



---

## PELATIHAN KOMUNIKASI EFEKTIF ADMIN SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN RATING DAN ULASAN KONSUMEN DI TOKO MEBEL DUA PUTRA

Oleh

Ika Fitri Aprilia<sup>1</sup>, Ni Luh Putu Sariyani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: <sup>1</sup>[aprilaiika925@gmail.com](mailto:aprilaiika925@gmail.com), <sup>2</sup>[putusariyani@undiknas.ac.id](mailto:putusariyani@undiknas.ac.id)

---

### Article History:

Received: 04-08-2025

Revised: 27-08-2025

Accepted: 07-09-2025

### Keywords:

Training, Effective Communication, Shopee, Ratings, Reviews, Furniture.

**Abstract:** *The Shopee marketplace has become one of the strategic channels for increasing sales for businesses, including Mebel Dua Putra. However, the lack of knowledge among staff about how to build effective digital communication has resulted in a decline in consumer ratings and reviews on the Shopee platform. The objective of this community service project is to provide effective communication training to Shopee management staff at Mebel Dua Putra to improve customer interaction and enhance the store's reputation through the e-commerce platform. The implementation method consists of three stages: preparation, training, and implementation of results. The training materials include techniques for responding to messages persuasively, creating engaging caption copywriting, and post-purchase follow-up strategies. The results of this activity demonstrated an improved understanding of effective digital communication among staff, as well as an increased awareness of the importance of responding to customers in a friendly and solution-oriented manner. Evaluation was conducted through direct observation and discussions with management. With this training, it is hoped that Mebel Dua Putra can maintain customer loyalty through positive reviews and a strong digital reputation on Shopee..*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam aktivitas jual beli masyarakat, salah satunya melalui pemanfaatan platform e-commerce seperti Shopee (Wulandari & Subandiyah, 2022). Marketplace ini tidak hanya menjadi sarana transaksi, tetapi juga wadah interaksi antara penjual dan konsumen. Dalam era digital saat ini, marketplace telah menjadi tulang punggung ekonomi online karena berfungsi sebagai tempat pemasaran produk secara elektronik dimana penjual dan pembeli dapat bertransaksi tanpa harus bertatap muka, hal ini tentu dapat memberikan peluang yang besar terhadap para pelaku usaha bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Wulandari & Subandiyah, 2022).

Salah satu aspek penting dalam proses tersebut adalah komunikasi pelayanan digital Shopee. Komunikasi admin yang baik sangat penting untuk kepuasan pelanggan (Hannaresa & Hasanah, 2023). Menurut Murni & Nugroho (2023), ulasan dan ulasan produk berdampak pada keputusan pelanggan untuk membeli produk tertentu. Di mana rating dan ulasan

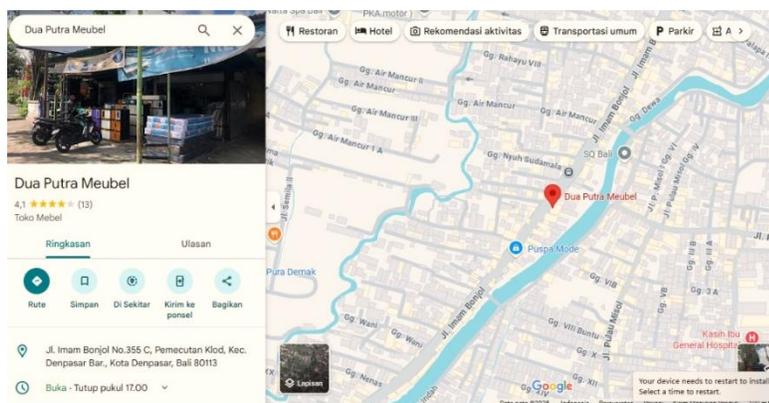
konsumen menjadi indikator keberhasilan pelayanan yang diberikan. Dalam ranah e-commerce, khususnya marketplace Shopee, kualitas pelayanan admin tidak hanya berdampak pada proses transaksi, tetapi juga tercermin dalam rating dan ulasan produk. Rating dan ulasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena menjadi indikator publik yang menunjukkan kualitas produk dan layanan toko. Oleh karena itu, komunikasi admin yang cepat, jelas, sopan, dan solutif sangat menentukan pengalaman para pelanggan (Hannaresa dan Hasanah,2023).

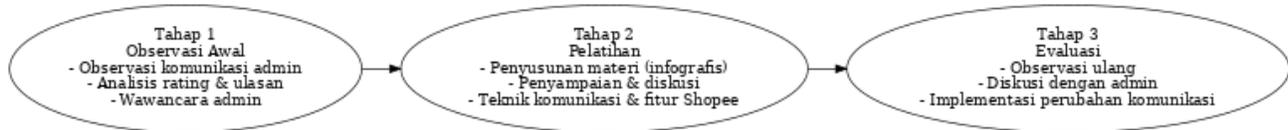
Toko Mebel Dua Putra merupakan pelaku UMKM yang aktif menjual produknya melalui Shopee. Namun, dalam pelaksanaannya ditemukan adanya kendala komunikasi antara admin dan konsumen, seperti keterlambatan balasan pesan atau miskomunikasi terkait informasi produk, yang berdampak pada turunnya rating dan munculnya ulasan negatif. Masalah ini menunjukkan bahwa admin masih memerlukan kemampuan komunikasi digital yang lebih strategis dan konsisten. Kondisi ini sesuai dengan temuan Fitriana (2021) bahwa komunikasi digital yang tidak responsif dapat mengurangi kesan toko online. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi admin penting untuk meningkatkan profesionalisme pelayanan digital (Adriati et al., 2025).

Untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pelatihan komunikasi efektif bagi admin Shopee Toko Mebel Dua Putra. Pelatihan difokuskan pada peningkatan keterampilan admin dalam merespons pesan, menggunakan fitur auto-reply dan AI Shopee, serta melakukan follow-up setelah pembelian. Diharapkan melalui pelatihan ini, admin dapat meningkatkan kualitas komunikasi digital, membangun kepercayaan konsumen, dan memperkuat reputasi toko melalui peningkatan rating dan ulasan yang positif.

## METODE

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara individu oleh penulis sebagai pengabdian dengan melaksanakan 3 metode tahapan, yaitu tahap observasi awal, tahap pelatihan dan tahap evaluasi. Kegiatan dilaksanakan di Toko Mebel Dua Putra yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol No 355C, Pemecutan Klod, Kota Denpasar, Bali. Toko ini merupakan salah satu pelaku usaha di bidang furniture yang aktif menggunakan platform Shopee untuk menjual produk-produknya secara digital. Lokasi ini dipilih karena memiliki karakteristik yang relevan dengan fokus pengabdian, yaitu kebutuhan peningkatan kualitas komunikasi digital dengan pelanggan melalui marketplace Shopee.



**Gambar 1. Peta Lokasi Pelatihan****Gambar 2. Bagan Tahapan Pelatihan**

Tahap (1) observasi awal dilakukan pada 18 Agustus 2025, penulis melakukan observasi langsung terhadap aktivitas admin Shopee Toko Mebel Dua Putra. Observasi ini dilakukan untuk melihat pola komunikasi yang diterapkan dalam melayani konsumen melalui fitur pesan di Shopee. Bagaimana admin dalam merespons chat konsumen, kecepatan balasan serta menganalisis isi ulasan dan rating yang diberikan oleh konsumen di platform tersebut. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara informal dengan admin Shopee Mebel Dua Putra untuk menggali informasi kendala komunikasi yang dihadapi selama berinteraksi dengan para pelanggan. Informasi ini yang akan membantu penulis untuk membuat materi pelatihan yang sesuai dengan masalah yang sedang dihadapi.

Tahap (2) proses pelatihan dilaksanakan pada 19 Agustus 2025, pada tahap ini penulis mulai menyusun materi pelatihan dalam bentuk infografis yang tercetak, hal ini dipilih karena menyesuaikan dengan situasi Toko Mebel Dua Putra yang tidak memungkinkan untuk melakukan presentasi dan mengumpulkan semua staff Toko. Pelatihan ini dilakukan dengan pendekatan personal dan informal, dengan menyampaikan dan memaparkan materi seperti berdiskusi. Adapun materi pelatihan yang diberikan mencakup: Teknik membalas pesan dengan cepat, sopan dan komunikatif, strategi penyampaian pesan produk secara persuasif melalui deksripsi produk, penerapan *auto-reply* yang tepat untuk mengurangi keterlambatan respons, teknik *follow-up* pasca transaksi untuk membangun loyalitas pelanggan, serta penggunaan fitur AI Toko Shopee sebagai pendukung pelayanan otomatis.

Tahap (3) evaluasi dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2025, setelah melakukan pelatihan, penulis melakukan evaluasi melalui dua pendekatan, yaitu observasi langsung dan diskusi dengan admin Shopee. Hal ini dilakukan agar penulis dapat mengetahui sejauh mana materi pelatihan sudah tersampaikan dengan baik dan diterapkan dalam praktik sehari-hari. Dalam penerapannya, penulis mengamati adanya perubahan pola komunikasi admin yang lebih responsif dan informatif terhadap pesan pelanggan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Permasalahan Komunikasi Admin Shopee

Sebelum pelatihan dilakukan, penulis melakukan observasi awal secara langsung untuk mengetahui pola komunikasi yang diterapkan oleh admin Shopee Toko Mebel Dua Putra. Berdasarkan pengamatan dan diskusi, ditemukan beberapa kendala dalam proses komunikasi digital antara admin dan konsumen. Kendala ini seperti respons balasan admin yang singkat, kaku dan kurang informatif. Hal ini mengakibatkan konsumen harus mengulang kembali pertanyaan di laman chat Shopee sebelum melakukan proses transaksi. Selain itu respons admin yang lambat dan tidak konsisten juga menimbulkan kesan tidak responsif terhadap pertanyaan konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dibuat

oleh Yubo dan Jinhong (2008), bahwa miskomunikasi digital dapat mengurangi kepercayaan konsumen.

Admin belum memanfaatkan fitur-fitur pendukung Shopee seperti *Auto-reply* dan bantuan asisten AI Shopee untuk menjawab pertanyaan konsumen secara lebih cepat. Ketidaktahuan ini tentu berdampak pada rating dan ulasan konsumen di Shopee yang menunjukkan adanya ketidakpuasan terkait kejelasan informasi produk dan respons balasan admin. Dari hasil temuan tersebut, kemudian dijadikan dasar untuk membuat materi pelatihan yang sesuai dengan permasalahan yang akan diatasi agar meminimalisir rating dan ulasan yang rendah dengan fokus kepada peningkatan komunikasi admin Shopee Toko Mebel Dua Putra.



**Gambar 3. Respons Admin Lambat**



**Gambar 4. Rating Rendah di Shopee**

(Dokumentasi kendala komunikasi admin Shopee Mebel Dua Putra sebelum melakukan pelatihan)

### **Pelaksanaan Pelatihan dan Respon Peserta**

Setelah melakukan observasi awal, pelatihan ini dilakukan dengan pendekatan personal dan informal, mengingat adanya keterbatasan waktu dan kondisi kerja di Toko Mebel Dua Putra yang tidak memungkinkan untuk memaparkan materi presentasi. Materi pelatihan ini disusun dalam bentuk infografis yang tercetak yang memuat poin-poin penting di dalamnya sesuai dengan hasil observasi awal dan kendala komunikasi admin Shopee Mebel Dua Putra. Adapun materi pelatihan ini mencakup:

- Teknik membalas pesan dengan cepat, ramah, dan jelas.
- Strategi penyampaian deskripsi produk secara persuasif dan informatif.
- Pemanfaatan fitur auto-reply untuk menjawab pertanyaan umum saat admin sedang tidak aktif di jam operasional toko.
- Teknik follow-up setelah pembelian untuk menjaga relasi dengan konsumen.
- Penggunaan fitur AI Toko Shopee untuk membantu menjawab pertanyaan konsumen secara otomatis.

Dalam pelaksanaannya, admin toko Mebel Dua Putra menyambut baik pelatihan tersebut dan mengakui bahwa dalam proses jual-beli di platform *e-commerce*, perlu adanya komunikasi yang efektif untuk membentuk kepercayaan dan minat beli konsumen yang lebih

tinggi. Mereka juga menyampaikan bahwa merasa terbantu dalam informasi fitur-fitur Shopee yang tidak mereka ketahui sebelumnya. Hal ini tentu memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman admin dalam mengelola komunikasi digital yang lebih strategis dan efisien, serta menjadi bekal untuk berinteraksi secara profesional dalam menghadapi berbagai jenis konsumen.

Gambar 5. Materi Pelatihan Admin Shopee

Checklist Praktik Kegiatan Komunikasi Efektif Admin Mebel Dua Putra

No	Pelatihan Kegiatan	Sudah	Belum
1	Mengatur Auto-reply Shopee		✓
2	Mengisi deskripsi toko secara lengkap	✓	
3	Menyiapkan minimal 3 template jawaban cepat	✓	
4	Melakukan follow-up pasca pembelian		✓
5	Mengevaluasi rating dan ulasan setiap minggu		✓
6	Mengaktifkan fitur Asisten AI Shopee		✓
7	Menampilkan foto dan video produk secara jelas	✓	
8	Menjawab pertanyaan konsumen dengan cepat dan informatif		✓
9	Menangani komplain dan menemukan solusi permasalahan	✓	
10	Mencantumkan kebijakan dengan jelas di deskripsi toko	✓	



Gambar 6. Checklist Praktik Kegiatan Gambar 7. Pelatihan Komunikasi Admin

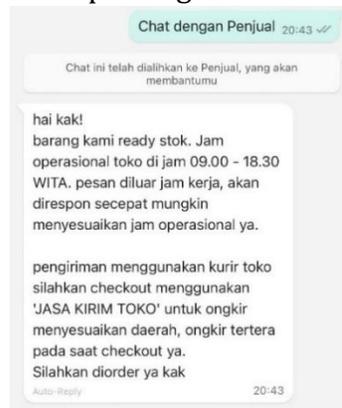
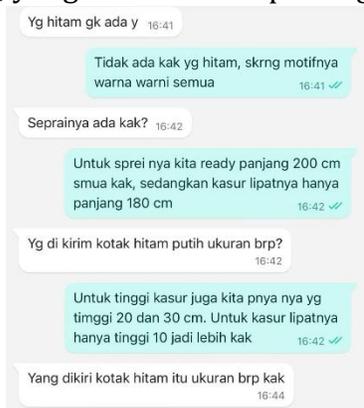
### Hasil dan Implementasi Perubahan Pola Komunikasi

Setelah pelatihan, evaluasi dilakukan melalui observasi dan diskusi terhadap admin Shopee Mebel Dua Putra untuk melihat pola perubahan komunikasi admin dan proses penerapannya. Setelah pelatihan dilakukan, terlihat adanya perubahan gaya komunikasi admin yang kini lebih ramah, responsif dan informatif. Admin lebih responsif dan mulai memanfaatkan auto-reply serta AI Shopee (Lintang et al., 2023). Penggunaan fitur ini terbukti efektif untuk membantu meminimalisir ulasan negatif terkait respons yang lambat. Mengingat dengan teknologi yang semakin maju, layanan konsumen dapat dibantu dengan fitur Shopee yang tersedia. Asisten AI Shopee akan membantu admin dalam merespons

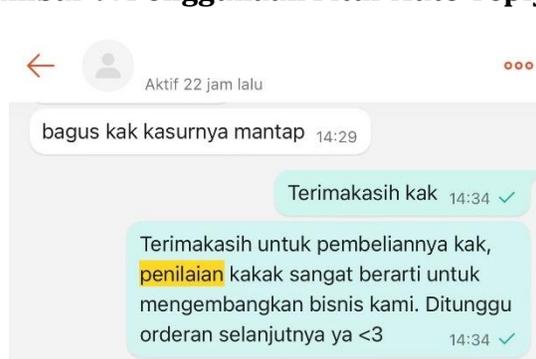
pesan pelanggan dan memastikan produk masih tersedia atau tidak tersedia (Nugroho et al., 2020). Melalui pemanfaatan asisten AI Shopee ini dapat membantu admin membalas pesan secara otomatis kepada konsumen selama 24 jam bahkan di luar dari jam operasional toko.

Selain itu, admin juga mulai menerapkan *follow-up* pasca pembelian konsumen, seperti menanyakan apakah produk sudah diterima dengan kondisi yang baik dan menawarkan bantuan jika terjadi kendala terhadap produk tersebut. *Follow-up* pasca pembelian juga diterapkan untuk menjaga loyalitas konsumen (Ramadiansyah et al., 2024). Penerapan pola komunikasi yang lebih proaktif ini dinilai mampu untuk membangun hubungan jangka panjang terhadap konsumen yang diharapkan dapat menghasilkan terjadi nya *repeat order* kembali. Dari hasil perubahan ini, dinilai dapat memberikan dampak positif terhadap Toko Shopee Mebel Dua Putra terhadap persepsi konsumen.

Meskipun dari hasil implementasi komunikasi admin belum menghasilkan perubahan yang cukup signifikan pada rating dan ulasan secara langsung, namun arah komunikasi digital admin mulai terarah dan konsisten. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hannaresa & Hasanah (2023) yang menyatakan bahwa pelayanan admin yang baik akan meningkatkan ulasan positif dan berdampak pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi seperti ini memiliki potensi besar untuk diterapkan sebagai strategi peningkatan kualitas pelayanan digital secara berkelanjutan. Penelitian oleh Fitriana (2021) juga menemukan bahwa citra toko dapat ditingkatkan dengan strategi komunikasi digital yang ramah dan solutif. Penelitian-penelitian ini juga diperkuat oleh penemuan dari Novianti et al. (2025), yang menekankan pentingnya marketing digital Shopee bagi UMKM.



**Gambar 8. Chat Informatif Admin-Konsumen** **Gambar 9. Penggunaan Fitur Auto-reply**



**Gambar 7. Penggunaan Fitur Asisten AI**

**Gambar 8. Follow-up Pasca Pembelian**



(Dokumentasi setelah melakukan kegiatan pelatihan)

### **Keterbatasan dan Tantangan**

Pelatihan ini dilakukan secara informal dengan melibatkan satu orang staff admin yang bertugas. Kondisi ini membuat penyampaian materi difokuskan hanya pada poin-poin penting yang relevan dengan permasalahan komunikasi yang terjadi, dan disampaikan dengan sistem diskusi agar pembahasan lebih interaktif. Metode ini dipilih mengingat jam operasional Toko Mebel Dua Putra yang cukup padat, sehingga pelatihan harus berlangsung singkat namun tetap berjalan efektif.

Kendala lainnya yaitu setelah pelatihan selesai, keefektifitas pelatihan belum dapat dinilai secara menyeluruh, karena peningkatan rating dan ulasan terjadi secara bertahap dan memerlukan pemantauan berkelanjutan. Oleh karena itu, dibutuhkan evaluasi lanjutan guna memastikan bahwa pola komunikasi yang diterapkan oleh admin Shopee Mebel Dua Putra telah diterapkan secara optimal dalam aktivitas pelayanan sehari-hari.

### **KESIMPULAN**

Kegiatan pelatihan komunikasi efektif bagi admin Shopee Toko Mebel Dua Putra dilaksanakan sebagai upaya strategis untuk mengatasi kendala komunikasi digital yang berdampak pada penurunan rating dan ulasan konsumen. Pelatihan ini dirancang berdasarkan hasil observasi awal terhadap pola komunikasi yang digunakan admin dalam melayani konsumen, sehingga materi yang disampaikan berfokus pada poin-poin penting yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan komunikasi admin dalam merespons pesan konsumen dengan lebih cepat, ramah, dan informatif. Admin mulai memanfaatkan fitur *Auto-reply* dan Asisten AI Shopee untuk membantu memberikan respons otomatis di luar jam operasional, sehingga dapat meminimalisir ulasan negatif akibat keterlambatan respons. Selain itu, penerapan teknik *follow-up* pasca pembelian juga mulai dilakukan, yang berdampak positif pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan potensi terjadinya *repeat order*.

Meskipun perubahan pada *rating* dan ulasan positif belum dapat diukur secara signifikan dalam waktu singkat, pelatihan ini telah mendorong terjadinya perbaikan pola komunikasi yang lebih konsisten dan terarah. Kegiatan ini juga memberikan wawasan baru bagi admin tentang pemanfaatan fitur-fitur digital Shopee yang sebelumnya belum dimanfaatkan secara optimal. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan Toko Mebel Dua Putra mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan digitalnya, membangun citra toko yang lebih positif, serta memperkuat loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang efektif.

### **DAFTAR REFERENSI**

- [1] Hannaresa, A., & Hasanah, N. (2023). Pelayanan Admin Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Marketplace Shopee. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(2), 112-124.
- [2] Nugroho, A., Hidayat, A., & Saputra, R. (2020). Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Pelayanan Konsumen di Marketplace. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 3(1), 45-56.

- [3] Rusdianto, A. (2024). Strategi Pemanfaatan Marketplace untuk Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Digital dan UMKM*, 8(1), 22–35.
- [4] Syahria, F., Amalia, R., & Putri, N. (2025). Pemanfaatan Aplikasi Shopee Bagi UMKM Bintang Mandiri. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(9), 1–9.
- [5] Wulandari, N., & Subandiyah, I. (2022). Pengaruh Marketplace Terhadap Perubahan Pola Belanja Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(3), 210–218.
- [6] Adriati, I. G. A. W., Mahendrayana, I. K. B., Prianthara, I. B. T., Pradhana, I. P. D., & Ramadiansyah, S. A. (2025). Upaya Peningkatan Produktivitas dan Pemasaran Produk Kripik Bayam Melalui Pemasaran Online. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(8), 1523–1530.
- [7] Fitriana, R. (2021). Strategi Komunikasi Digital Marketplace dalam Menarik Minat Konsumen di Era Pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45–59.
- [8] Lintang, A. P., Wardani, A. P., Firdausiyah, W., Anggraeni, D., & Nurhayati, C. (2023). Efektivitas Chatbot sebagai Media Komunikasi E-Bisnis Produk Skincare dengan Sistem CRM pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 147–154.
- [9] Murni, R., & Nugroho, R. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 11(1), 15–27.
- [10] Novianti, S. W., Nursanti, N. L. E., & Herlangga, A. (2025). Optimalisasi Penjualan Makanan Ringan di Shopee Melalui Digital Marketing bagi UMKM Sukawati. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(7), 1444–1450.
- [11] Ramadiansyah, S. A., Pradhana, I. P. D., & Haes, P. E. (2024). Pengaruh Diskon dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Shopee 11.11. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3), 851–858.
- [12] Yubo, C., & Jinhonng, G. (2008). The Dynamics of Online Consumer Reviews. *Journal of Marketing Science*, 28(3), 133–145.