

Penerapan Sistem Pelayanan *Trace To Tracking* Shopee Express Pada PT. Nusantara Ekspres Kilat Di Service Point Jakarta

Peter Rajagukguk^{1*)}, Bambang Haryono²⁾, Hardani³⁾, Arief Fadholi⁴⁾

¹⁾²⁾³⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta.

⁴⁾Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta.

Correspondence Author: peter.ptr@bsi.ac.id., Jakarta, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1564>

Abstrak

Prosedur pengiriman barang merupakan sistem pengiriman yang ditetapkan operator, harus dipatuhi oleh konsumen ketika mengirim barang. Sistem *trace to tracking* memudahkan operator dan konsumen dalam memantau barang yang dikirim tiba ditujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana prosedur pengiriman barang pelanggan shopee melalui *Shopee Express*, tahapan pengiriman, pihak yang terlibat selama melaksanakan pengiriman, serta mengetahui kendala apa yang terjadi dan bagaimana cara mengatasi kendala pada PT Nusantara Ekspres Kilat. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prosedur pengiriman barang di *Shopee Express* dimulai dari penginputan saat *buyer check out*. Melakukan *handle seller*, membuat laporan mulai dari laporan rekapitulasi total paket, observasi, laporan isu dan sampai *follow seller* sampai dengan tahap pengiriman barang/paket oleh team operasional ke *buyer*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa prosedur pengiriman barang di *Shopee Express* dalam periode penelitian mengalami penurunan paket dalam proses Inbound di masing – masing *service*, hingga 30% dari bulan sebelumnya. Hambatan yang sering terjadi saat proses pengiriman paket, salah lokasi pengiriman paket yang menimbulkan komplain dari *buyer* dan kerugian ongkos kirim, adanya salah tempel nomor resi sehingga paket tertukar, salah rute dan keterlambatan *pick up* paket oleh *team first mile*.

Kata Kunci: Prosedur, Pengiriman Barang, *Trace to Tracking*

Abstract

The procedure for sending goods is a shipping system set by the operator, which consumers must comply with when sending goods. The *trace to tracking* system makes it easier for operators and consumers to monitor the goods sent arriving at their destination. This study aims to determine the procedure for shipping goods to Shopee customers through *Shopee Express*, the delivery stages, and the parties involved during the delivery, and to find out what obstacles occur and how to overcome barriers at PT Nusantara Ekspres Kilat. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques of observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that the procedure for sending goods at *Shopee Express* starts from inputting it when the buyer checks out. Handling sellers, making reports starting from total package recapitulation reports, observations, and issue reports, and following sellers up to the stage of sending goods/packages by the operational team to buyers. This research also shows that the procedure for sending goods at *Shopee Express* during the study period experienced a decrease in containers in the Inbound process for each service, up to 30% from the previous month. Obstacles often occur during the package delivery process, including the wrong delivery location, which causes complaints from buyers and shipping costs, the wrong receipt number pasted so that the package is exchanged, the wrong route, and the delay in picking up the box by the first-mile team.

Keywords: Procedure, Delivery Of Goods, *Trace To Tracking*

PENDAHULUAN

Saat ini, masyarakat berada dalam *era Society 5.0*, di mana teknologi dan internet memiliki peran yang penting dalam memudahkan kegiatan individu maupun organisasi. Selain digunakan untuk berbagi informasi dan menganalisis data, teknologi internet juga memberikan kemudahan dalam menjalankan bisnis. Perkembangan teknologi digital yang pesat, ditambah dengan adanya platform sosial media, telah mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia dalam hal berbelanja. *E-commerce* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di tanah air. Hampir semua produk dan jasa, mulai dari makanan, musik, buku, produk rumah tangga, tiket pesawat, hingga investasi, dapat dibeli secara online melalui *e-commerce*. Fenomena perdagangan daring ini telah menciptakan pola baru dalam berbelanja (Jayathilake & Abeyawadhana, 2020; Laudon & Traver, 2013; Widanengsih & Yusuf, 2022; Yu, 2012).

Perkembangan transaksi *e-commerce* juga mendorong pertumbuhan bisnis di sektor pengiriman dan logistik. Bisnis yang bergerak di industri pengiriman barang semakin berkembang pesat (Siswandi, 2017). Oleh karena itu, peran logistik menjadi sangat penting. Peluang bisnis di sektor logistik di Indonesia semakin terbuka dengan tren yang positif ini. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk memanfaatkan peluang bisnis tersebut, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan jasa pengiriman yang dapat dipercaya dengan kualitas pelayanan yang baik. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal ini, penting untuk memahami dan mengantisipasi harapan konsumen agar dapat memberikan kepuasan yang sesuai. Menurut Kotler seperti yang dikutip oleh Virgo Simamora (2017), kepuasan konsumen adalah perasaan kesenangan atau kekecewaan yang timbul saat produk yang diterima mencocokkan atau tidak mencocokkan dengan harapan mereka.

Sistem pelayanan merupakan jaringan prosedur yang terintegrasi untuk melaksanakan kegiatan utama dalam suatu perusahaan, organisasi, atau lembaga. Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau

kelompok orang untuk memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan dapat berupa bantuan materi atau non-materi yang membantu seseorang mengatasi masalahnya. Dalam konteks bisnis, pelayanan dapat diklasifikasikan sebagai pelayanan administrasi, pelayanan barang, dan pelayanan jasa. Pelayanan administrasi berkaitan dengan kegiatan pencatatan, pengambilan keputusan, dan dokumentasi (Anthoni & Yusuf, 2020; Wijaya, 2019). Pelayanan barang melibatkan penyediaan dan pengelolaan bahan fisik. Sedangkan pelayanan jasa menyediakan infrastruktur dan fasilitas pendukung. Dalam pelayanan elektronik, kualitas layanan dapat dinilai berdasarkan efisiensi, kehandalan, responsivitas, kecukupan, dan privasi. *trace to tracking* merupakan sistem pelacakan yang terintegrasi dengan database penjual pada jasa pengiriman barang. Proses pengiriman barang terdiri dari tahap *first mile*, *middle mile*, dan *last mile* (Alfajri & Wasiqi, 2018; Eviani & Hidayat, 2021)(Alfajri & Wasiqi, 2018). Risiko dalam pengiriman barang meliputi risiko spekulatif dan risiko murni, yang dapat disebabkan oleh faktor-faktor seperti kejadian alam, operasional, manusia, politik, teknologi, keuangan, hukum, dan manajemen. Penting untuk memahami perilaku konsumen dalam memilih jasa pengiriman barang dan mengelola risiko dengan baik untuk meminimalisir dampak yang merugikan (Lokobal et al., 2014).

Tabel 1. Top Lima Perusahaan Jasa Logistik Di Indonesia

No.	Perusahaan	Layanan
<u>1</u>	Pos Indonesia	Paket Pos, Pos Kilat Khusus, Pos Express , surat pos biasa
<u>2</u>	<u>JNE</u>	OKE (Ongkos Kirim Ekonomis), REG (Reguler), Yes (Yakin Esok Sampai)
<u>3</u>	<u>TIKI</u>	SDS (same day service), ONS (over night service), TDS (two days service),
<u>4</u>	<u>Ninja Xpress</u>	COD (Cash on Delivery) dan Reg (paket reguler).
<u>5</u>	<u>Shopee Xpress</u>	Shopee Xpress Instant, Shopee Xpress Hemat, <i>Shopee Express</i> Standard, dan Shopee Xpress Sameday (hari yang sama)

Sumber: (<https://www.cnbcindonesia.com>), 2021.

Pos Indonesia merupakan *leader* dalam jasa pengiriman, diikuti JNE, TIKI, Ninja Xpress, dan Shopee Xpress. Dalam kegiatan operasi logistik, jalinan kerjasama antar operator layanan juga dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan

efektifitas pengiriman pesanan ke alamat pelanggan. Melalui system *trace to tracking*. Seperti kerjasama antara Shopee Ekspres dengan PT. JNE. Tracking adalah kegiatan untuk melacak posisi dari barang yang sedang dikirim dan mengetahui progress barang tersebut. Proses pengiriman barang dengan sistem tracking memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang lebih hemat dan efisien karena pembeli dan *seller* dapat melihat proses pengiriman barang tersebut dan untuk harga yang ditawarkan jauh lebih murah untuk barang – barang yang memiliki ukuran dan volume besar.

Pengiriman melalui *Shopee Express* menyediakan tiga jenis layanan kirim yaitu *Shopee Express Standar*, *Shopee Express Sameday*, dan *Shopee Express Instant*. Penjual Shopee bisa mendapatkan kemudahan mengirimkan barang karena akan dijemput oleh kurir. Jadi tidak perlu repot datang ke agen ekspedisi sehingga akan lebih menghemat waktu dan juga biaya perjalanan. *Shopee Express* adalah jasa kirim pribadi milik Shopee Indonesia, dimana pengiriman barang pesanan pembeli/*buyer* akan ditangani langsung oleh tim resmi dari Shopee dibawah naungan PT. Nusantara Ekspres Kilat. Dalam menjalankan kegiatan pengiriman barang/paket. *Shopee Express* mulai aktif beroperasi di bulan Mei 2021 dari lima counter (*service point*) hingga 200 outlet/*service point* khusus Jakarta dan masih akan menjalankan proyek – proyek pembukaan *service point* baru di seluruh kota di Indonesia.

Sebagai pembeda dengan ekspedisi lain, *Shopee Express* sendiri hanya melayani konsumen atau *seller* yang memang merupakan *seller* Shopee untuk melakukan pengiriman paket ke *buyer*. PT. Nusantara Ekspres Kilat menjalin kerja sama juga dengan berbagai agent ekspedisi lain seperti Wahana dan First Mile. Jasa kirim yang didukung Shopee adalah layanan jasa kirim yang terintegrasi dengan sistem Shopee. Shopee menyediakan pengiriman pesanan dengan opsi *Pick up* dan antar ke counter. Waktu penyampaian produk ke konsumen akhir dituntut untuk seefektif dan seefisien mungkin agar tetap menjaga kualitas produk. Dalam penelitian ini kami fokus pada model penerapan *trace to tracking* (Adiwinoto &

Santoso, 2021), dikarenakan esensinya model ini berupaya menginformasikan posisi paket dan estimasi barang tiba dialamat *buyer* (Perdana, 2011).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, model pelacakan ini banyak digunakan di bidang industri manufaktur, transportasi, pertanian (Muhamad Fitra Alfajri, 2018). Menunjukkan bahwa *trace to tracking* dapat meningkatkan efektifitas pengiriman barang serta membantu konsumen maupun produsen mengetahui posisi barang mereka serta kapan barang tiba .

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis system dan prosedur pelaksanaan *trace to tracking* logistik Shopee Xpress pada PT Nusantara Ekspres Kilat. Selanjutnya tujuan dari penelitian ini antara lain untuk memberikan gambaran tentang sistem dan prosedur pelayanan pengiriman barang konsumen dari titik awal penjemputan hingga barang tiba ditangan konsumen, mengidentifikasi hambatan dalam pelaksanaan *trace to tracking*, mengidentifikasi penyebab lambatnya pengiriman, serta menganalisis langkah-langkah untuk peningkatan pelayanan logistik kepada konsumen shopee xpress.

METODE PENELITIAN

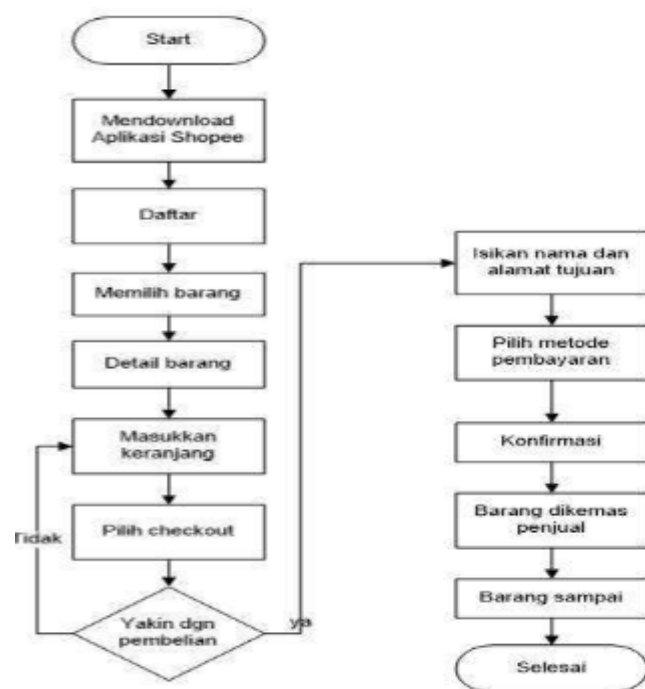
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kebijakan (policy research) yang bermaksud untuk menganalisis implementasi dan kendala organisasi oleh pengurus atau pengambil keputusan sehingga temuannya dapat direkomendasikan kepada pengambil keputusan untuk bertindak secara praktis dalam memecahkan masalah (Sugiyono) dalam (Rajagukguk, 2021). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dengan metode wawancara, serta observasi internal dan eksternal serta dokumentasi. Data internal dapat diperoleh dari Sales Marketing, Administrasi, Bagian Gudang, dan Kepala Cabang. Sedangkan data eksternal bersumber dari beberapa konsumen berupa toko grosir, dan masyarakat pengguna *Shopee Express*.

Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan di PT Nusantara Ekspres Kilat, perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman

(Logistik). Terletak di Kawasan Pergudangan Dunex, Jl. Agung Karya 7 No.01, RT.12/RW.4, Papanggo, Tj. Priok, Jakarta Utara, DKI Jakarta 14340 – Indonesia. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder yang diperoleh dari administrasi penjualan pada bulan Maret – Mei 2022. Data staf penjualan, gudang, penjualan, dan beberapa konsumen serta berbagai data penjualan berupa dari form pemesanan, invoice penjualan, dan bukti pengiriman barang serta data lain seperti flowchart pengiriman yang didapat, selanjutnya akan digunakan untuk menganalisis prosedur pengiriman barang dengan *trace to tracking* oleh pengguna *Shopee Express*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengiriman barang di PT. Nusantara Ekspres Kilat hingga tiba di alamat customer dapat digambarkan dalam flowchart sebagai berikut:



Gambar 1. Flowchart Pengiriman Barang PT. Nusantara Ekspres Kilat

Prosedur pengiriman paket di *Shopee Express* melibatkan serangkaian kegiatan yang dilakukan dengan cermat untuk memastikan pengiriman yang efisien dan

memuaskan pelanggan. Tim *Shopee Express* pertama-tama melakukan proses penginputan untuk pengiriman paket dengan mengumpulkan informasi lengkap tentang paket dari pembeli, seperti alamat pengiriman dan rincian lainnya. Informasi ini penting untuk memastikan paket sampai ke tujuan dengan tepat.

Selanjutnya, tim melakukan *handle seller* dengan berkomunikasi dan berkoordinasi dengan penjual. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memastikan barang siap dikirim dan mengklarifikasi informasi tambahan yang mungkin diperlukan untuk pengiriman yang sukses. Setiap bulan, tim *Shopee Express* membuat laporan rekapitulasi total paket yang telah dikirim. Laporan ini mencakup jumlah paket yang telah diproses selama bulan tersebut, memberikan gambaran tentang volume pengiriman, dan membantu dalam memantau dan meningkatkan kinerja pengiriman. Observasi rutin terhadap inbound paket dilakukan di setiap store. Hal ini bertujuan untuk memastikan tidak ada barang yang tertinggal atau terlupa di *service point*. Observasi ini merupakan langkah preventif untuk memastikan pengiriman paket berjalan lancar dan efisien. Jika ada isu terkait peralatan atau fasilitas di outlet, tim *Shopee Express* secara proaktif menyampaikan laporan kepada Supervisor. Tujuannya adalah untuk mengatasi kendala yang terjadi segera dan memastikan fasilitas outlet tetap beroperasi dengan baik.

Gform asset management digunakan untuk menginput informasi mengenai pengelolaan aset yang diperlukan di *service point*. Dengan menggunakan Gform ini, tim dapat memastikan bahwa semua aset yang diperlukan, seperti peralatan dan fasilitas, tersedia dan mendukung kegiatan operasional dengan baik. Terakhir, tim *Shopee Express* melakukan follow up dengan *seller* untuk memastikan proses pengiriman berjalan lancar. Komunikasi lanjutan dengan penjual dilakukan untuk memantau status pengiriman dan mengatasi masalah yang mungkin timbul selama proses pengiriman. Dengan menjalankan semua langkah ini secara hati-hati, *Shopee Express* dapat menjaga efisiensi dalam pengiriman paket dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Pengiriman barang di *Shopee Express* Periode Maret - Mei 2022

<i>Service point</i>	Total Inbond			Total	Target/ bulan	%			Rata %
Pademangan 22	34.659	31.194	33.659	9952	40.300	86	77.4	86	83
Sunter Paradise	26.432	18.111	26.432	70975	40.300	65.6	45	65.6	58.6
Danau Indah Barat	18.719	15.049	18.719	52487	40.300	46.4	37.3	46.4	43.3
ITC Mangga 2	10.136	10.187	10.136	30459	40.300	25.2	25.3	25.1	25.
Harco Mangga 2	14.193	10.115	14.193	38502	40.300	35.2	25	35.2	28.5
Sukarjo	22.389	15.225	22.389	60003	40.300	55.6	37.8	55.6	49.5
Ancol Selatan	9.445	4.272	9.445	2362	40.300	23.4	10,6	23.4	20
Budi Mulia	10.434	4.430	10.434	25298	40.300	25.6	11	25.9	20.8
Hidup Baru	22.199	11.664	22.199	56062	40.300	55	29	55	46.3
T o t a l	168.606	120.247	168.600	457.453					

Sumber : PT . Nusantara Ekspress Kilat, 2022

Dalam kurun waktu tiga bulan yang diamati, terdapat fluktuasi pengiriman paket di Shopee. Pada bulan Maret 2022, total inbound pengiriman paket mencapai 168.606 paket, namun hanya mencapai 70% dari target per *service point* yang sebesar 40.300 paket per bulan. *Service point* tertinggi berada di Pademangan, diikuti oleh Sunter Paradise. Pada bulan April 2022, terjadi penurunan pengiriman paket menjadi 48.359 paket dengan total inbound sebesar 120.247 paket. Tidak hanya itu, rasio pencapaian target per *service point* juga tidak tercapai, dengan selisih terbesar mencapai 46%. Meskipun Pademangan dan Sunter Paradise masih menjadi *service point* tertinggi. Namun, pada bulan Mei 2022, terjadi peningkatan pengiriman paket menjadi 168.600 paket. Total inbound yang diperoleh *service point* pada bulan ini mencapai 70% dari target. Sunter Paradise menjadi *service point* tertinggi, diikuti oleh Hidup Baru.

Dalam tiga bulan tersebut, total pengiriman paket di Shopee mencapai 457.453 paket. Rata-rata pencapaian target tertinggi terdapat di *service point* Pademangan, dengan persentase pencapaian sebesar 83%. Sedangkan Sunter Paradise memiliki rata-rata pencapaian sebesar 58,6%. Penurunan signifikan dalam pengiriman paket pada bulan April dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan logistik berbasis startup. Namun, pengiriman kembali normal pada bulan Mei.

Dalam pelaksanaan pengiriman paket ke *buyer* melalui *Shopee Express*, terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Salah satu hambatan yang sering terjadi adalah kesalahan dalam penginputan kode pesanan *buyer* oleh admin, yang dapat mengakibatkan salah pengiriman lokasi tujuan dan penerima paket. Untuk mengatasi hal ini, perlu ditingkatkan pengawasan dan verifikasi saat penginputan data agar mengurangi kesalahan yang terjadi. Pelatihan bagi admin dan penggunaan sistem yang memudahkan proses penginputan juga dapat membantu mengurangi kesalahan tersebut.

Selain itu, koordinasi antara pihak admin dengan tim sortir di gudang juga menjadi hambatan dalam pelaksanaan pengiriman paket. Terkadang, terjadi kesalahan dalam penempelan awb atau resi pada paket yang dapat mempengaruhi pengiriman yang akurat. Untuk mengatasi hal ini, perlu ditingkatkan komunikasi dan koordinasi antara admin dan tim sortir. Penggunaan sistem terintegrasi dan pelabelan yang jelas pada paket dapat membantu meminimalkan kesalahan tersebut. Pelatihan juga perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya keselarasan data dan resi dalam pengiriman paket.

Selanjutnya, keterlambatan dalam proses *pick up* paket dari *service point* atau outlet *Shopee Express* oleh tim first mile juga merupakan hambatan yang sering terjadi. Untuk mengatasi masalah ini, perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan dalam perencanaan logistik serta penjadwalan *pick up* yang lebih efisien. Penyediaan sumber daya yang cukup, seperti armada dan personel, juga penting untuk memastikan *pick up* dilakukan tepat waktu. Penggunaan teknologi dan sistem informasi logistik dapat membantu memonitor dan mengoptimalkan proses *pick up*, sehingga keterlambatan dapat dikurangi.

Dalam upaya mengatasi hambatan-hambatan dalam pengiriman barang/paket di *Shopee Express*, beberapa solusi yang dapat diterapkan adalah *Shopee Express* dapat memberikan *give away* atau *cashback* secara reguler sebagai insentif. Dengan mengakumulasi jumlah paket dan total ongkir setiap pengiriman,

pelanggan akan mendapatkan reward yang dapat mendorong mereka untuk menggunakan layanan *Shopee Express* secara berkelanjutan. Untuk mendukung *seller* besar, *Shopee Express* dapat menyediakan asset seperti *paper termal* dan mesin termal. Hal ini akan memudahkan *seller* dalam mencetak resi setiap barang atau paket yang akan dikirimkan. Dengan proses persiapan yang lebih cepat dan akurat, potensi kesalahan dalam penempelan resi dapat dikurangi. Menyediakan layanan *pick up* juga merupakan solusi yang efektif. *Shopee Express* dapat mengatur tim untuk mengambil paket langsung dari lokasi *seller*, sehingga *seller* tidak perlu datang ke outlet atau *service point* *Shopee Express*. Dalam menjalankan layanan ini, *Shopee Express* perlu menjaga kualitas pelayanan dan memberikan pengalaman yang baik kepada *seller* saat berkunjung ke *service point*.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam melaksanakan pengiriman paket melalui *Shopee Express*, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengunduh aplikasi Shopee dan mendaftar serta login untuk bertransaksi. Setelah itu, pembeli memilih jasa kirim *Shopee Express*. Tim first mile akan mempersiapkan pengiriman, dan pada tahap ini, konsumen dapat melacak status pengiriman barangnya, apakah sedang dalam proses pengiriman atau sudah tiba di alamat tujuan. Selain itu, sistem *trace to tracking* juga menjadi solusi dalam proses pengiriman. Sistem ini memungkinkan pembeli dan penjual untuk melacak keberadaan paket secara online. Jika terjadi kendala atau keterlambatan dalam pengiriman, penjual dapat mengajukan komplain kepada *Shopee Express* melalui sistem ini.

Salah satu kendala yang dihadapi *Shopee Express* adalah persaingan dengan platform online lain di pasar logistik. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan perlu meningkatkan upaya pemasaran dan memberikan manfaat atau keuntungan kepada *seller* agar mereka tertarik untuk menggunakan layanan *Shopee Express*. Dalam melaksanakan penerapan sistem pelayanan dan *trace to tracking*, *Shopee Express* perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap proses pengiriman barang. Hal ini bertujuan agar kendala keterlambatan pengiriman dapat diatasi, dan tim

operasional mampu efektif dalam persiapan pengiriman mulai dari pelayanan hingga pengiriman barang kepada *buyer*. Selain itu, divisi operasional perlu menerapkan pelayanan yang lebih efisien kepada *seller*. Mulai dari grooming admin saat *seller* menghampiri *service point* hingga memberikan kesan positif kepada *seller* dan *buyer*.

REFERENSI

- Adiwinoto, I. T., & Santoso, A. (2021). Desain sistem informasi untuk tracking dan tracing pada warehouse dengan menggunakan teknologi QR code. *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 16(2), 102–108.
- Alfajri, M. F., & Wasiqi, N. C. (2018). Pengembangan Model Tracking and Tracing dalam Komoditi Rantai Pasok Perikanan di Indonesia. *Applied Information System and Management (AISM)*, 1(2), 96–100.
- Anthoni, L., & Yusuf, Y. (2020). The Completion of Filing A Claim Ex Gratia Sharia Life Insurance. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(3), 510–519.
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19.
- Jayathilake, W., & Abeyawadhana, D. K. Y. (2020). *Intellectual Capital on Financial Performance*.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2013). *E-commerce*. Pearson Boston, MA.
- Lokobal, A., Sumajouw, M. D. J., & Sompie, B. F. (2014). Manajemen risiko pada perusahaan jasa pelaksana konstruksi di Propinsi Papua (study kasus di Kabupaten Sarmi). *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, 4(2).
- Muhamad Fitra Alfajri, N. C. W. (2018). Pengembangan Model Tracking and Tracing dalam Komoditi Rantai Pasok Perikanan di Indonesia. *Applied Information Systems and Management (AISM)*, 1 No.2.
- Perdana, Y. R. (2011). *Pengembangan Model Tracking dan Tracing dalam Distribusi Komoditi Pertanian*.
- Rajagukguk, P. (2021). Promotion and Price Analysis of Purchase Decisions Bear

Brand Milk During The Covid-19 Pandemic at PT. Aneka Rasa Citra Sejati, Jakarta. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 2(5).

Simamora, V., & Susanti, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Tracking System Berbasis Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Resiko Konsumen Pada Produk Jne Cilincing. *Media Manajemen Jasa*, 4(1).

Siswandi. (2017). *Administrasi logistik & pergudangan*. Lentera Ilmu Cendekia.

Widanengsih, E., & Yusuf. (2022). Penerapan Model Teknologi Acceptance Model Untuk Mengukur Adopsi Penggunaan Aplikasi Pembukuan Akuntansi Dan Keuangan Rumah Tangga. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 86–95.

Wijaya, G. C. (2019). *Sistem Informasi Pelayanan Administrasi Ekspedisi Berbasis Web Pada Cv. Wr Cargo Express Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.

Yu, Y. (2012). *Factors and customers satisfaction of budget hotel customers in China*. University of the Thai Chamber of Commerce.