondisi pimpinan dan rajin untuk ke ruangan nya untuk klaim produk, jika pimpinan menolak, akan dicoba besok hari nya dan menunggu waktu senggang lagi.
  7. Jika produk sudah ditukar dengan yang baru, marketing wajib mencoba nya sebelum melakukan pengiriman.
  8. Produk dikirim dan permasalahan terselesaikan.
- Karena jika dari awal produk dicek sat per satu pada saat akan dikirim, akan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk logistik karena kurang nya tenaga team support dan teknisi untuk fokus kepada produk.

## **Upaya Mengatasi Permasalahan dalam Meningkatkan Pelayanan Kiswara Technology Surabaya**

Adanya permasalahan dalam meningkatkan pelayanan administrasi penjualan seperti yang telah disebutkan di atas, penulis berusaha untuk memberikan upaya-upaya untuk mengatasinya sebagai berikut:

1. Mengadakan pertemuan khusus dengan pimpinan untuk membicarakan tentang produk bermasalah dan penganangan yang seharusnya dibantu dengan team support dan teknisi yang memiliki keahlian khusus yang bisa fokus menghandle jobs desk tersebut.
  2. Membekali ilmu kepada seluruh marketing, memberikan pemahaman, kejelasan informasi produk sebelum produk dipasarkan kepada publik/marketplace.
  3. Meningkatkan profesionalisme masing-masing pegawai di Kiswara Technology.
- Mengajukan pengadaan fasilitas BPJS kesehatan dan BPJS ketenagakerjaan untuk seluruh pegawai Kiswara Technology.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pelayanan Penjualan di Kiswara Technology dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam aspek bukti fisik (*tangible*) kantor penjualan kiswara technology surabaya memiliki luas ruang panjang 8.8meter dengan lebar 2.5meter untuk kapasitas jumlah marketing 4 orang. Ruang penjualan terdapat 4 meja kerja, alat pendingin ruangan, papan tulis 1 unit, 4 peralatan komputer dan CPU, dan memiliki kursi berjumlah 4 unit. Mengenai fasilitas yang ada kurangnya luas ruangan marketing, Juga tidak memiliki fasilitas meeting room yang memadai, diadanya fasilitas meeting room juga sangat perlu, karena marketing setiap akhir pekan akan mengadakan meeting untuk evaluasi. Selama ini jika meeting hanya di ruangan pimpinan tidak memiliki khusus meeting room.
2. Dalam aspek kehandalan (*reliability*), Dari hasil penelitian terungkap bahwa pembeli merasa kurang

cepat dalam penanganan komplain dan berlanjut return produk, hal ini juga bisa jadi kendala karena marketing jika pengajuan produk return akan menunggu waktu “pimpinan” senggang dulu , karena marketing tidak diberikan hak untuk return/tukar barang ke Gudang langsung. Harus melalui persetujuan pimpinan, dengan ini bisa memakan waktu yang cukup lama. Sedangkan pimpinan juga harus mengerjakan pekerjaannya. Biasa kami sebagai marketing menyampaikan kepada pembeli yang bersangkutan untuk menunggu proses kurang lebih 3-4hari.

3. Aspek daya tanggap (*responsiveness*) marketing dalam hal membantu pembeli yang membutuhkan pelayanan khususnya pembeli yang bingung dengan pelayanan sudah terlihat antara pembeli dan penjual yang saling berkomunikasi. Hal ini ditunjukkan dari marketing yang mau membantu kesulitan yang dialami pembeli.

4. Dilihat dari aspek jaminan (*Assurance*) khususnya pada saat pengiriman dan keaslian produk, kiswara technology akan memberikan kualitas produk yang original/asli. Team logistik akan memastikan pengemasan dan perlindungan produk dengan baik, agar begitu sampai di tangan pembeli, produk tidak cacat dan berfungsi dengan semestinya.

Kendala yang dihadapi dalam Penjualan Di Kiswara Technology :

a. Sumber Daya Pegawai

Jumlah pegawai yang ada di Kiswara ada 9 orang, terdiri dari 1 Orang Pimpinan kepala cabang. 1 orang kepala marketing, 3 orang staff marketing, 1 Orang kepala Gudang, 1 kepala Logistik dan 2 staff logistik. Namun demikian yang seharusnya ada 2 staff lagi untuk di bagian team support dan teknisi. dikarenakan 4 orang masing2 marketing dalam tugasnya tidak bisa dilakukan secara bersama-sama dalam hal penjualan produk dan klaim/komplain produk, itu adalah hal yang cukup menyita waktu sehingga dibutuhkan 2 tenaga lagi untuk jobdesk tersebut. Dengan keterbatasan jumlah pegawai di bagian pelayanan umum sehingga dapat menghambat kerja pelayanan kiswara tehnnology dikarenakan pegawai harus merangkap pekerjaan.

b. Kesadaran Pembeli Online

Salah satu faktor yang turut mempengaruhi pelaksanaan Kesadaran pembeli dimaksudkan ialah kesadaran untuk membaca terlebih dahulu sebelum klik order, memahami produk berdasarkan fungsi dan kegunaan apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan, biasanya sebelum membeli pembeli bisa melihat referensi YouTube terlebih dahulu untuk memadahi wawasan tata cara penggunaan dan fungsi sebagai mana mestinya. Karena yang dijual kiswara ada puluhan produk yang tidak mungkin semua produk bisa dikuasai diluar kepala dan meminta kerjasama dengan pembeli untuk dapat memastikan produk yang dibeli tidak ada kendala dikemudian hari.

c. Cara mengklaim produk bermasalah

Produk elektronik yang dikirim sebelum dikirim akan dicek kelengkapan produk dengan logistik, hanya dilakukan kelengkapan produk, jika barang yang dikirim bermasalah sampai ditujuan, pembeli bisa komplain di marketplace yang dibeli dengan syarat ada bukti video yang menunjukkan keluhan kendala, menjelaskan kerusakan produk dan beberapa cara klaim produk bermasalah, yaitu :

1. Ajukan komplain di marketplace yang pembeli order, jika order di tokopedia ajukan komplan di tokopedia, jika order di shopee ajukan komplain dengan shopee
2. Marketing berhak menyetujui atau menolak sesuai dengan alasan yang diberikan, akan tetapi pihak ketiga selaku admin marketplace akan menengahi kendala transaksi ini
3. Jika admin marketplace menyetujui, akan dilampirkan alamat pengembalian produk ke pembeli
4. Pembeli bisa kirim produk yang bermasalah tersbut dengan bukti nomor ressi yang akan di bukti unggah ke marketplace.

5. Jika produk sudah diterima oleh marketing, marketing akan mengecek kendala produk dan mencoba produk tersebut
6. Butuh waktu lagi untuk marketing ajukan produk rusak ini kepada pimpinan, karena harus lihat kondisi pimpinan dan rajin untuk ke ruangnya untuk klaim produk, jika pimpinan menolak, akan dicoba besok harinya dan menunggu waktu senggang lagi
7. Jika produk sudah ditukar dengan yang baru, marketing wajib mencobanya sebelum melakukan pengiriman.
8. Produk dikirim dan permasalahan terselesaikan.

Karena jika dari awal produk dicek kegunaan dan fungsionalitas per satu pada saat akan dikirim, akan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk logistik karena kurangnya tenaga team support dan teknisi untuk fokus kepada produk.

### **Upaya Mengatasi Permasalahan dalam Meningkatkan Pelayanan Kiswara Technology Surabaya**

Adanya permasalahan dalam meningkatkan pelayanan administrasi penjualan seperti yang telah disebutkan di atas, penulis berusaha untuk memberikan upaya-upaya untuk mengatasinya sebagai berikut:

- a. Mengadakan pertemuan khusus dengan pimpinan untuk membicarakan tentang produk bermasalah dan penganangan yang seharusnya dibantu dengan team support dan teknisi yang memiliki keahlian khusus yang bisa fokus menghandle jobs desk tersebut.
- b. Membekali ilmu kepada seluruh marketing, memberikan pemahaman, kejelasan informasi produk sebelum produk dipasarkan kepada publik/marketplace.
- c. Meningkatkan profesionalisme masing-masing pegawai di Kiswara Technology
- d. Mengajukan pengadaan fasilitas BPJS kesehatan dan BPJS ketenagakerjaan untuk seluruh pegawai Kiswara Technology.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Kantor Penjualan Kiswara Technology Surabaya, lebih meningkatkan pelayanan yang dianggap kurang memuaskan dalam proses pelayanan yaitu dimensi fasilitas fisik (*tangible*) agar pembeli dapat merasa puas dan nyaman saat melaksanakan pembelian online.
2. Mengadakan pertemuan antara kepala pimpinan dan seluruh marketing untuk menyampaikan keluhan, agar pemahaman informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan pelayanan Penjualan di Kiswara Tehnology tidak ada kendala lebih lanjut.
3. Mengatur jadwal khusus untuk me-return produk/klaim produk kepada pimpinan, agar marketing kiswara technology tidak kesulitan dalam hal mengatur waktu, karena dikejar-kejar oleh pembeli nya masing-masing.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Asing-Cashman, Joyce Georgina; Obit, Joe Henry; Bolongkikit, Jetol, & Geoffrey Harvey Tanakinjal., *An Exploratory Research of the Usage Level of E-commerce among Small and Medium Enterprises (SMEs) in the West Coast of Sabah, Malaysia*, 2004.

Munir Fuady., *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Globalisasi*, Edisi ke dua, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2005.

Sutrisno, J., *Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Dengan Metode SWOT: Studi Kasus PT. Chingmix Berhan Sejahtera*, Jurnal Telematika Mkom, Vol.3 No.2, September, 2011.

Quthni, D., *E-Commerce*, (<http://www.piksiinputserang.ac.id>). Diakses 30 Juni 2014, Jam 03.10, 2006.

Aarzu Khan. *Global B2C Ecommerce Sales*. [www.dazeinfo.com](http://www.dazeinfo.com). Diakses: 30 Juni 2010.

Onno W Purbo. & Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.

Sutabri, T., *BPPTIK Kemkominfo*, 2012, Modul Pelatihan Aplikasi Berbasis Web, (Mariza dan Robert, 2007), 2012.

Mawardi, *Transaksi E-commerce dan Bai'As-Salam (Suatu Perbandingan, Hukum Islam volume VIII No.1*, 2008.

Herman Puspito., *Ada 100 Juta Pengguna Internet di Indonesia di Tahun 2014*, [www.portalpengusaha.com](http://www.portalpengusaha.com), Diakses 30 Juni 2014, Jam 21.32.

<https://media.neliti.com/media/publications/93581-ID-analisis-hambatan-bisnis-online-bagi-mah.pdf>

<https://idcloudhost.com/pengertian-administrasi-pengertian-fungsi-tujuan-dan-cara-kerjanya/>

<https://www.workmate.asia/id/blog/cara-merekrut-staff-gudang-berkualitas>