Vol. 2 No. 3 Edisi September 2026 E.ISSN. 3109-855X
Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

KOMUNIKASI KONFLIK ANTARA KURIR SHOPEE INSTAN DENGAN KONSUMEN (Studi Kasus Konflik Ketidaksesuaian titik lokasi pengiriman di Bandung Kulon, Kota Bandung)

CONFLICT COMMUNICATION BETWEEN SHOPEE INSTANT COURIERS AND CONSUMERS (A Case Study of Conflicts Regarding Mismatched Delivery Locations in Bandung Kulon, Bandung City)

Gilang Aliansah[1*], Evie Sophia[2]

[1*]International Women University, Email : gilangaliansyah123ask@gmail.com
[2]International Women University, Email : evisophia@iwu.ac.id

*email koresponden: gilangaliansyah123ask@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i3.3278

Abstrack

This study examines conflict communication between Shopee Instant couriers and consumers arising from discrepancies in delivery location coordinates in Bandung Kulon, Bandung City. Conflict occurs when the location point displayed on the application does not match the actual destination address, leading to misunderstandings and differing perceptions between the courier and the consumer. The study aims to understand the communication dynamics during the evolution of the conflict and the conflict management styles employed by couriers and consumers to resolve the issue. A qualitative approach was adopted, utilizing a constructivist paradigm and a case study method. Data were gathered through in-depth interviews with five informants: three Shopee Instant drivers and two consumers. The analysis utilized the Thomas-Kilmann conflict management model, which encompasses competing, collaborating, compromising, accommodating, and avoiding styles. The findings reveal that the conflict originated from information discrepancies, subsequently causing misunderstandings and perceptual differences, before ultimately being resolved through clarification, information exchange, and two-way communication. Among the five conflict management styles, collaboration emerged as the most dominant. Compromising and accommodating styles also contributed to conflict resolution, whereas competing and avoiding styles appeared only in specific situations and were not primary approaches. The study demonstrates that open, mutually understanding, and cooperative interpersonal communication plays a crucial role in resolving conflicts and ensuring the smooth execution of the delivery process.

Keywords: *Conflict Communication, Interpersonal Communication, Shopee Instant Courier, Consumer, Conflict Management.*

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Abstrak

Penelitian ini membahas komunikasi konflik antara kurir Shopee Instan dengan konsumen akibat ketidaksesuaian titik lokasi pengiriman di Bandung Kulon, Kota Bandung. Konflik terjadi ketika titik lokasi yang ditampilkan pada aplikasi tidak sesuai dengan alamat tujuan sebenarnya, sehingga menimbulkan kesalahpahaman dan perbedaan persepsi antara kurir dan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika komunikasi dalam perkembangan konflik serta gaya manajemen konflik yang digunakan kurir dan konsumen dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima informan, yang terdiri atas tiga driver Shopee Instan dan dua konsumen. Analisis penelitian menggunakan teori manajemen konflik Thomas dan Kilmann yang mencakup gaya kompotisi, kolaborasi, kompromi, akomodasi, dan menghindar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konflik berkembang dari ketidaksesuaian informasi, kemudian menimbulkan kesalahpahaman dan perbedaan persepsi, sebelum akhirnya diselesaikan melalui klarifikasi, pertukaran informasi, dan komunikasi dua arah. Dari lima gaya manajemen konflik, kolaborasi menjadi gaya yang paling dominan. Gaya kompromi dan akomodasi juga ditemukan sebagai pendukung penyelesaian konflik, sedangkan kompotisi dan menghindar muncul pada situasi tertentu dan tidak menjadi pendekatan utama. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang terbuka, saling memahami, dan kooperatif berperan penting dalam menyelesaikan konflik serta menjaga kelancaran proses pengirima.
Kata Kunci: Komunikasi Konflik, Komunikasi Interpersonal, Kurir Shopee Instan, Konsumen, Manajemen Konflik.

1. PENDAHULUAN

Penyebab Utama Konflik: Konflik komunikasi antara kurir Shopee Instan dan konsumen di Bandung Kulon dipicu oleh faktor teknis berupa ketidaksesuaian titik lokasi (pinpoint) di aplikasi dengan alamat asli di lapangan. Kondisi ini diperparah oleh karakteristik kawasan yang padat dan memiliki struktur jalan kompleks, kendala cuaca buruk, serta lambatnya respons konsumen saat dikonfirmasi.

Dinamika Interpersonal dan Emosional: Konflik tidak sekadar masalah teknis pengiriman, melainkan fenomena komunikasi interpersonal yang melibatkan emosi, perbedaan persepsi, dan pertimbangan kepentingan. Kurir sering kali merasa serba salah dan menahan emosi karena takut performa akunnya menurun (suspend), sementara konsumen merasa dirugikan karena barang tidak sampai tepat di tempat.

Dampak Konflik: Jika tidak dikelola dengan baik, konflik berulang menimbulkan stres kerja dan penurunan kinerja bagi kurir, kekecewaan serta hilangnya kepercayaan bagi konsumen, serta memburuknya citra platform e-commerce. Hal ini berpotensi membentuk pola komunikasi negatif (kurir menjadi defensif dan konsumen menjadi mudah emosional).

Celah Penelitian (Research Gap): Studi terdahulu umumnya berfokus pada kualitas layanan, kecepatan, dan kepuasan pelanggan secara kuantitatif. Belum banyak yang mengkaji secara mendalam tentang dinamika interaksi, pengelolaan emosi, dan strategi komunikasi konflik interpersonal antara kurir dan konsumen di lapangan.

Tujuan Penelitian: Menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk memahami secara mendalam proses terjadinya komunikasi konflik akibat ketidaksesuaian titik lokasi, cara kurir dan konsumen merespons serta mengelola konflik, hingga strategi negosiasi penyelesaian masalah dalam situasi tertekan.

2. METODE PENELITIAN

Paradigma Penelitian: Menggunakan paradigma konstruktivis, yang memandang konflik komunikasi antara kurir Shopee Instan dan konsumen bukan sekadar masalah teknis, melainkan hasil

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

konstruksi makna subjektif dari perbedaan persepsi, situasi lapangan, serta penafsiran tanggung jawab masing-masing pihak.

Metode & Pendekatan Penelitian:

Metode Kualitatif: Dipilih untuk memahami fenomena konflik komunikasi secara kontekstual, menyeluruh, dan mendalam.

Pendekatan Studi Kasus: Berfokus pada dinamika kasus kontemporer secara spesifik di lapangan (proses interaksi sebelum, saat, dan sesudah konflik terjadi).

Subjek & Objek Penelitian:

Subjek (Informan): Dipilih secara purposive (2–5 orang) yang terdiri dari kurir aktif Shopee Instan dan konsumen aktif di wilayah Bandung Kulon yang memiliki pengalaman langsung (lived experience) mengalami konflik titik lokasi.

Objek: Proses komunikasi konflik interpersonal, gaya komunikasi, serta strategi penyelesaian konflik mengacu pada Teori Manajemen Konflik Interpersonal (Kenneth W. Thomas & Ralph H. Kilmann).

Teknik Pengumpulan Data:

- Observasi Non-Partisipan: Pengamatan langsung terhadap interaksi, respons verbal/nonverbal di lapangan tanpa melibatkan diri.
- Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Menggunakan pedoman semi-terstruktur untuk menggali pengalaman dan gaya manajemen konflik subjek.
- Dokumentasi: Data pendukung berupa bukti chat, tangkapan layar komunikasi, atau catatan percakapan.

Teknik Analisis Data: Menggunakan Model Interaktif Miles dan Huberman melalui 4 tahapan:

- Pengumpulan Data (sampai mencapai titik jenuh/data saturation).
- Reduksi Data (memilih, menyederhanakan, dan mengategorikan data ke 5 gaya Thomas-Kilmann: kompetisi, kolaborasi, kompromi, akomodasi, dan menghindar).
- Penyajian Data (uraian naratif deskriptif dan kutipan langsung).
- Penarikan Kesimpulan & Verifikasi (identifikasi pola dan pengecekan keabsahan data).

Lokasi & Waktu Penelitian: Berlokasi di wilayah Bandung Kulon, Kota Bandung, dengan rentang waktu pelaksanaan dari Januari hingga Juli 2026 (mulai dari penyusunan rancangan hingga sidang akhir).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum & Metode Penelitian

Tujuan & Fokus: Menganalisis komunikasi konflik interpersonal antara kurir Shopee Instan dan konsumen akibat ketidaksesuaian titik lokasi (pinpoint) pengiriman di wilayah Kecamatan Bandung Kulon, Kota Bandung.

Pendekatan & Teori: Pendekatan kualitatif studi kasus dengan analisis teori manajemen konflik Thomas & Kilmann (kompetisi, kolaborasi, kompromi, menghindar, dan akomodasi).

Informan: 5 orang informan yang dipilih secara purposive sampling (3 kurir Shopee Instan: Regi Suyudi, Untung Noviyanto, Dede Supriadi; 2 konsumen: Herawati, Zahra Salsabila).

Dinamika Perkembangan Konflik

Tahap Munculnya Kesalahpahaman:

- Penyebab: Perbedaan informasi antara titik lokasi digital di aplikasi (yang diikutsertakan kurir) dengan alamat fisik sebenarnya (yang diyakini konsumen sudah benar).
- Respons Awal: Kurir bingung karena telah sampai di titik aplikasi tetapi rumah belum ditemukan. Konsumen mengira kurir kurang teliti, salah jalan, atau tidak mengantar dengan benar.

Tahap Berkembangnya Konflik:

- Penyebab: Masing-masing pihak sama-sama mempertahankan informasi yang dimilikinya (kurir merasa sudah sesuai pinpoint, konsumen merasa alamat tertulis sudah jelas).

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

- Eskalasi Emosi: Muncul rasa kesal, bingung, dan kekecewaan dari konsumen akibat keterlambatan, sementara kurir merasa tertekan karena dituduh salah lokasi. Konflik berkembang akibat perbedaan persepsi dan minimnya klarifikasi di awal interaksi.

4. Profil Singkat Informan & Karakteristik Interaksi

- Regi Suyudi (Kurir): Sering menghadapi pinpoint meleset; mengandalkan telepon langsung dan permintaan patokan alamat untuk mempercepat penyelesaian.
- Untung Noviyanto (Kurir): Mengutamakan mendengarkan penjelasan konsumen terlebih dahulu sebelum menerangkan kondisi aplikasi agar situasi tetap tenang.
- Dede Supriadi (Kurir): Berfokus pada komunikasi yang jelas dengan meminta patokan bangunan sekitar untuk mempermudah pencarian lokasi.
- Herawati (Konsumen): Awalnya mengira kurir tidak teliti, namun setelah paham masalah teknis aplikasi, ia kooperatif memberikan petunjuk arah.
- Zahra Salsabila (Konsumen): Mengedepankan komunikasi terbuka dan kerja sama dengan membagikan patokan lokasi ketimbang saling menyalahkan.

Tahap Klarifikasi Melalui Komunikasi

Media & Cara Klarifikasi: Dilakukan melalui panggilan telepon atau fitur chat aplikasi Shopee. Kurir dan konsumen saling bertukar informasi setelah timbul kesalahpahaman.

Penggunaan Bukti & Informasi Tambahan: Kurir (Regi dan Untung) mengirimkan bukti tangkapan layar (screenshot) posisi pinpoint aplikasi agar konsumen paham. Sebaliknya, konsumen (Herawati dan Zahra) memberikan petunjuk arah serta patokan fisik (seperti gang, warung, atau masjid).

Peran Komunikasi Terbuka: Pendekatan sopan dan tenang (seperti Dede yang meminta izin mengonfirmasi alamat) terbukti meredakan emosi, menghilangkan tuduhan kelalaian, dan mempercepat pencarian lokasi.

Tahap Penyelesaian Topik

Terciptanya Saling Pengertian: Konflik selesai setelah kedua pihak menyadari bahwa masalah dipicu oleh kesalahan sistem/aplikasi, bukan kelalaian individu.

Hasil Akhir: Konsumen memahami kondisi kurir dan bersedia meminta maaf atas emosi awal, sementara paket berhasil diterima dengan baik tanpa memicu perselisihan berkepanjangan.

Gaya Manajemen Konflik Berdasarkan Thomas & Kilmann

Gaya Kompetisi (Competing) — Tidak Dominan:

- Karakteristik: Bertahan pada pendapat sendiri dan menganggap diri paling benar.
- Penerapan di Lapangan: Hanya muncul sebagai indikasi di tahap awal saat informasi masih berbeda (kurir merasa sudah sesuai pinpoint, konsumen merasa alamat tertulis sudah benar).
- Perubahan Sikap: Kurir memilih tidak melayani perdebatan agar paket tidak terhambat, sedangkan konsumen segera mencairkan sikap setelah menerima bukti screenshot aplikasi.

Gaya Kolaborasi (Collaborating) — Paling Dominan:

- Karakteristik: Kerja sama dua arah, komunikasi terbuka, dan saling mencari solusi tanpa merugikan salah satu pihak.
- Penerapan di Lapangan: Menjadi metode utama seluruh informan. Kurir proaktif menghubungi konsumen untuk meminta kepastian, sedangkan konsumen kooperatif membagikan live location atau patokan rumah.
- Dampak: Masalah terselesaikan dengan cepat, proses pengiriman berjalan lancar, dan hubungan interpersonal antara kurir serta konsumen tetap terjaga dengan baik

Pembahasan

Dinamika Komunikasi dalam Perkembangan Konflik

- Munculnya Kesalahpahaman: Konflik dipicu oleh ketidaksesuaian informasi antara titik lokasi (pinpoint) di aplikasi (acuan kurir) dengan alamat fisik sebenarnya (acuan konsumen). Konflik berawal dari perbedaan penafsiran data lokasi, bukan niat untuk saling menyalahkan.

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

- Berkembangnya Konflik: Masing-masing pihak sempat mempertahankan argumentasinya, memicu pertanyaan dan kekesalan konsumen akibat keterlambatan. Tahap ini menunjukkan kecenderungan gaya kompetisi (competing) sementara di awal interaksi.
- Klarifikasi melalui Komunikasi Interpersonal: Kurir dan konsumen melakukan komunikasi dua arah (telepon/chat) untuk membagikan bukti screenshot aplikasi, lokasi sebenarnya, dan petunjuk patokan rumah. Komunikasi ini berfungsi mempertemukan sudut pandang yang berbeda.
- Penyelesaian Konflik: Konflik berakhir dengan terbentuknya pemahaman baru (mutual understanding). Konsumen menyadari keterlambatan disebabkan kendala sistem aplikasi, sedangkan kurir memahami keinginan konsumen agar barang tiba tepat waktu.

Analisis 5 Gaya Manajemen Konflik (Thomas & Kilmann)

- Gaya Kolaborasi (Collaborating) — Dominan Utama:
- Paling banyak digunakan karena kurir dan konsumen sama-sama memiliki keasertifan dan tingkat kerja sama tinggi. Keduanya berorientasi pada solusi bersama agar paket berhasil diantar tanpa memperdebatkan "siapa yang salah".
- Gaya Kompetisi (Competing) — Respon Sementara:
- Hanya muncul pada tahap awal sebagai refleks mempertahankan argumen masing-masing, namun segera ditinggalkan agar pengiriman tidak semakin terhambat.
- Gaya Menghindar (Avoiding) — Taktik Meredam Emosi:
- Tidak digunakan untuk melarikan diri dari masalah, melainkan sebagai strategi kurir menahan diri/tidak melayani perdebatan saat emosi konsumen tinggi sebelum memulai klarifikasi.
- Gaya Kompromi (Compromising) & Akomodasi (Accommodating) — Gaya Pendukung:
- Berfungsi sebagai sikap penyeimbang ketika kurir bersedia mengubah rute/cara pencarian dan konsumen bersedia memaklumi kendala aplikasi demi menjaga hubungan interpersonal.

Faktor Pendorong Dominasi Kolaborasi

Kolaborasi menjadi strategi paling efektif dan dominan karena kurir dan konsumen pada dasarnya memiliki tujuan akhir yang sama: kurir ingin tugas pengiriman selesai, dan konsumen ingin barangnya sampai dengan selamat di lokasi yang benar. Keberhasilan penyelesaian konflik tidak bergantung pada kecanggihan aplikasi semata, melainkan pada kejelasan, responsivitas, dan kerja sama komunikasi interpersonal di lapangan

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai Komunikasi Konflik antara Kurir Shopee Instan dengan Konsumen (Studi Kasus Konflik Ketidaksesuaian Titik Lokasi Pengiriman di Bandung Kulon, Kota Bandung), yang dilakukan melalui wawancara terhadap 5 informan, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Dinamika komunikasi konflik antara kurir Shopee Instan dan konsumen berlangsung secara bertahap, yang diawali dengan munculnya ketidaksesuaian antara titik lokasi yang ditampilkan pada aplikasi dengan alamat tujuan yang sebenarnya. Kondisi ini menyebabkan kurir mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi pengiriman, sedangkan konsumen pada awalnya beranggapan bahwa alamat yang diberikan telah sesuai. Perbedaan informasi ini kemudian menimbulkan perbedaan persepsi antara kurir dan konsumen mengenai penyebab kendala dalam proses pengiriman.

Pada tahap awal, komunikasi antara kedua pihak cenderung dipengaruhi oleh kesalahpahaman dan perbedaan persepsi. Kurir berpedoman pada titik lokasi yang ditampilkan oleh aplikasi, sedangkan konsumen berpedoman pada alamat dan lokasi rumah yang mereka yakini benar. Kondisi ini dapat menimbulkan rasa

Bingung, kesal, maupun keluhan dari konsumen, sementara kurir merasa telah menjalankan proses pengiriman berdasarkan informasi yang tersedia pada aplikasi.

Konflik ini tidak berkembang menjadi perselisihan yang berkepanjangan karena kedua pihak kemudian melakukan klarifikasi melalui komunikasi interpersonal. Kurir menghubungi konsumen melalui telepon maupun fitur pesan untuk memastikan kembali lokasi pengiriman, sedangkan

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

konsumen memberikan informasi tambahan seperti patokan rumah, nama jalan, bangunan di sekitar lokasi, maupun petunjuk arah. Pertukaran informasi ini membantu kedua pihak Memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai kondisi yang sebenarnya.

Komunikasi ini berkembang menjadi proses pemahaman dan pencarian solusi bersama. Setelah mengetahui bahwa permasalahan berasal dari ketidaksesuaian titik lokasi pada aplikasi, konsumen dapat memahami kesulitan yang dialami kurir. Di sisi lain, kurir juga dapat memperoleh informasi yang lebih akurat dari konsumen mengenai lokasi tujuan. Dengan adanya pemahaman ini, kedua pihak dapat menyelesaikan permasalahan tanpa memperpanjang konflik dan proses pengiriman dapat tetap dilanjutkan hingga pesanan diterima.

Maka dinamika komunikasi konflik dalam penelitian ini dapat disimpulkan melalui beberapa tahapan, yaitu munculnya ketidaksesuaian informasi, terjadinya kesalahpahaman dan perbedaan persepsi, klarifikasi melalui komunikasi interpersonal, pertukaran informasi, hingga tercapainya pemahaman dan penyelesaian bersama. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam mengubah situasi konflik menjadi proses penyelesaian masalah antara kurir dan konsumen.

Dari hasil penelitian yang dianalisis menggunakan teori manajemen konflik Thomas dan Kilmann, ditemukan bahwa kelima gaya manajemen konflik, yaitu kompotisi, kolaborasi, kompromi, akomodasi, dan menghindar muncul dalam pengalaman komunikasi antara kurir dan konsumen, tetapi dengan tingkat penggunaan dan fungsi yang berbeda.

Gaya Kolaborasi menjadi gaya manajemen konflik yang paling dominan digunakan. Hal ini terlihat dari adanya komunikasi dua arah antara kurir dan konsumen dalam mencari penyelesaian. Kurir berinisiatif menghubungi konsumen ketika mengalami kesulitan menemukan lokasi, sedangkan konsumen memberikan informasi tambahan berupa patokan rumah, petunjuk arah, maupun informasi lokasi lainnya. Kedua pihak tidak hanya mempertahankan pendapat masing-masing, tetapi berusaha menggabungkan informasi yang mereka miliki untuk mencapai tujuan bersama, yaitu memastikan pesanan sampai kepada konsumen dengan baik.

Selain dari gaya kolaborasi, gaya kompromi juga ditemukan dalam proses penyelesaian konflik. Gaya ini terlihat ketika kurir dan konsumen sama-sama bersedia menyesuaikan tindakan masing-masing. Kurir bersedia mengikuti petunjuk tambahan dari konsumen meskipun harus menyesuaikan cara atau rute pencarian lokasi, sementara konsumen bersedia memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai alamat tujuan. Dengan demikian, kedua pihak melakukan penyesuaian agar konflik dapatsegera diselessaikan.

Gaya akomodasi juga ditemukan sebagai sikap pendukung dalam proses penyelesaian konflik. Hal ini terlihat dari kesediaan kurir menerima arahan dan informasi dari konsumen serta kesediaan konsumen memahami kendala yang dihadapi kurir akibat ketidaksesuaian titik lokasi. Sikap saling memahami ini membantu menjaga hubungan komunikasi tetap baik dan mencegah konflik berkembang menjadi perselisihan yang lebih besar.

Gaya Kompotisi ini lebih banyak muncul pada tahap awal konflik ketika kurir dan konsumen masih mempertahankan informasi yang mereka anggap benar. Kurir berpedoman pada titik lokasi aplikasi, sedangkan konsumen merasa bahwa alamat yang diberikan sudah sesuai. Akan tetapi, gaya ini tidak menjadi cara utama dalam menyelesaikan konflik karena kedua pihak kemudian beralih pada komunikasi dan pencarian solusi.

Adapun gaya menghindar terlihat dalam bentuk kecenderungan untuk menghindari perdebatan atau respons emosional yang dapat memperburuk situasi. Kurir cenderung tetap tenang ketika menerima keluhan dan memilih memberikan penjelasan secara sopan, sedangkan konsumen memilih mendengarkan penjelasan kurir setelah mengetahui penyebab kendala. Dengan demikian, menghindari dalam penelitian ini bukan berarti meninggalkan masalah, melainkan menghindari perselisihan agar proses penyelesaian tetap dapat berlangsung.

Dari keseluruhan, gaya Kolaborasi merupakan gaya yang paling dominan dalam penyelesaian konflik, sedangkan Kompromi dan akomodasi berperan sebagai gaya pendukung. Sementara kompetisi dan menghindarlebih banyak muncul pada situasi atau tahap tertentu dan tidak menjadi pendekatan

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

utama dalam penyelesaian konflik. Dominasi gaya kolaborasi menunjukkan bahwa penyelesaian konflik antara kurir dan konsumen lebih banyak dilakukan melalui komunikasi terbuka, pertukaran informasi, saling memahami, dan kerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Disimpulkan bahwa keberhasilan penyelesaian konflik tidak hanya bergantung pada sistem titik lokasi pada aplikasi, tetapi juga pada kemampuan kurir dan konsumen dalam melakukan komunikasi interpersonal yang terbuka dan kooperatif. Ketika kedua pihak bersedia mendengarkan, memberikan informasi, memahami kondisi masing-masing, dan mencari solusi bersama, konflik akibat ketidaksesuaian titik lokasi dapat diselesaikan tanpa mengganggu kelancaran proses pengiriman maupun hubungan komunikasi antara kurir dan konsumen**.**

5. DAFTAR PUSTAKA

Creswell, J. W. (2016). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods approach. California, USA: SAGE Publications Inc.
Miles, M. B. (1984). Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods.
Amerika Serikat: SAGE Publications, Inc.
Stake, R. E. (1995). The Art of Case Study Research. California, AS: SAGE Publications.
Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods.
California: SAGE Publications.
Anwar, M. (2015). Komunikasi dalam layanan publik.
Arini, F. G. (2025). Strategi Komunikasi Customer Service dalam Menangani Keluhan Pelanggan. Jurnal Manajemen Komunikasi dan Edukasi, BSI.
Karuningasih, D. A. (2021). Meditasi Layanan Gofood dan Grabfood. Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol. 23 No. 2.
Lambaga, N. C. (2025). Perspektif Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Kurir E-Commerce. Urnal Musytari: Manajemen dan Bisnis.
Lestari, S. (2022). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan e-commerce.
Narwanto, R. D. (2024). Komunikasi Interpersonal antara Kurir dengan Pelanggan (Studi Kasus COD Shopee Express). Jurnal Solidaritas.
Putra, A., & Hidayat, R. (2023). Analisis konflik komunikasi dalam layanan berbasis aplikasi.
Rahmawati, D. (2024). Dinamika komunikasi dalam layanan pengiriman instan.
Rismayanti, &. S. (2024). Analisis Kualitas Layanan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa J&T Express Bandung Kulon, Kota Bandung. . Jurnal Syntax Idea, Vol. 5 No. 4.
Suhaeri, A. (2018). Sistem layanan digital dan dampaknya terhadap komunikasi. Suherman, A., et al. (2025). Komunikasi efektif dalam pelayanan jasa.
Susanto, C. &. (2020). Komunikasi antara Jasa Kurir Sepeda dengan Pelanggan.
Jurnal Koneksi (Universitas Tarumanagara).
Zakiah. (2023). Komunikasi interpersonal dalam layanan digital.
Nabillah, D. (2022). Efektivitas Komunikasi Sosial Kurir dengan Customer di PT JNE. Skripsi: UIN Raden Fatah Palembang
SUMBER DATA FENOMENA (MEDIA SOSIAL)
Postingan Facebook akun @Isman Nugraha di komunitas ShopeeFood Bandung Postingan Facebook akun @Guntur Soekarno Putra di komunitas ShopeeFood Bandung
Thread Twitter/X akun @fin_finaas