

## PEMANFAATAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN LAYANAN CUSTOMER: STUDI KASUS PT TOKOPEDIA

<sup>1</sup>Firdhan Rizky Adryandra, <sup>2</sup>Gina Zahra Ainurrahmah

<sup>1,2</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: [idanrizky5@gmail.com](mailto:idanrizky5@gmail.com)

[ginazahra231@gmail.com](mailto:ginazahra231@gmail.com)

### *Abstract*

This study examines the use of communication technology by Tokopedia as one of the leading e-commerce platforms in Indonesia, and its impact on customer satisfaction and loyalty. Communication technology plays a key role in supporting company operations, accelerating the flow of information, and creating efficient interactions between platforms, sellers, and buyers. Tokopedia uses various cutting-edge technologies such as GraphQL, cloud programming from Google Cloud, and machine learning to improve service effectiveness and personalization. The communication technology implemented not only accelerates system performance, but also helps in automatic identity verification, improves customer service response, and improves transaction security. As a result, customer satisfaction and loyalty increase through fast, accurate, and reliable services. Furthermore, this technology is also useful in promotional strategies, internal collaboration, and data-based decisions. Thus, communication technology is the main foundation in maintaining Tokopedia's competitiveness in the digital world.

*Keywords:* Communication Technology, Tokopedia, Customer Satisfaction, Loyalty, E-commerce, Cloud, Machine Learning

### **Abstrak**

Penelitian ini mengkaji penggunaan teknologi komunikasi oleh Tokopedia sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia, serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Teknologi komunikasi memainkan peran kunci dalam mendukung operasi perusahaan, mempercepat aliran informasi, dan menciptakan interaksi yang efisien antara platform, penjual, dan pembeli. Tokopedia menggunakan berbagai teknologi mutakhir seperti GraphQL, pemrograman awan dari Google Cloud, serta pembelajaran mesin untuk meningkatkan efektivitas dan personalisasi layanan. Teknologi komunikasi yang diterapkan tidak hanya mempercepat kinerja sistem, tetapi juga membantu dalam verifikasi identitas secara otomatis, meningkatkan respons dari layanan pelanggan, dan meningkatkan keamanan transaksi. Akibatnya, kepuasan dan kesetiaan pelanggan meningkat melalui layanan yang cepat, tepat, dan dapat diandalkan. Lebih jauh, teknologi ini juga berguna dalam strategi promosi, kerjasama internal, dan keputusan yang didasarkan pada data. Dengan demikian, teknologi komunikasi menjadi landasan utama dalam menjaga daya saing Tokopedia di dunia digital.

*Kata Kunci:* Teknologi Komunikasi, Tokopedia, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas, E-commerce, Cloud, Pembelajaran Mesin

## **1. PENDAHULUAN**

PT Tokopedia adalah salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia yang terkenal dalam inovasi penggunaan teknologi komunikasi untuk memperbaiki pengalaman pelanggan. Mengingat tingginya jumlah transaksi dan interaksi setiap harinya di platform tersebut. Kemajuan teknologi saat ini dinilai sangat pesat. salah satunya dan mengalami kemajuan paling pesat yaitu teknologi komunikasi. (Widiastuti & Elshap, 2015). Tokopedia menggunakan berbagai teknologi canggih seperti chatbot berbasis AI, layanan obrolan langsung, sistem pemberitahuan otomatis, serta pemanfaatan media sosial sebagai saluran interaktif. Inovasi-inovasi ini telah terbukti membantu perusahaan memberikan respons yang cepat, tepat, dan personal bagi pelanggan, serta memperkuat hubungan jangka panjang.

Keberhasilan Tokopedia dalam mengelola komunikasi dengan pelanggan menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga menjadi strategi krusial dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas di kalangan konsumen. Pengintegrasian sistem Customer Relationship Management (CRM) dan analisis data interaksi pelanggan juga merupakan bagian dari pendekatan digital yang mendalam dan strategis. Fenomena ini mencerminkan tren yang lebih luas di dunia bisnis, di mana teknologi komunikasi telah menjadi salah satu pilar utama dalam membangun keunggulan kompetitif. Perusahaan dari beragam sektor mulai memahami bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya tergantung pada produk atau harga, tetapi juga pada kualitas komunikasi yang diberikan.

Melalui penelitian ini, akan meneliti bagaimana pemanfaatan teknologi komunikasi oleh PT Tokopedia berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan layanan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan referensi praktis bagi perusahaan lain yang ingin mengembangkan strategi komunikasi digital untuk meningkatkan kualitas layanan mereka.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi literatur. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam bagaimana PT Tokopedia memanfaatkan teknologi komunikasi dalam usaha meningkatkan kepuasan layanan kepada pelanggan. Pendekatan ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengeksplorasi makna, pola, dan strategi yang diterapkan oleh perusahaan melalui pencarian berbagai sumber informasi yang relevan. Metode studi literatur diterapkan sebagai cara dalam mengumpulkan data, di mana peneliti mengumpulkan serta menganalisis data sekunder dari berbagai sumber seperti jurnal penelitian, artikel akademis, buku, laporan riset, publikasi dari perusahaan, serta informasi yang bisa diakses online seperti berita bisnis dan situs resmi Tokopedia.

Semua data yang diperoleh akan dianalisis untuk menemukan pola komunikasi yang diterapkan oleh Tokopedia, teknologi yang digunakan, dan dampaknya terhadap tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kajian teoretis dan temuan sebelumnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan berbasis data tentang bagaimana teknologi komunikasi dipergunakan

dalam layanan pelanggan, terutama oleh PT Tokopedia sebagai objek studi utama

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Teknologi Komunikasi yang digunakan Tokopedia**

Teknologi komunikasi terdiri dari dua kata, yaitu teknologi dan komunikasi. Istilah "teknologi" sendiri berasal dari bahasa Latin *texere*, yang berarti merangkai atau membangun. Pemahaman tentang teknologi tidak hanya terbatas pada aspek teknis atau mesin semata, melainkan memiliki makna yang lebih luas dan sering digunakan dalam konteks kehidupan sehari-hari. (Sucahya, 2013).

Pengertian teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap yang individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu-individu lain (Roger, 1986: 2). Secara tersirat definisi tersebut menyebutkan bahwa teknologi komunikasi adalah alat, teknologi komunikasi dilahirkan oleh sebuah struktur ekonomi, sosial dan politik. (Sucahya, 2013). Serta pengertian Teknologi komunikasi merujuk pada segala aspek yang berkaitan dengan pemanfaatan perangkat atau alat bantu untuk mengolah dan mengirimkan data dari satu perangkat ke perangkat lainnya. (Yasuda & Augustine, 2008).

Tokopedia sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia memanfaatkan berbagai teknologi komunikasi canggih untuk menunjang operasional serta meningkatkan pengalaman pengguna. Dalam hal komunikasi antara frontend dan backend, Tokopedia menggunakan GraphQL, sebuah bahasa kueri yang memungkinkan permintaan data secara lebih efisien dan spesifik, sehingga mempercepat kinerja aplikasi.

Selanjutnya, Tokopedia mengandalkan infrastruktur cloud dari Google Cloud yang ditenagai oleh prosesor Intel® Xeon®, yang tidak hanya mendukung skalabilitas tetapi juga memungkinkan transaksi dan interaksi secara real-time, termasuk layanan video streaming antara penjual dan pembeli. Untuk mengelola dan mempersonalisasi interaksi dengan pelanggan, Tokopedia membangun Customer Data Platform (CDP) berbasis BigQuery dan Dataflow, yang memungkinkan sistem merekomendasikan produk dan hasil pencarian sesuai preferensi masing-masing pengguna.

Selain itu, Tokopedia juga mengimplementasikan teknologi machine learning dalam layanannya, seperti pada platform Mitra Tokopedia, guna meningkatkan efisiensi verifikasi identitas. Penerapan ini berhasil mengurangi tingkat kegagalan verifikasi hingga lebih dari 20% dan menekan kebutuhan verifikasi manual hampir 70%. Integrasi teknologi-teknologi komunikasi ini menjadi kunci keberhasilan Tokopedia dalam memberikan layanan yang cepat, personal, dan terpercaya di tengah persaingan industri digital yang semakin ketat.

#### **3.2. Dampak Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Customer Tokopedia**

Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. (Khakim et al., 2018) Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari

perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak sesuai dengan harapannya. (Lasalimu et al., 2022)

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasarab mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Oliver dalam Yuniarti, Y., dan Ariyanto, A., 2018). (Afrida et al., 2020)

Menurut Kotler (2000), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. (Roynaldus A. K. Agung et al., 2023). Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya, dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan yang bersangkutan.

Teknologi komunikasi digital sangat vital dalam membangun kepuasan dan kesetiaan pelanggan di platform e-commerce seperti Tokopedia. Dengan menerapkan fitur-fitur seperti obrolan langsung, chatbot, dan notifikasi real-time, Tokopedia mampu menawarkan layanan yang cepat dan responsif kepada penggunanya. Hal ini meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan saat pengguna melakukan transaksi.

Informasi dan layanan tambahan juga merupakan elemen krusial dalam mencapai kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan informasi yang tepat mengenai produk di platform, respons cepat dari layanan pelanggan, dan navigasi yang mudah. Tingkat kepuasan yang tinggi berkontribusi pada terciptanya loyalitas pelanggan. Hal ini tercermin dalam keinginan untuk berbelanja lagi dan merekomendasikan Tokopedia kepada orang lain. Selain itu, kepercayaan juga berperan signifikan dalam menjaga kesetiaan. Pengguna yang merasa aman saat bertransaksi, terutama terkait perlindungan data pribadi dan keamanan pembayaran, cenderung tetap setia kepada platform.

Secara keseluruhan, dampak teknologi komunikasi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Tokopedia sangat positif. Tokopedia memberikan pengalaman pengguna yang tidak hanya memuaskan, dengan kecepatan, transparansi, dan komunikasi yang bersifat pribadi, tetapi juga mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam era digital saat ini, kualitas komunikasi menjadi salah satu elemen kunci yang menentukan keberhasilan platform e-commerce dalam membangun loyalitas konsumen.

### **3.3. Manfaat Teknologi terhadap Tokopedia**

Menurut Rachmadi (2020) mengemukakan bahwa Pemanfaatan teknologi dalam bisnis sangatlah terlihat dari para pelaku usaha yang menjalankan usahanya mulai dari menjual produknya secara online. (Wiranti et al., 2023).

Perkembangan teknologi komunikasi dapat mempermudah komunikasi dengan memungkinkan kita terhubung dari jarak jauh tanpa harus bertemu langsung, dan hal ini terutama berlaku dalam situasi di mana kontak tatap muka tidak memungkinkan. Teknologi seperti ponsel pintar,

aplikasi pesan instan, dan platform media sosial membuat komunikasi menjadi lebih cepat, efisien, dan fleksibel baik untuk keperluan pribadi maupun profesional. Selain itu, teknologi komunikasi memudahkan pertukaran informasi, mempercepat kolaborasi, dan tetap terhubung dengan orang lain tanpa memandang jarak atau waktu. (Shierly et al., 2024).

Manfaat Teknologi Komunikasi terhadap Tokopedia : Tokopedia, sebagai salah satu pemain utama dalam dunia e-commerce di Indonesia, sangat bergantung pada teknologi komunikasi untuk memperkuat pertumbuhan dan operasionalnya. Teknologi ini berperan sebagai dasar penting untuk menjalin koneksi antara perusahaan, konsumen, dan mitra bisnis. Berikut adalah sejumlah manfaat atau keuntungan signifikan dari penerapan teknologi komunikasi di Tokopedia:

1. Meningkatkan Interaksi dengan Pelanggan  
Teknologi komunikasi memberikan kesempatan bagi Tokopedia untuk terhubung secara langsung dan seketika dengan pengguna. Melalui berbagai fitur seperti live chat, chatbot, email, dan platform media sosial, Tokopedia mampu memberikan respons terhadap pertanyaan atau keluhan pengguna dengan cepat. Tentunya, hal ini sangat berpengaruh pada peningkatan kepuasan pelanggan dan penguatan loyalitas pengguna terhadap platform.

2. Mendukung Strategi Promosi Digital  
Dalam arena e-commerce yang sangat ketat, kecepatan dan akurasi dalam menyampaikan informasi promosi adalah hal yang sangat penting. Teknologi komunikasi mendukung Tokopedia dalam mengirimkan pemberitahuan, melakukan email marketing, serta menjalankan kampanye di media sosial secara otomatis dan tersegmentasi. Dengan cara ini, informasi mengenai penawaran khusus, produk terbaru, atau acara tertentu dapat diterima oleh pengguna sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka.

3. Memperkuat Kolaborasi Internal  
Sebagai perusahaan berbasis teknologi, Tokopedia memiliki tim yang tersebar di berbagai divisi dan lokasi. Teknologi komunikasi seperti aplikasi percakapan internal, konferensi video, dan platform kolaboratif sangat bermanfaat untuk mempercepat proses pengambilan keputusan dan koordinasi antar tim. Hal ini membawa dampak langsung pada efisiensi kerja dan meningkatkan inovasi.

4. Memudahkan Komunikasi antara Penjual dan Pembeli  
Salah satu fitur istimewa Tokopedia adalah kemampuan untuk berkomunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Dengan dukungan dari teknologi komunikasi ini, proses jual beli menjadi lebih pribadi dan transparan. Pembeli dapat menanyakan ketersediaan barang, rincian produk, hingga melakukan negosiasi harga secara langsung, yang akhirnya memperkuat kepercayaan dalam melakukan transaksi.

5. Peningkatan Layanan Pelanggan  
Penggunaan teknologi yang didorong oleh kecerdasan buatan (AI) dan platform manajemen tiket memungkinkan Tokopedia untuk menangani jutaan klien secara efisien. Masalah yang muncul dapat diklasifikasikan dan diselesaikan dengan cepat, baik melalui chatbot maupun oleh tim

layanan pelanggan. Ini mempercepat penyelesaian masalah sambil mengurangi beban kerja tim layanan.

6. Memberikan Data dan Masukan Teknologi komunikasi juga membantu Tokopedia dalam mengumpulkan informasi dan umpan balik dari pelanggan lewat sistem penilaian, ulasan, serta survei daring. Informasi ini sangat krusial sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan pengembangan fitur-fitur baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Secara keseluruhan, teknologi komunikasi telah menjadi salah satu fondasi utama dalam operasional Tokopedia. Dari membangun koneksi dengan pelanggan, mempermudah proses transaksi, hingga meningkatkan efisiensi internal, semuanya bergantung pada sistem komunikasi yang efektif dan terintegrasi.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi oleh PT Tokopedia memiliki peran yang sangat krusial dalam meningkatkan kepuasan dan kesetiaan

pelanggan. Tokopedia berhasil menggabungkan berbagai teknologi komunikasi modern seperti chatbot berbasis AI, obrolan langsung, notifikasi langsung, sampai Customer Data Platform (CDP) yang memanfaatkan big data untuk menciptakan pengalaman pengguna yang cepat, pribadi, dan aman.

Teknologi komunikasi memungkinkan Tokopedia untuk memberikan jawaban yang cepat terhadap kebutuhan pelanggan, mengirimkan informasi promosi dengan tepat, meningkatkan kolaborasi internal, serta mempermudah komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Selain itu, teknologi ini juga membantu dalam pengumpulan data dan umpan balik pelanggan yang berharga untuk pengembangan layanan di masa mendatang.

Dampak positif dari penerapan teknologi ini terlihat pada meningkatnya kepuasan pelanggan yang merasa kebutuhan dan harapannya terpenuhi, serta kesetiaan pelanggan yang tercermin dalam perilaku berbelanja kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. Dengan demikian, teknologi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai strategi utama dalam membangun keunggulan kompetitif Tokopedia di sektor e-commerce yang terus berkembang.

## REFERENSI

1. Afrida, R., Yacob, S., & Sari, N. (2020). Membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan citra merek (studi pada pelanggan Oppo Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(1), 7–16. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i1.16829>
2. Lasalimu, S., Milang, I., & Djalambang, Z. J. P. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Toko Irma Jaya Kecamatan Taliabu Utara: The Effect Of Customer Satisfaction On Loyalitas At The Irma Jaya Store Taliabu Utara District. *Jurnal Ilmiah Produktif*, 10(1), 16.
3. Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, & Paulus Juru. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen UNIPA*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42>
4. Shierly, G., Nugroho, A., & Rismayanti, S. A. (2024). Manfaat Perkembangan Teknologi Komunikasi untuk Kualitas Komunikasi Antar Individu. 1166–1177.
5. Sucahya, M. (2013). Teknologi Komunikasi Dan Media. *Teknologi Komunikasi Dan Media*, 2(1), 6–21.
6. Widiastuti, N., & Elshap, D. S. (2015). Pola Asuh Orang Tua Sebagai Upaya Menumbuhkan Sikap Tanggung Jawab Pada Anak Dalam Menggunakan Teknologi Komunikasi. *P2M STKIP Siliwangi*, 2(2), 148. <https://doi.org/10.22460/p2m.v2i2p148-159.174>
7. Wiranti, R., Eka Saputra, R., Faturahman Firdaus, A., Firdaus, E., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Efektivitas Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Bisnis Berbasis E-Commerce Tokopedia. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 8(1), 1–8.
8. Yasuda, R., & Augustine, G. J. (2008). Optogenetic probes. *Brain Cell Biology*, 36(1–4), 1–2. <https://doi.org/10.1007/s11068-008-9037-4>