

Pelatihan Packaging untuk Meningkatkan Keamanan Produk Wallpaper di CV. Sunter Wallpaper, Tangerang Selatan

Rina Ayu Vildayanti^{1*}, Justin Bongsoikrama², Aris Wahyu Kuncoro³, Andreas Wijaya⁴, Tri Mulyani Kartini⁵, Dodi Ria Atmaja⁶, Ahmad⁷, Dendi Zainuddin Hamidi⁸

^{1,2,3}Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260

⁴Universitas Bunda Mulia Jakarta, Jl. Lodan Raya No.2, RT.12/RW.2, Ancol, Kec. Pademangan, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14430

⁵Universitas Pelita Bangsa Bekasi, Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530

⁶Universitas Esa Unggul Jakarta, Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11510

⁷Universitas La Tansa Mashiro Rangkasbitung, by pass Pasirjati, Jl. Soekarno-Hatta, Cijoro Lb., Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Banten 42317

⁸Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi, Jl. Pramuka II No.10, Cikondang, Kec. Citamiang, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43142

E-mail: aris.wahyukuncoro@budiluhur.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1795>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 04 July 2025

Revised: 10 July 2025

Accepted: 18 July 2025

Kata Kunci

Pelatihan, Pengemasan
Produk, Kepuasan Pelanggan,
Distribusi, E-commerce

Keywords

Training, Product Packaging,
Customer Satisfaction,
Distribution, E-commerce.



ABSTRACT

Pelatihan pengemasan produk merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan dalam rantai distribusi e-commerce. Kegiatan ini dilaksanakan di CV. Sunter Wallpaper, Tangerang Selatan, guna meningkatkan keterampilan karyawan dalam mengemas produk wallpaper secara aman dan efisien. Metode pelatihan meliputi observasi awal terhadap permasalahan pengemasan, presentasi materi, serta praktik langsung oleh peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman teknis pengemasan, pengurangan tingkat kerusakan produk saat pengiriman, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan. Pelatihan ini juga berdampak pada perubahan sikap kerja yang lebih profesional, efisiensi biaya operasional, dan penguatan citra perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan pengemasan tidak hanya berdampak teknis, tetapi juga berperan penting dalam mendukung keberlangsungan dan daya saing bisnis di era digital.

Product packaging training is a strategic effort to enhance service quality within the e-commerce distribution chain. This activity was conducted at CV. Sunter Wallpaper, South Tangerang, to improve employees' skills in safely and efficiently packaging wallpaper products. The training methods included initial observation of packaging issues, material presentation, and hands-on practice. The results indicate a significant improvement in technical packaging knowledge, a reduction in product damage during shipping, and increased awareness of customer satisfaction. The training also led to a more professional work attitude, operational cost efficiency, and improved corporate image. These findings emphasize that packaging training not only has technical benefits but also plays a crucial role in supporting business sustainability and competitiveness in the digital era.



access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Rina Ayu Vildayanti, et al (2025). Pelatihan Packaging untuk Meningkatkan Keamanan Produk Wallpaper di CV. Sunter Wallpaper, Tangerang Selatan 4(1),1697-1702 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1795>

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, tren dekorasi interior mengalami perkembangan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kenyamanan dan estetika ruang hunian. Salah satu elemen yang turut berperan besar dalam membentuk karakter ruang adalah penggunaan wallpaper dinding. Tidak hanya berfungsi sebagai pelapis dinding, wallpaper juga menjadi media ekspresi estetika yang mampu mengubah suasana sebuah ruangan secara instan. Menurut Putri, Wulandari, dan Santoso (2021), wallpaper memiliki keunggulan dalam hal motif, warna, dan tekstur yang menjadikannya lebih fleksibel dibandingkan cat tembok biasa. Fenomena ini turut dirasakan oleh pelaku usaha di bidang interior, termasuk CV. Sunter Wallpaper yang telah aktif sejak tahun 2018. Perusahaan ini tidak hanya menawarkan ragam wallpaper dengan desain menarik, tetapi juga menyediakan layanan konsultasi dan pemasangan. Namun, seiring dengan meningkatnya aktivitas penjualan online, tantangan baru mulai muncul—terutama dalam hal pengemasan produk untuk kebutuhan distribusi.

Dalam dunia e-commerce, pengemasan produk sering kali dianggap sebagai proses teknis semata. Padahal, menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018), kualitas kemasan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap profesionalisme suatu merek. Kemasan yang rusak atau tidak layak bukan hanya menyebabkan kerugian finansial akibat retur produk, tetapi juga dapat mengurangi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap brand. Di tengah gempuran persaingan pasar digital, CV. Sunter Wallpaper menyadari bahwa kualitas pengemasan menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Komplain akibat produk rusak saat diterima, penurunan rating toko di platform e-commerce, hingga meningkatnya barang retur menjadi indikator perlunya peningkatan keterampilan dalam proses pengemasan.

Pelatihan pengemasan menjadi solusi strategis yang tidak hanya menasar aspek teknis, tetapi juga bertujuan membangun kesadaran kerja dan tanggung jawab terhadap kualitas layanan. Alma (2016) menekankan bahwa peningkatan kualitas pelayanan tidak selalu membutuhkan inovasi besar, namun bisa dimulai dari perbaikan kecil namun konsisten, seperti penanganan kemasan produk. Lebih jauh lagi, Kotler dan Keller (2016) dalam konsep bauran pemasaran menempatkan “produk” sebagai elemen pertama yang mencerminkan nilai perusahaan. Produk yang baik harus dikemas dan disampaikan dengan cara yang juga mencerminkan kualitas, keamanan, dan kepercayaan. Hal ini sangat relevan bagi CV. Sunter Wallpaper yang mengandalkan reputasi baik untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Pengemasan yang tepat bukan hanya menjaga fisik produk, tetapi juga menyampaikan pesan bahwa perusahaan peduli terhadap pengalaman konsumen. Dalam konteks ini, pelatihan pengemasan bukan sekadar ajang transfer pengetahuan, tetapi juga proses internalisasi nilai perusahaan kepada seluruh anggota tim, terutama bagi karyawan di lini penjualan online yang menjadi ujung tombak distribusi. Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai standar pengemasan yang aman dan efisien. Minimnya pelatihan formal dan keterbatasan referensi praktik terbaik menjadi faktor penghambat. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang dengan pendekatan praktis dan komunikatif agar mudah dipahami dan diterapkan oleh seluruh peserta. Dalam proses pelatihan, pendekatan observasional dan partisipatif menjadi pilihan utama. Hal ini sesuai dengan pandangan Sutisna (2003) yang menyatakan bahwa pengalaman langsung dalam proses pelatihan akan memberikan dampak pembelajaran yang lebih kuat dan bertahan lama dibandingkan penyampaian teori semata.

Dengan latar belakang tersebut, pelatihan pengemasan produk ini tidak hanya ditujukan untuk memperbaiki prosedur distribusi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi perusahaan untuk membangun sistem kerja yang lebih profesional, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Harapannya, pelatihan ini dapat menjadi model pengembangan SDM yang berkelanjutan dalam mendukung daya saing usaha kecil menengah di era digital yang terus berkembang.

METODE

Pelaksanaan pelatihan pengemasan produk di CV. Sunter Wallpaper dirancang dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, agar materi yang disampaikan dapat langsung diterima dan dipraktikkan oleh peserta. Metode ini dipilih berdasarkan hasil observasi awal terhadap kebutuhan dan

tantangan yang dihadapi karyawan, khususnya tim penjualan online. Dalam observasi tersebut ditemukan bahwa masih terdapat kesalahan pengemasan yang menyebabkan kerusakan produk saat sampai di tangan konsumen.

Kegiatan dimulai dengan identifikasi masalah melalui pengamatan langsung dan wawancara informal dengan pemilik usaha dan beberapa karyawan. Hasil pengamatan ini digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan agar lebih relevan dan sesuai dengan kondisi riil di lapangan. Sejalan dengan pendapat David (2004), pendekatan berbasis masalah (problem-based approach) terbukti lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan peserta dalam proses pembelajaran.

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk sesi presentasi interaktif yang disampaikan menggunakan proyektor, disertai contoh visual dan demonstrasi langsung. Materi pelatihan mencakup pemilihan bahan kemasan, teknik pengemasan yang aman dan efisien, serta prosedur pengecekan produk sebelum pengiriman. Proses penyampaian materi dirancang komunikatif, dengan memberi ruang diskusi dan tanya jawab agar peserta dapat memahami konteks secara menyeluruh. Setelah sesi teori, peserta diajak untuk melakukan praktik langsung pengemasan produk wallpaper. Praktik ini meliputi pengukuran dimensi produk, pemilihan jenis kemasan yang tepat (seperti bubble wrap, plastik stretch, dan kardus), serta pelabelan dan perekatan yang sesuai standar. Menurut Handini, Suhartono, dan Wahjuni (2017), praktik langsung dalam pelatihan berperan penting dalam memperkuat pemahaman peserta dan mendorong penerapan yang berkelanjutan di tempat kerja.

Untuk meningkatkan efektivitas pelatihan, fasilitator juga menyertakan studi kasus ringan dan simulasi pengemasan berdasarkan permasalahan yang pernah dihadapi perusahaan. Hal ini bertujuan untuk membangun kesadaran peserta terhadap pentingnya ketelitian dan tanggung jawab dalam setiap proses kerja. Materi dan simulasi disesuaikan dengan karakteristik produk wallpaper yang memiliki bentuk gulungan dan rentan rusak jika salah penanganan. Evaluasi terhadap efektivitas pelatihan dilakukan secara kualitatif melalui observasi dan wawancara singkat kepada peserta setelah kegiatan berakhir. Pertanyaan diarahkan pada seberapa besar perubahan pemahaman, kemudahan praktik, serta relevansi materi dengan pekerjaan sehari-hari. Evaluasi ini juga bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pelatihan lanjutan serta potensi pengembangan modul pelatihan internal perusahaan.

Dari sisi teknis, pelatihan berlangsung selama satu hari penuh, dimulai pada pukul 09.00 hingga 16.00 WIB dengan jeda istirahat makan siang. Seluruh kegiatan berlangsung di area kerja CV. Sunter Wallpaper, sehingga peserta dapat langsung menerapkan materi dalam konteks kerja nyata. Kegiatan ini difasilitasi oleh tim pengabdian dari beberapa perguruan tinggi yang telah berkoordinasi sebelumnya dengan pihak manajemen perusahaan. Pendekatan metode yang digunakan dalam pelatihan ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan kompetensi yang aplikatif dan dapat direplikasi di sektor usaha kecil menengah lainnya. Dengan mengedepankan partisipasi aktif peserta, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga menanamkan nilai tanggung jawab, efisiensi, dan kualitas kerja yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pengemasan yang dilakukan di CV. Sunter Wallpaper berjalan dengan baik dan mendapat antusiasme tinggi dari peserta, khususnya karyawan bagian penjualan online. Kegiatan pelatihan ini menghasilkan beberapa pencapaian yang dapat dirinci sebagai berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Karyawan memperoleh pemahaman baru tentang pentingnya pengemasan yang tepat untuk menjaga kualitas produk. Materi yang diberikan mencakup penggunaan bubble wrap, plastik pelindung, teknik perekatan lakban yang benar, serta pelabelan yang akurat.

2. Penerapan Praktik Langsung

Peserta secara langsung mempraktikkan pengemasan wallpaper sesuai prosedur yang disampaikan. Mereka diajak mengukur dimensi produk, memilih bahan kemasan yang sesuai, dan mengemas ulang beberapa produk sebagai bagian dari sesi praktik.

3. Penurunan Risiko Kesalahan dan Produk Retur

Salah satu output penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya kesadaran akan proses pengecekan ulang sebelum pengiriman. Peserta diajarkan cara memeriksa kesesuaian produk dengan resi pengiriman guna meminimalisir kesalahan kirim dan meningkatkan efisiensi.

4. Perubahan Sikap dan Tanggung Jawab Kerja

Karyawan menunjukkan sikap lebih bertanggung jawab terhadap kualitas layanan pasca pelatihan. Mereka memahami bahwa proses pengemasan bukan hanya prosedur teknis, tetapi bagian dari membangun kepercayaan pelanggan dan citra perusahaan.

5. Evaluasi Pasca Pelatihan

Berdasarkan observasi dan wawancara singkat dengan peserta, sebagian besar menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat, terutama bagi karyawan baru yang sebelumnya belum memiliki pengalaman pengemasan. Beberapa karyawan juga mengusulkan agar kegiatan ini dilakukan secara berkala dan disertai dengan simulasi penanganan kasus kerusakan pengiriman.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Gambar ini memperlihatkan suasana pelatihan pengemasan yang berlangsung di CV. Sunter Wallpaper. Terlihat fasilitator sedang memberikan penjelasan materi kepada para peserta dengan bantuan media proyektor. Peserta tampak antusias mengikuti pelatihan, menunjukkan partisipasi aktif dalam diskusi dan penyampaian materi. Suasana ini mencerminkan pendekatan pembelajaran partisipatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 2. Proses Cetak Resi dan Pemilihan Produk

Gambar ini menampilkan aktivitas karyawan saat mencetak resi pengiriman dan memilih produk wallpaper yang akan dikemas. Proses ini menjadi bagian penting dalam tahapan pra-pengemasan, yang menuntut ketelitian dan kecermatan guna menghindari kesalahan kirim. Dokumentasi ini menunjukkan pentingnya integrasi antara sistem administrasi dan pengemasan dalam memastikan ketepatan distribusi.



Gambar 3. Kegiatan Proses Pengemasan Produk

Gambar ini menunjukkan praktik langsung pengemasan wallpaper oleh peserta pelatihan. Terlihat penggunaan bahan pelindung seperti bubble wrap dan plastik stretch untuk memastikan keamanan produk selama proses pengiriman. Kegiatan ini mencerminkan implementasi dari materi pelatihan dan menjadi langkah penting dalam menjaga kualitas produk serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Pelatihan ini menjadi bentuk intervensi penting dalam meningkatkan kualitas layanan CV. Sunter Wallpaper, khususnya pada aspek distribusi produk. Selama ini, pengemasan sering dianggap sebagai bagian teknis yang sederhana, padahal dalam industri e-commerce, kualitas kemasan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen [(Zeithaml et al., 2018)]. Dari sisi operasional, hasil pelatihan menunjukkan bahwa karyawan lebih memahami pentingnya menyesuaikan jenis kemasan dengan karakteristik produk. Wallpaper sebagai produk gulungan memerlukan perlakuan khusus karena rentan terhadap lipatan dan robekan jika dikemas sembarangan. Pelatihan ini berhasil memperkenalkan prinsip efisiensi kemasan tanpa mengorbankan keamanan produk, yaitu dengan menggunakan bahan kemasan secukupnya namun efektif.

Dari sudut pandang pemasaran, pengemasan yang baik mendukung citra merek dan pengalaman pelanggan. Dalam pasar digital yang sangat kompetitif, aspek seperti pengemasan yang rapi, aman, dan estetis juga menjadi nilai tambah yang membedakan satu toko dari yang lain [(Kotler & Keller, 2016)]. Lebih lanjut, keberhasilan pelatihan ini juga terlihat dari meningkatnya komunikasi antaranggota tim dan munculnya kesadaran kolektif bahwa kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh jenis wallpaper yang dijual, tetapi juga oleh bagaimana produk itu dikemas dan sampai di tangan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini bukan hanya memperbaiki aspek teknis, melainkan juga memperkuat budaya kerja yang lebih profesional dan berorientasi pada pelanggan.

Dampak Kegiatan

Kegiatan pelatihan pengemasan produk yang dilaksanakan di CV. Sunter Wallpaper memberikan dampak yang signifikan, baik bagi karyawan secara individu maupun bagi perusahaan secara keseluruhan. Dampak tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa aspek berikut:

1. Dampak Edukasi dan Keterampilan Teknis

Pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis karyawan, khususnya tim penjualan online, dalam mengemas produk wallpaper dengan benar. Mereka kini memahami pentingnya pemilihan bahan kemasan, teknik pengemasan yang aman, serta proses pelabelan dan pengecekan ulang sebelum pengiriman.

2. Dampak terhadap Kualitas Produk dan Pengiriman

Dengan teknik pengemasan yang tepat, potensi kerusakan produk saat pengiriman dapat diminimalisir. Hal ini berdampak langsung pada penurunan jumlah komplain dan retur dari pelanggan. Produk tiba di tangan konsumen dalam kondisi lebih rapi, utuh, dan profesional.

3. Dampak terhadap Citra Perusahaan

Perubahan positif dalam sistem pengemasan turut memperkuat citra CV. Sunter Wallpaper sebagai usaha yang profesional dan bertanggung jawab. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong loyalitas konsumen, yang sangat penting dalam persaingan bisnis digital saat ini.

4. Dampak Sosial dan Internal Organisasi

Pelatihan ini turut meningkatkan komunikasi dan kerja sama antarkaryawan. Melalui praktik langsung dan diskusi, tercipta suasana kerja yang lebih terbuka, partisipatif, dan fokus pada peningkatan kualitas layanan.

5. Dampak Keberlanjutan Bisnis

Dengan pengemasan yang lebih efisien dan tepat sasaran, perusahaan dapat menghemat biaya operasional dalam jangka panjang tanpa mengorbankan kualitas. Selain itu, peningkatan kualitas layanan juga berdampak pada pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

SIMPULAN

Pelatihan pengemasan produk yang dilaksanakan di CV. Sunter Wallpaper memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas layanan, khususnya dalam proses distribusi produk secara daring. Kegiatan ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, sehingga materi pelatihan dapat langsung dipahami dan diterapkan oleh karyawan, terutama tim penjualan online yang menjadi ujung tombak pengiriman. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan teknis pengemasan, mulai dari pemilihan bahan yang tepat, teknik perekatan, pelabelan, hingga pengecekan ulang produk sebelum dikirim. Selain itu, pelatihan ini juga berdampak positif pada sikap kerja karyawan yang menjadi lebih teliti, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Dari sisi operasional, penerapan pengemasan yang baik turut menurunkan tingkat retur dan keluhan pelanggan, serta mendorong efisiensi biaya pengiriman. Sementara dari sisi strategis, pelatihan ini memperkuat citra perusahaan sebagai pelaku usaha yang profesional dan peduli terhadap kualitas. Dengan pelatihan berkelanjutan dan evaluasi rutin, CV. Sunter Wallpaper diharapkan mampu mempertahankan keunggulannya di tengah persaingan pasar digital, serta menjadi contoh praktik baik dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia di sektor usaha kecil menengah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pendanaan dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Dukungan tersebut memungkinkan kegiatan pelatihan ini terlaksana secara optimal dan memberikan manfaat nyata bagi mitra.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan dan seluruh staf CV. Sunter Wallpaper, Tangerang Selatan, atas kepercayaan, kerja sama, dan antusiasme yang tinggi selama pelaksanaan kegiatan. Partisipasi aktif dari seluruh karyawan, khususnya tim penjualan online, sangat berperan dalam keberhasilan program pelatihan pengemasan ini.

Kami juga menghargai dukungan yang diberikan oleh Universitas Budi Luhur, Universitas Bunda Mulia, Universitas Esa Unggul, Universitas Pelita Bangsa, Universitas La Tansa Mashiro, dan Universitas Linggabuana PGRI yang turut serta dalam menyukseskan kegiatan ini, baik melalui kontribusi tenaga ahli, fasilitas, maupun supervisi akademik.

Akhir kata, penulis berharap kegiatan ini dapat menjadi langkah awal yang berkelanjutan dalam peningkatan kualitas pelayanan dan profesionalisme kerja di sektor usaha kecil menengah, serta dapat menjadi model pengabdian yang direplikasi di tempat lain dengan permasalahan serupa. Segala bentuk masukan dan saran dari berbagai pihak sangat kami hargai demi penyempurnaan program ke depan.

REFERENSI

- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Al-Mu'ani, L. (2024). The effect of logistics and policy service quality on customer trust, satisfaction, and loyalty in Q-commerce. *Uncertain Supply Chain Management*, 12, 1417–1432. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2024.4.009> Growing Science+1indianjournaloffinance.co.in+1
- Asri, M. (2003). *Pemasaran*. Erlangga.
- Chavadi, C. A., Kokatnur, S. S., & Sirothiya, M. (2024). Role of Q-commerce instant gratification on customer satisfaction: The moderating effect of green packaging. *Indian Journal of Marketing*, 54(8), 30–50. <https://doi.org/10.17010/ijom/2024/v54/i8/174185> indianjournaloffinance.co.in
- David, F. R. (2004). *Manajemen strategis: Konsep* (Edisi ketujuh). Prenhallindo.
- Deddy Juniadi. (2021). Peningkatan manajemen pemasaran melalui desain kemasan. *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka*.
- Emiliana, R., & Efawati, Y. (2025). Strengthening e-commerce customer satisfaction through delivery service transparency. *International Journal Administration, Business & Organization*, 6(1), 112–124. <https://doi.org/10.61242/ijabo.25.350> ResearchGate
- Handini, Y. D., Suhartono, S., & Wahjuni, S. (2017). Kegiatan pelabelan, pengemasan dan pemasaran kerupuk dan rengginang Panarukan Situbondo. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 68–81.
- Jannah, R. (2017). Pengaruh pelayanan, lokasi toko, dan harga produk yang kompetitif terhadap minat beli konsumen pada Mini Market El-Jhon 2 Pagar Dewa Kota Bengkulu (Skripsi, IAIN Bengkulu).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Putri, M. A., Wulandari, D., & Santoso, R. H. (2021). Pengaruh desain interior dan wallpaper terhadap kenyamanan ruang hunian. *Jurnal Riset Arsitektur & Interior*, 8(1), 45–53.
- Sindakis, S., Showkat, S., & Su, J. (2023). Unveiling the influence: Exploring the impact of interrelationships among e-commerce supply chain members on supply chain sustainability. *Sustainability*, 15(24), 16642. <https://doi.org/10.3390/su152416642> mdpi.com

- Sutisna. (2003). Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran. PT Remaja Rosdakarya.
- Tang, A. et al. (2023). An analysis of sustainable e-commerce logistics in supply chain management. *International Journal of Science and Research Archive*, 8(1), 965–972. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2023.8.1.0485>
- Tripathi, R., et al. (2024). Exploring e-commerce marketing logistics for customer satisfaction: The role of ecological packaging. *Journal of Information Systems Engineering*, 10(7S), 163–172. JISEM
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.