

**Analisis Pembatalan Pesanan di Platform Shopee Menggunakan Seven Tools:
Studi Kasus pada UMKM Puntang Coffee**

***Analysis of Order Cancellation on the Shopee Platform Using the Seven Tools: A Case
Study of Puntang Coffee MSME***

Hanif Manthiq*, Pandi Pardian

Universitas Padjadjaran
Jalan Raya Bandung Sumedang KM.21, Jatinangor 45363
*Email: hanif21002@mail.unpad.ac.id
(Diterima 20-06-2025; Disetujui 26-07-2025)

ABSTRAK

Meskipun *e-commerce* memudahkan pelaku usaha memperluas pasar, kemudahan tersebut juga memicu tingginya tingkat pembatalan pesanan yang mengganggu operasional UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab utama dari pembatalan pesanan yang terjadi pada toko Puntang Coffee di platform Shopee dan merumuskan usulan pengendaliannya. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, dan analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan *Seven Tools*. Hasil analisis Pareto menunjukkan bahwa penyebab dominan pembatalan adalah "Salah Input Pesanan" dan "Pembayaran Gagal". Analisis akar masalah mengidentifikasi bahwa "Salah Input Pesanan" disebabkan oleh faktor internal seperti tidak adanya standarisasi konten produk dan lambatnya respons penjual akibat keterbatasan SDM. Sementara itu, "Pembayaran Gagal" berakar dari konten produk yang belum meyakinkan, ketiadaan SOP intervensi proaktif dari penjual, serta munculnya biaya tak terduga saat checkout. Disimpulkan bahwa penyebab utama merupakan kombinasi faktor internal yang dapat dikendalikan dan eksternal yang sulit diubah, dengan pola pembatalan memuncak pada jam 11:00-14:00. Oleh karena itu, direkomendasikan untuk menerapkan SOP konten produk, mengoptimalkan layanan pelanggan melalui respons terjadwal, menerapkan intervensi proaktif untuk pembayaran, dan meningkatkan transparansi biaya.

Kata kunci: Pengendalian Pesanan, Puntang Coffee, Shopee, *Seven Tools*, UMKM

ABSTRACT

Although *e-commerce* makes it easier for businesses to expand their markets, this convenience allows buyers to easily cancel orders, disrupting MSME operations. This research aims to analyze the main causes of order cancellations at the Puntang Coffee store on the Shopee platform and to formulate control proposals. This study uses a qualitative case study method, with data analyzed descriptively via the *Seven Tools* approach. The Pareto analysis shows that the dominant causes of cancellation are "Incorrect Order Input" and "Payment Failure". Root cause analysis reveals that "Incorrect Order Input" stems from internal factors such as a lack of product content standardization and slow seller response due to limited human resources. Meanwhile, "Payment Failure" is rooted in unconvincing product content, the absence of a proactive intervention SOP from the seller, and unexpected costs during checkout. It is concluded that the main causes are a combination of controllable internal factors and difficult-to-change external factors, with a cancellation pattern peaking at 11:00-14:00. Therefore, it is recommended to implement a product content SOP, optimize customer service through scheduled responses, apply proactive interventions for payments, and increase cost transparency.

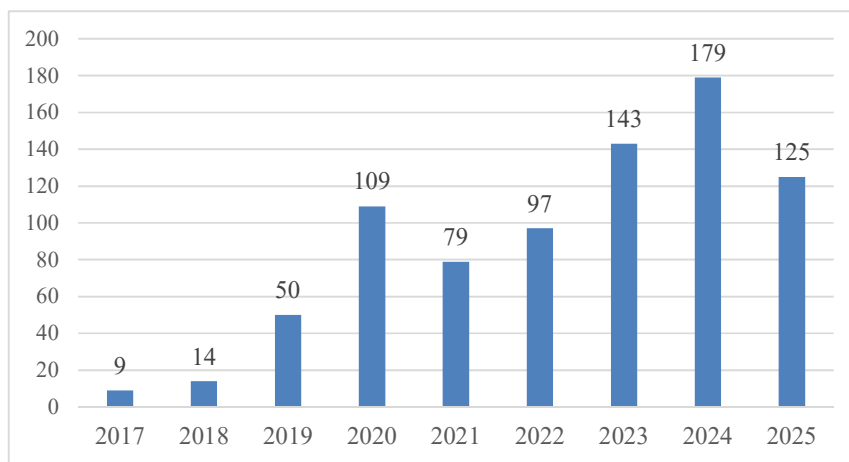
Keywords: Order Control, Puntang Coffee, Shopee, *Seven Tools*, MSMEs

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang ketat menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi melalui strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dengan pemanfaatan *e-commerce*. *E-commerce* memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa adanya batasan geografis (Aisyah et al., 2024). Sektor ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, di mana nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia diproyeksikan mencapai Rp487 Triliun pada tahun 2024 (GoodStats, 2025). Salah satu model bisnis *e-commerce* yang populer adalah *marketplace*, sebuah platform yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli dalam satu 'pasar elektronik' (Yustiani & Yunanto, 2017). Berdasarkan data kunjungan tahun 2023, Shopee merupakan *marketplace* dengan frekuensi kunjungan tertinggi di Indonesia (Databoks, 2024).

Namun, kemudahan yang ditawarkan *marketplace* memunculkan permasalahan operasional, yaitu tingginya tingkat pembatalan pesanan oleh konsumen. Meskipun sering dianggap sebagai risiko minor, fenomena ini secara kumulatif berdampak signifikan terhadap efisiensi operasional, akurasi pengelolaan stok, dan performa penjualan. Dampak pembatalan tidak hanya menahan perputaran barang, tetapi juga menyebabkan pemborosan waktu dan sumber daya (Priatna & Arsyadona, 2025). Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kondisi ini diperburuk karena tingkat pembatalan yang tinggi dapat menurunkan performa toko di mata sistem algoritma platform, yang pada akhirnya memengaruhi visibilitas produk (Aisyah et al., 2024). Tantangan ini menjadi semakin krusial pada sektor Makanan dan Minuman (F&B) dengan perputaran cepat, di mana kopi menjadi salah satu komoditas agribisnis dengan permintaan daring tertinggi pada tahun 2023 (GoodStats, 2024)

Puntang Coffee, sebuah UMKM produsen kopi dari Gunung Puntang, Jawa Barat, merupakan salah satu pionir yang memasarkan produknya di Shopee sejak tahun 2017. Hingga kini, Shopee mendominasi penjualan Puntang Coffee dengan kontribusi sebesar 58% dari total pesanan di berbagai marketplace. Meskipun demikian, Puntang Coffee menghadapi tantangan serius terkait pembatalan pesanan. Sejak 2017 hingga April 2025, tercatat sebanyak 805 pesanan di Shopee dibatalkan, dengan fluktuasi angka yang cenderung meningkat setiap tahunnya (Gambar 1). Alasan pembatalan pun bervariasi, mulai dari kesalahan pengisian data, kegagalan pembayaran, hingga respons penjual yang lambat, yang menunjukkan bahwa penyebabnya berasal dari perilaku pembeli, penjual, dan sistem itu sendiri.



Gambar 1. Jumlah Pesanan Batal di Platform Shopee

Sebagian besar studi yang ada cenderung membahas pembatalan pesanan dari aspek hukum atau perilaku konsumen, dan belum banyak yang mengkajinya dari perspektif manajerial menggunakan pendekatan pengendalian kualitas. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan pendekatan *Seven Quality Control Tools (Seven Tools)*, seperangkat alat statistik dan visual untuk menganalisis akar masalah dan merancang solusi berbasis data. Penerapan *Seven Tools* diharapkan dapat membantu UMKM seperti Puntang Coffee untuk memahami pola, mengidentifikasi faktor dominan, dan menyusun mitigasi terukur terhadap masalah pembatalan pesanan. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi karakteristik pesanan pada toko Puntang Coffee di platform Shopee dan (2) menganalisis penyebab utama dari pembatalan pesanan yang terjadi serta merumuskan usulan pengendaliannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam dan holistik fenomena pembatalan pesanan dalam konteks alaminya. "Kasus" yang dianalisis adalah proses pengendalian pesanan pada toko Puntang Coffee di platform Shopee. Objek penelitian adalah pesanan yang dibatalkan pada periode Januari 2022 hingga April 2025. Pengumpulan data dilakukan di lokasi primer, yaitu toko daring "Puntang

Coffee" di platform Shopee, dan lokasi sekunder di pusat operasional fisik perusahaan di Cimaung, Kabupaten Bandung.

Pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi sumber yang menggabungkan data primer dan sekunder. Data primer mencakup (1) data historis transaksi dan pembatalan pesanan yang diekstrak langsung dari *dashboard* penjual di Shopee, (2) wawancara semi-terstruktur dengan informan kunci, dan (3) observasi non-partisipan terhadap alur kerja pemenuhan pesanan. Informan penelitian, yang terdiri dari pemilik dan staf operasional, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria keterlibatan langsung dalam manajemen *marketplace* dan pemahaman mendalam mengenai proses pesanan. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka yang mencakup jurnal ilmiah, laporan industri, dan penelitian terdahulu yang relevan.

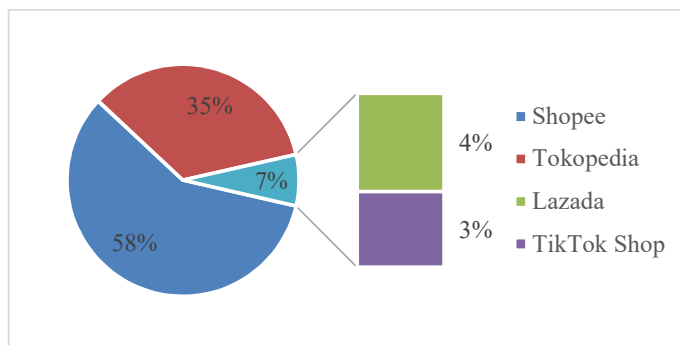
Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan *Seven Tools* untuk memetakan masalah secara visual dan sistematis. Analisis dilakukan secara bertahap menggunakan tujuh alat sebagai berikut:

1. *Flowchart*, untuk memetakan alur proses pesanan dan mengidentifikasi titik-titik rawan pembatalan.
2. *Check Sheet*, untuk mencatat dan mengkalkulasi frekuensi pembatalan berdasarkan kategori alasannya.
3. Diagram Pareto, untuk mengurutkan penyebab pembatalan dan mengidentifikasi masalah prioritas berdasarkan prinsip 80/20.
4. *Fishbone Diagram*, untuk menganalisis akar penyebab dari masalah dominan. Analisis ini mengadaptasi kerangka kerja *7P Marketing Mix (Product/Packaging, Price, Promotion, Place, People, dan Process)*. Kategori Product dan Packaging digabungkan karena dalam konteks marketplace, persepsi pelanggan terhadap keduanya dibentuk secara tunggal melalui informasi visual pada halaman produk.
5. *Scatter Diagram*, untuk menguji hubungan antara dua variabel, seperti hari dalam seminggu dengan jumlah pesanan harian.
6. Histogram, untuk memvisualisasikan distribusi dan pola waktu terjadinya pembatalan pesanan.
7. *Control Chart*, untuk memantau stabilitas proporsi pesanan batal dari waktu ke waktu dan mengidentifikasi adanya variasi proses yang tidak wajar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Puntang Coffee

Puntang Coffee adalah sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang didirikan pada tahun 2012 dan berlokasi di kawasan agrowisata kopi Gunung Puntang, Jawa Barat. Sejak awal, usaha ini mengusung filosofi untuk mengangkat nilai jual dan reputasi kopi lokal melalui model bisnis yang terintegrasi dari hulu ke hilir, mencakup budidaya, kemitraan petani, pascapanen, sangrai (*roasting*), hingga pemasaran. Pada tahun 2017, Puntang Coffee menjadi salah satu pionir yang memasarkan kopi dari kawasan tersebut di platform *marketplace*.

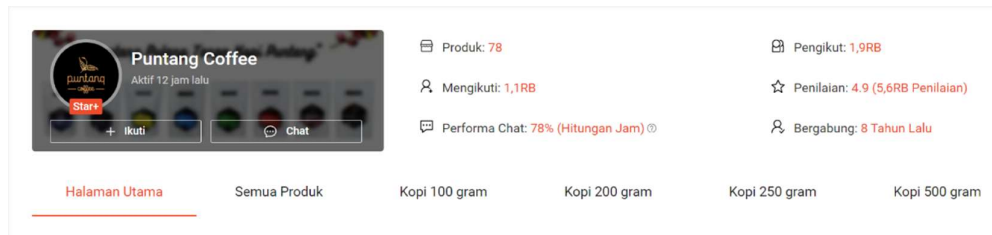


Gambar 2. Proporsi Jumlah Pesanan Setiap Platform

Puntang Coffee aktif memanfaatkan berbagai kanal *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TikTok Shop. Selama periode 2022 hingga April 2025, Shopee menjadi kanal penjualan paling dominan dengan kontribusi sebesar 58% dari total pesanan (Gambar 2). Dominasi ini selaras dengan laporan Databoks (2024) yang menyebutkan Shopee sebagai platform dengan pengunjung terbanyak di Indonesia, yang menguatkan pemilihan platform ini sebagai fokus penelitian.

2. Karakteristik Pesanan di Toko Puntang Coffee pada Platform Shopee

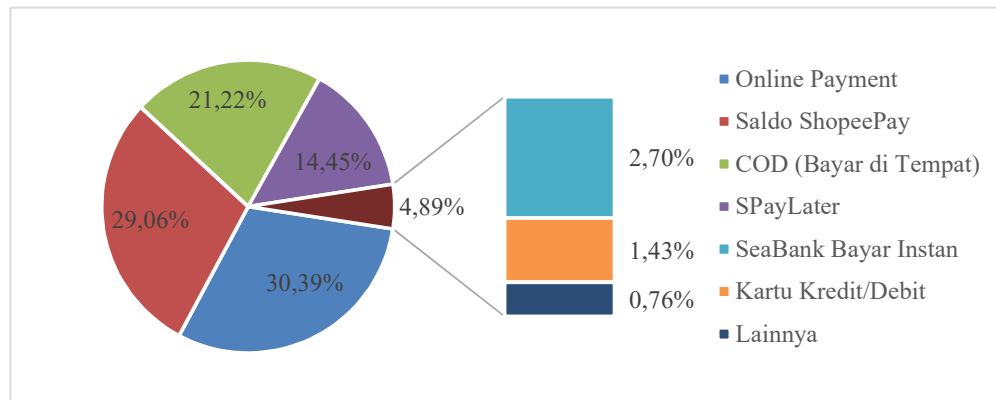
Toko Puntang Coffee di Shopee telah aktif sejak April 2017, memiliki 1.900 pengikut, dan telah menerima lebih dari 5.500 ulasan dengan rating rata-rata 4,9 dari 5. Namun, performa chat sebesar 78% yang dihitung dalam jam menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan dalam kecepatan respons terhadap pelanggan. Hingga April 2025, toko ini telah menerima total 8.144 pesanan.



Gambar 3. Profil Toko Puntang Coffee di Platform Shopee

a. Metode Pembayaran

Analisis metode pembayaran (Gambar 4) menunjukkan preferensi konsumen yang cukup terdistribusi. Tiga metode yang paling banyak digunakan adalah *Online Payment* (mencakup transfer bank dan *virtual account*), Saldo ShopeePay, dan *Cash on Delivery* (COD). Popularitas ShopeePay yang tinggi menegaskan keberhasilan strategi platform dalam membangun ekosistem pembayaran tertutup yang didukung oleh promosi, sementara tingginya penggunaan COD mencerminkan perannya dalam menjangkau konsumen yang belum sepenuhnya terhubung dengan sistem perbankan atau yang membutuhkan jaminan keamanan dengan membayar setelah barang diterima (Hermansyah & Qolbi, 2023).

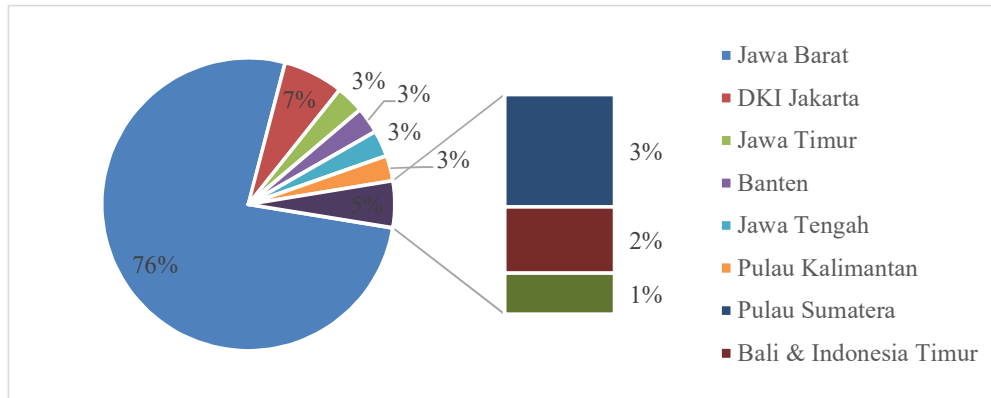


Gambar 4. Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Pesanan

b. Tujuan Pengiriman

Data tujuan pengiriman (Gambar 5) menunjukkan bahwa mayoritas pesanan (76%) dikirim ke wilayah Jawa Barat. Dominasi ini mengindikasikan basis konsumen terkuat yang bersifat lokal atau regional, kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor kedekatan geografis yang berimplikasi pada biaya pengiriman lebih rendah dan waktu pengiriman lebih cepat (Forman et al., 2009). Wilayah DKI Jakarta menempati posisi kedua dengan

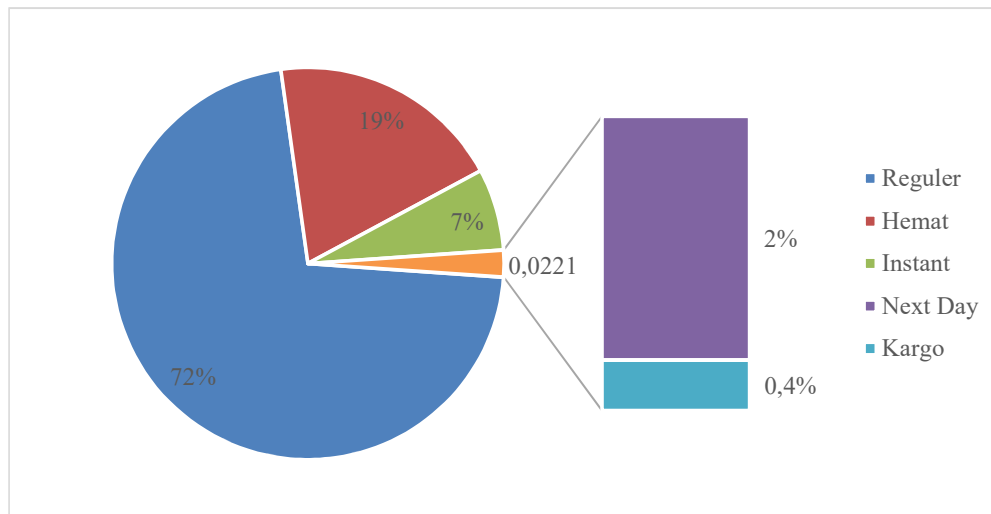
total 7% pesanan, menunjukkan selisih yang sangat signifikan dan menegaskan kekuatan pasar regional Puntang Coffee.



Gambar 5. Proporsi Lokasi Tujuan Pengiriman Pesanan

c. Jenis Pengiriman

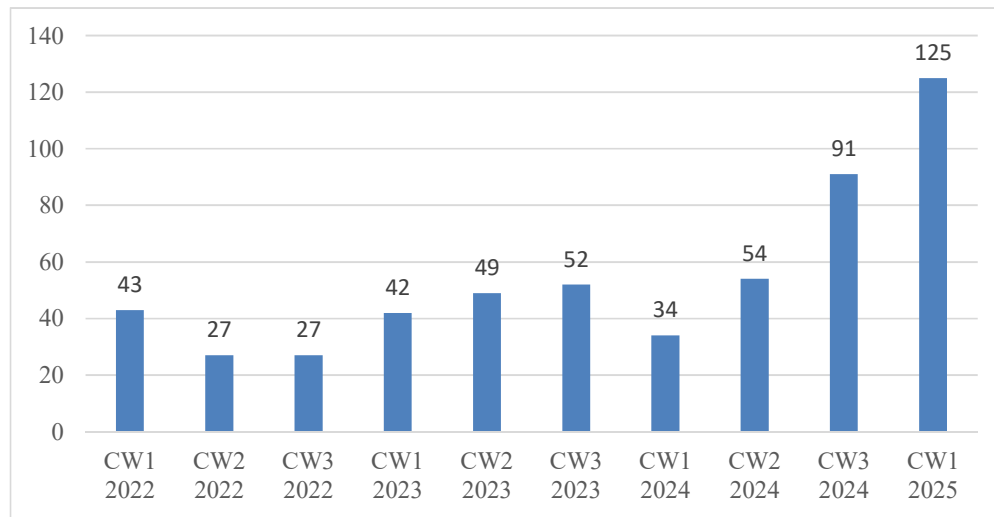
Preferensi konsumen terhadap jenis pengiriman (Gambar 6) merefleksikan adanya pertukaran (*trade-off*) antara biaya, kecepatan, dan keandalan. Layanan "Reguler" menjadi pilihan paling dominan dengan total 71% pesanan, mengindikasikan bahwa mayoritas konsumen memprioritaskan opsi yang seimbang antara biaya dan estimasi waktu kedatangan (Populix, 2023). Pilihan terpopuler kedua adalah layanan "Hemat" dengan total 19%, yang menunjukkan adanya segmen konsumen yang sensitif terhadap harga dan bersedia menukar waktu pengiriman yang lebih lama dengan biaya kirim yang lebih terjangkau.



Gambar 6. Proporsi Jenis Pengiriman Pesanan Dipilih

3. Analisis Pengendalian Pembatalan Pesanan

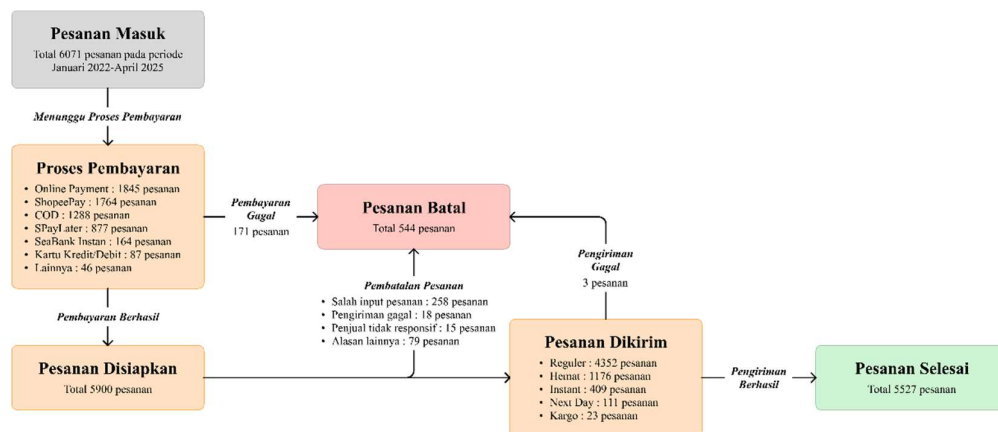
Selama periode Januari 2022 hingga April 2025, tingkat pembatalan pesanan di toko Puntang Coffee menunjukkan tren yang cenderung meningkat (Gambar 7), yang berisiko menurunkan performa toko. Analisis mendalam dilakukan menggunakan pendekatan Seven Tools.



Gambar 7. Jumlah Pesanan Batal per Caturwulan

a. Flowchart (Bagan Alur Proses)

Flowchart digunakan untuk memetakan alur kerja sistematis dari pesanan masuk hingga selesai atau dibatalkan (Gambar 8). Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi titik-titik rawan di mana pembatalan terjadi. Analisis alur proses ini secara efektif menyoroti tiga titik kritis kegagalan transaksi: (1) kegagalan pembayaran yang berujung pada pembatalan otomatis (berkontribusi atas 171 pesanan batal), (2) pembatalan manual oleh pembeli atau sistem setelah pembayaran (370 pesanan batal), dan (3) kegagalan pengiriman yang menyebabkan pesanan dikembalikan (3 pesanan batal). Pemahaman ini menjadi dasar untuk memfokuskan upaya perbaikan pada tahapan yang paling rentan.



Gambar 8. Flowchart Transaksi pada Usaha Puntang Coffee di Shopee

b. Check Sheet (Lembar Pemeriksaan)

Langkah selanjutnya adalah menggunakan check sheet untuk mencatat dan menghitung jumlah pembatalan secara sistematis berdasarkan waktu dan alasannya (Tabel 5). Data ini diperoleh dari catatan pesanan di Shopee dari Januari 2022 hingga April 2025. Kategori alasan yang diidentifikasi meliputi "Salah input pesanan", "Pembayaran gagal", "Alasan lainnya", "Pengiriman gagal", dan "Penjual tidak responsif". Alat ini sangat efektif untuk identifikasi awal permasalahan yang sering terjadi.

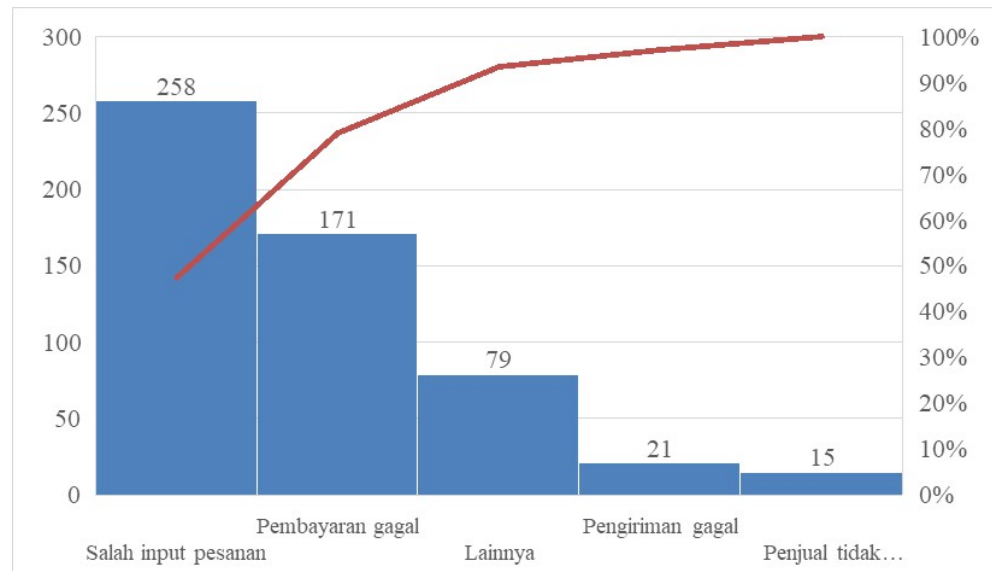
Tabel 1. Check Sheet Pembatalan Pesanan per Caturwulan

Alasan Batal	CW1	CW2	CW3	CW1	CW2	CW3	CW1	CW2	CW3	CW1
	2022	2022	2022	2023	2023	2023	2024	2024	2024	2025
Penjual tidak responsif	0	0	1	4	2	0	2	0	4	2
Salah input pesanan	18	12	10	16	29	30	17	25	41	60
Pembayaran gagal	19	9	8	17	11	11	10	18	31	39
Pengiriman gagal	2	2	1	2	1	4	0	1	2	6
Alasan lainnya	6	4	7	3	6	7	4	10	13	18
Jumlah	43	27	27	42	49	52	34	54	91	125

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

c. *Pareto Chart* (Diagram Pareto)

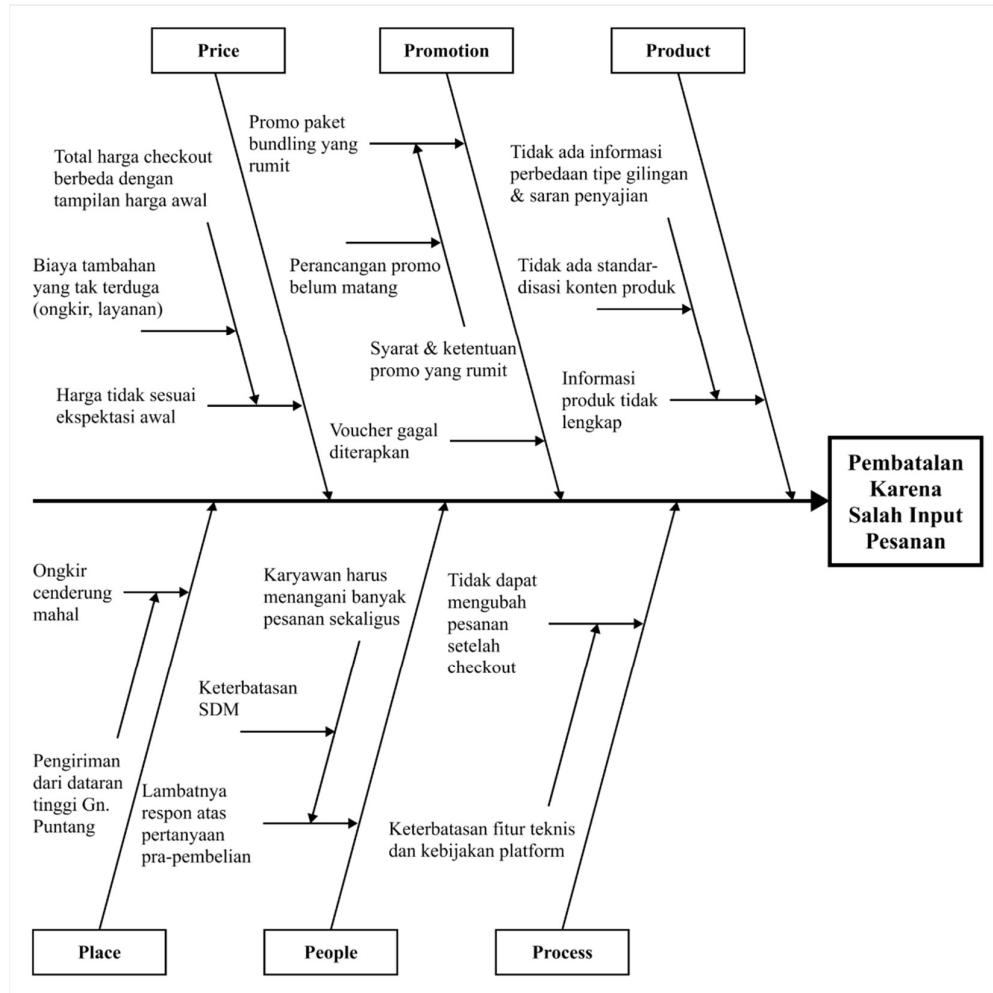
Berdasarkan data frekuensi dari *check sheet*, Diagram Pareto digunakan untuk memprioritaskan masalah berdasarkan prinsip 80/20. Hasil analisis (Gambar 9) menunjukkan bahwa dua kategori alasan menyumbang mayoritas pembatalan: "Salah input pesanan" (258 kejadian atau 47%) dan "Pembayaran gagal" (171 kejadian atau 31%). Secara kumulatif, kedua penyebab ini menyumbang 78% dari total pembatalan, sehingga ditetapkan sebagai prioritas utama untuk dianalisis dan diperbaiki.



Gambar 9. Diagram Pareto Alasan Pembatalan Pesanan

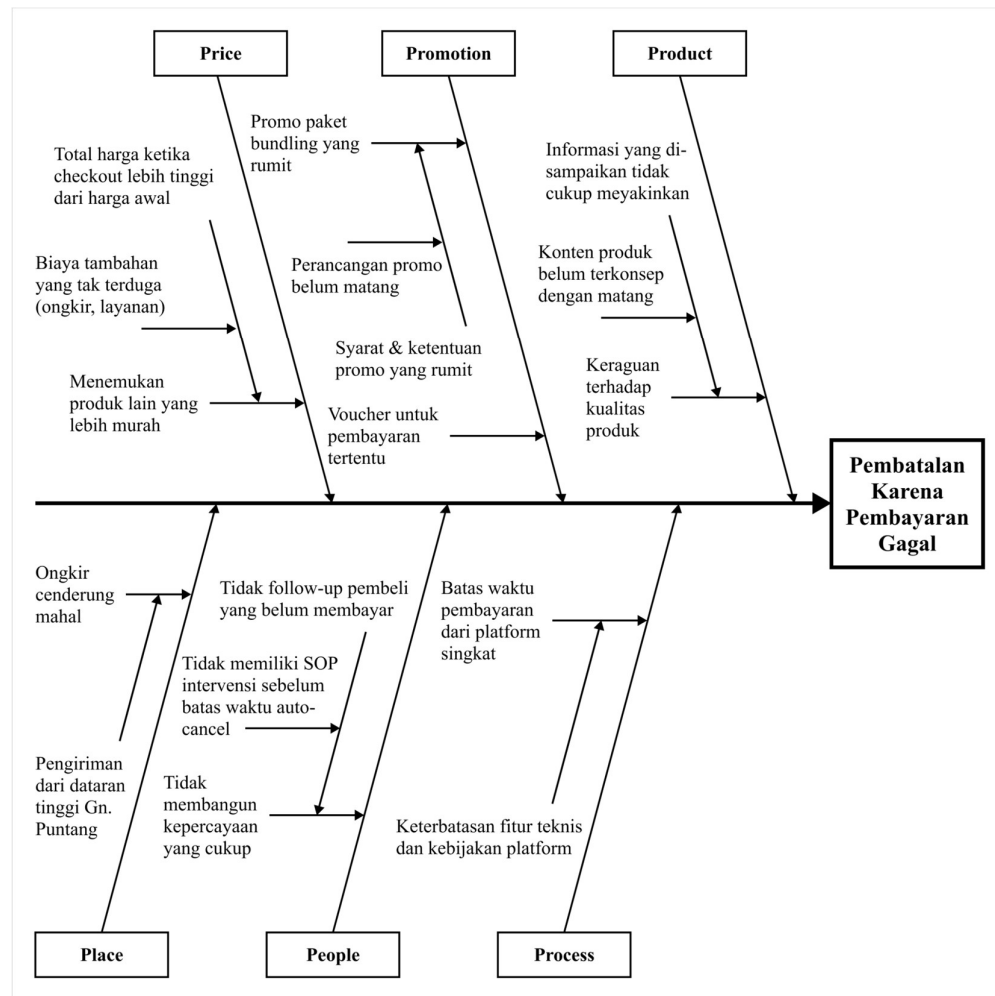
d. *Fishbone Diagram* (Diagram Sebab Akibat)

Diagram ini digunakan untuk menggali akar penyebab dari dua masalah dominan yang telah diidentifikasi.



Gambar 10. Fishbone Diagram untuk "Salah Input Pesanan"

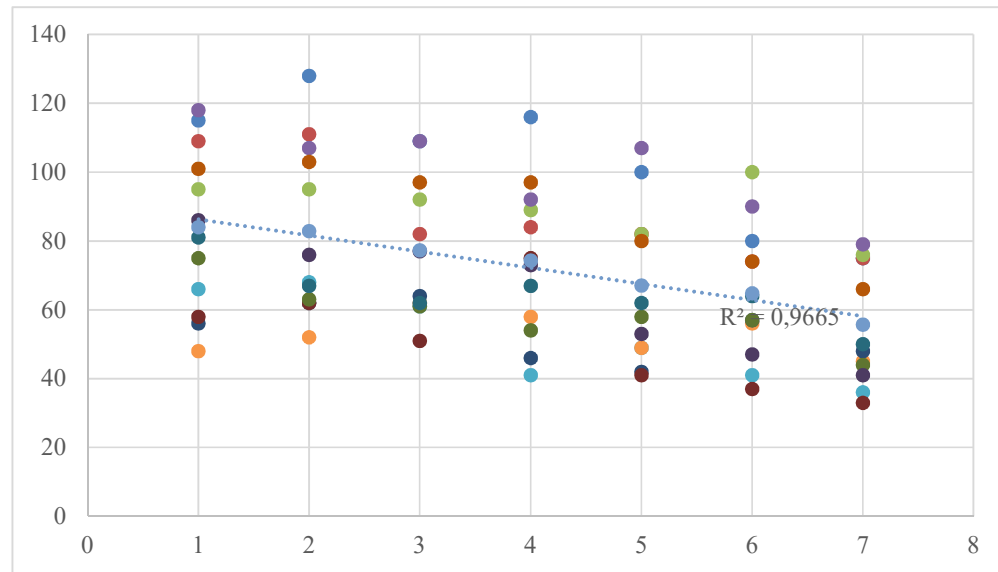
- Analisis "Salah Input Pesanan" (Gambar 10): Akar masalah diurai menggunakan kerangka 7P yang dimodifikasi. Dari sisi *Product/Packaging*, ditemukan tidak adanya standarisasi konten produk, khususnya informasi tipe gilingan dan saran penyajian, yang menyebabkan kebingungan konsumen. Dari sisi *People*, keterbatasan SDM menyebabkan lambatnya respons atas pertanyaan pra-pembelian, sehingga pembeli membuat asumsi keliru. Dari sisi *Process*, platform tidak memungkinkan adanya perubahan pesanan setelah checkout, sehingga pembatalan menjadi satu-satunya solusi untuk memperbaiki kesalahan. Faktor lainnya termasuk *Promotion* yang rumit, serta *Price* dan *Place* yang menimbulkan "kejutan harga" dari ongkos kirim dan biaya layanan.



Gambar 11. Fishbone Diagram untuk "Pembayaran Gagal"

- Analisis "Pembayaran Gagal" (Gambar 11): Dari sisi *Product/Packaging*, konten yang kurang meyakinkan menimbulkan keraguan pada pembeli, membuat mereka menunda pembayaran (Park & Kim, 2003). Dari sisi *People*, tidak adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk melakukan *follow-up* atau intervensi proaktif kepada pembeli yang belum membayar menyebabkan pesanan terabaikan hingga dibatalkan otomatis. Dari sisi *Price* dan *Place*, biaya tambahan tak terduga (ongkos kirim dan layanan) yang muncul saat checkout merusak ekspektasi harga dan menjadi pemicu utama pembatalan niat bayar (Xu & Huang, 2015). Dari sisi *Process*, batas waktu pembayaran yang singkat dari platform menjadi tekanan tambahan bagi pembeli.
- e. *Scatter Diagram* (Diagram Sebar)

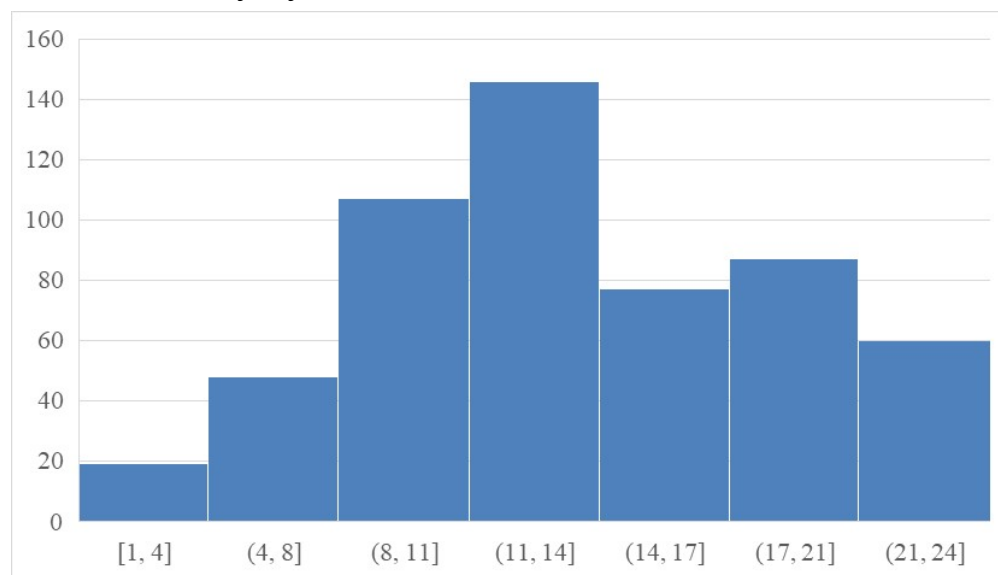
Scatter Diagram digunakan untuk memvisualisasikan hubungan antara hari dalam seminggu dengan jumlah pesanan per hari (Gambar 12). Analisis menunjukkan adanya hubungan linear negatif yang sangat kuat ($R^2 = 0,9537$), di mana jumlah pesanan cenderung paling tinggi di awal minggu (Senin) dan secara sistematis menurun menuju akhir pekan (Minggu). Temuan ini memberikan wawasan strategis untuk perencanaan operasional, seperti jadwal produksi, manajemen inventaris, dan alokasi sumber daya pengemasan.



Gambar 12. Scatter Diagram Distribusi Jumlah Pesanan per Hari

f. Histogram

Histogram digunakan untuk melihat distribusi jam masuk pesanan yang kemudian dibatalkan (Gambar 13). Hasilnya menunjukkan pola konsentrasi yang jelas, di mana frekuensi pembatalan tertinggi secara signifikan terjadi pada interval waktu antara pukul 11:00 hingga 14:00. Pola ini dapat dikaitkan dengan aktivitas belanja daring yang meningkat saat jam istirahat makan siang atau setelah periode pemesanan pagi (Alrumiah & Hadwan, 2021). Pemahaman ini dapat menjadi dasar untuk merancang strategi intervensi yang lebih efektif, seperti komunikasi proaktif atau pengingat pembayaran yang difokuskan sebelum jam-jam kritis tersebut.



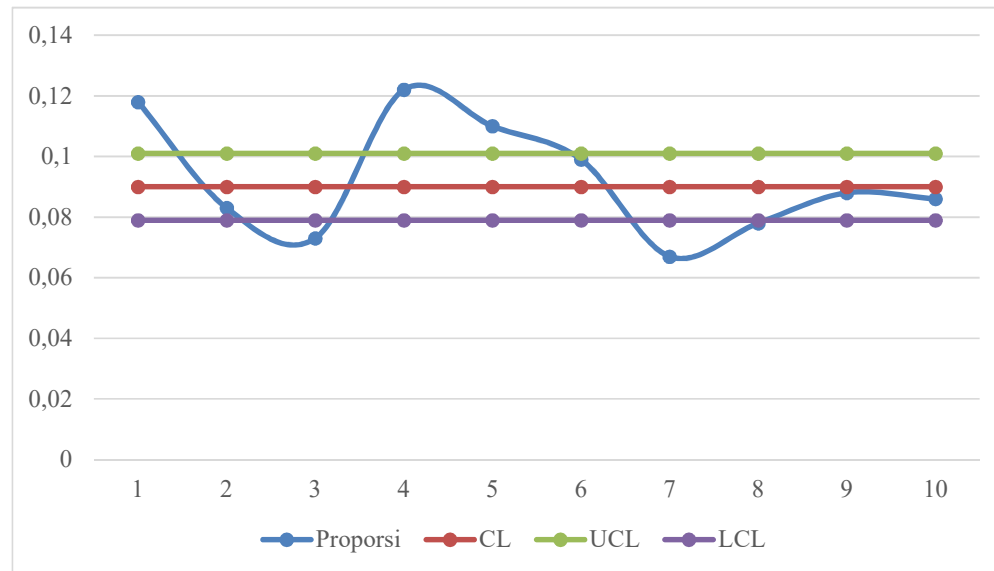
Gambar 13. Histogram Distribusi Jam Masuk Pesanan yang Batal

g. Control Chart (Diagram Kendali)

Diagram kendali tipe-p digunakan untuk memantau stabilitas proporsi pesanan yang dibatalkan dari waktu ke waktu (Gambar 14). Hasil analisis menunjukkan bahwa proses pembatalan pesanan di toko Puntang Coffee selama periode pengamatan tidak stabil secara statistik. Adanya beberapa titik yang keluar dari batas kendali, baik di atas Upper

Control Limit (UCL) pada CW1 2022 dan CW1 2023 maupun di bawah Lower Control Limit (LCL) pada CW3 2022 dan CW1 2024, menunjukkan kehadiran variasi khusus. Titik-titik di atas UCL menandakan periode dengan masalah, sementara titik-titik di bawah LCL menandakan periode dengan performa baik yang praktiknya perlu direplikasi.

Gambar 14. Control Chart Proporsi Jumlah Pesanan Batal



4. Rekomendasi Pengendalian Pesanan

Berdasarkan keseluruhan analisis, sejumlah rekomendasi manajerial dirumuskan untuk mengatasi akar permasalahan yang telah teridentifikasi.

- Untuk Mengatasi "Salah Input Pesanan": Prioritas utama adalah membuat dan menerapkan SOP Konten Produk yang mewajibkan setiap produk memiliki deskripsi detail, tabel varian gilingan, dan foto resolusi tinggi untuk mengurangi kebingungan konsumen. Ini harus didukung dengan Optimalisasi Kinerja Layanan Pelanggan melalui pembuatan templat balasan cepat (*quick reply*) dan penjadwalan waktu khusus bagi staf untuk fokus menjawab pertanyaan pelanggan
- Untuk Mengatasi "Pembayaran Gagal": Direkomendasikan untuk Menerapkan SOP *Follow-up* Pembayaran, di mana staf secara proaktif mengirimkan pesan pengingat sopan kepada pelanggan dengan pesanan bernilai tinggi sebelum batas waktu pembatalan otomatis. Selain itu, perlu dilakukan Peningkatan Transparansi Harga dengan memberikan informasi proaktif mengenai estimasi ongkos kirim dan biaya layanan pada deskripsi produk untuk mengurangi "kejutan harga" saat checkout.
- Untuk Pengendalian Berdasarkan Pola Waktu: Temuan dari scatter diagram dan histogram menyarankan Alokasi Sumber Daya Terjadwal. Kesiagaan staf layanan pelanggan harus ditingkatkan pada awal minggu (puncak pesanan), dan implementasi SOP follow-up pembayaran sebaiknya dijadwalkan pada pagi hari (misal, 09:00-10:00) untuk mengantisipasi puncak pembatalan pada siang hari.

KESIMPULAN

- Karakteristik pesanan di toko Puntang Coffee sangat terkonsentrasi secara geografis di Jawa Barat, dengan pola waktu yang dapat diprediksi: volume pesanan berkorelasi negatif dengan hari dalam seminggu (puncak di hari Senin) dan pembatalan pesanan memuncak pada jam 11:00-14:00. Berdasarkan prinsip Pareto, penyebab utama pembatalan pesanan adalah "Salah Input Pesanan" dan "Pembayaran Gagal".
- Analisis akar masalah menunjukkan "Salah Input Pesanan" disebabkan oleh kombinasi faktor internal seperti tidak adanya standarisasi konten produk dan keterbatasan SDM yang

memperlambat respons, serta faktor eksternal berupa kekakuan fitur platform. Sementara itu, "Pembayaran Gagal" berakar dari faktor strategis yang dapat dikendalikan seperti konten produk yang belum meyakinkan dan price shock akibat biaya tak terduga, serta faktor operasional berupa tidak adanya prosedur intervensi proaktif dari penjual kepada pelanggan. Oleh karena itu, usulan pengendalian utama adalah penerapan strategi terintegrasi yang berfokus pada: (1) pembuatan SOP konten produk untuk standarisasi informasi, (2) optimalisasi kinerja layanan pelanggan melalui respons terjadwal dan proaktif, serta (3) implementasi SOP follow-up untuk menekan angka pembayaran gagal dan meningkatkan transparansi biaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Susilowati, E., & Yuwono, M. (2024). Analisis Manajemen Risiko Dalam Bisnis E-Commerce Shopee Terkait Metode Pembayaran Cash On Delivery (Cod) Bisnis Spanduk Di Toko Dinasty Digital. *Cetak) Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(3).
- Alrumiah, S. S., & Hadwan, M. (2021). Implementing Big Data Analytics in E-Commerce: Vendor and Customer View. *IEEE Access*, 9, 37286. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3063615>
- Databoks. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Katadata Insight Center. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Forman, C., Ghose, A., & Goldfarb, A. (2009). Competition between local and electronic markets: how the benefit of buying online depends on where you live. *Management Science*, 55(1), 47–57. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1080.0932>
- GoodStats. (2024). *5 Jenis Minuman yang Paling Banyak Dibeli di E-Commerce 2023*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/5-jenis-minuman-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce-2023-oqs5p>
- GoodStats. (2025). *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp487 Triliun pada 2024*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp487-triliun-pada-2024-Vqv7l>
- Hermansyah, T., & Qolbi, N. (2023). Pengaruh Pembayaran COD (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal AL-AMAL*, 2(1).
- Park, C. H., & Kim, Y. G. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1), 16–29. <https://doi.org/10.1108/09590550310457818>
- Populix. (2023). *Indonesia Outlook on the Logistic Delivery Services*.
- Priatna, N., & Arsyadana. (2025). Manajemen Risiko Fitur Cash On Delivery (COD) Dalam Mengoptimalkan Bisnis E-Commerce Di Shopee. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 13. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Xu, Y., & Huang, J. S. (2015). Factors influencing cart abandonment in the online shopping process. *Social Behavior and Personality*, 43(10), 1617–1628. <https://doi.org/10.2224/sbp.2015.43.10.1617>
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi InformASI. *Ilmiah Komputer Dan*, 6(2).