

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi dengan layanan ritel, terutama melalui penggunaan aplikasi belanja daring. Masyarakat kini beralih dari metode belanja konvensional ke platform digital. Data dari Mandiri Institute menunjukkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp487 triliun pada tahun 2024, meningkat 7,3% dibandingkan tahun sebelumnya (Khaira Ummah Junaedi Putri) tumbuhan ini mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu aplikasi yang muncul dalam industri *e-commerce* Indonesia adalah Klik Indomaret. Sebagai bagian dari jaringan ritel Indomaret, aplikasi ini menawarkan kemudahan berbelanja kebutuhan harian secara online. Namun, di tengah persaingan yang ketat dengan platform *e-commerce* lainnya seperti Shopee dan Tokopedia, penting bagi Klik Indomaret untuk memahami dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan menjadi indikator kunci dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar digital. Menurut penelitian oleh (Pokhrel, 2024). Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas dan keputusan pembelian di platform *e-commerce*.

Ekonomi digitalisasi di Indonesia terus menerus mencatatkan perkembangan yang impresif, menciptakan tekanan sekaligus bagi ritel fisik.

Laporan *e-Conomy SEA 2024* menyebutkan ekonomi digital Indonesia mencapai US\$ 90 miliar (sekitar Rp 1.400 triliun), sektor e-commerce menyumbang sekitar US\$ 65 miliar. Data dari SIRCLO 2025 menunjukkan kategori FMCG (*Fast Moving Consumer Good*) mengalami pertumbuhan transaksi online tertinggi sebesar 90,45%, ini menjadikan aplikasi seperti Klik Indomaret pilihan bagi pelanggan dalam bertransaksi.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pengguna dan meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka. Jika kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan, pelanggan cenderung merasa puas dan tetap menggunakan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Klik Indomaret harus terus mengevaluasi kualitas layanannya berdasarkan persepsi penggunaannya.

Aplikasi Klik Indomaret memunculkan pertanyaan penting antara lain: Sejauh mana pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi Klik Indomaret? Apakah fitur-fitur yang ditawarkan mampu memenuhi ekspektasi pengguna? Untuk menjawab pertanyaan ini, diperlukan evaluasi yang sistematis dan terukur terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)*, yang memungkinkan pengukuran kepuasan pelanggan secara kuantitatif dan komprehensif. Menurut (Haryanto et al., 2023). Metode *Customer Satisfaction Index* CSI memberikan kerangka kerja yang jelas untuk mengukur dan menganalisis kepuasan pelanggan berdasarkan berbagai faktor

yang mempengaruhi pengalaman pengguna. Selain itu *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dan atribut jasa tersebut Candrianto (2021).

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Febriansyah, (2024), menerapkan metode CSI untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen pada aplikasi Klik Indomaret dan menemukan bahwa sebagian besar pengguna merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan. Menurut (Lubis & Andayani, 2018) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana pelanggan senang dengan hasil dari situasi atau tindakan tertentu. Berdasarkan permasalahan yang muncul, penelitian ini terbatas pada satu platform dan tidak membandingkan dengan aplikasi yang lain. Oleh karena itu, masih terdapat kekurangan dalam penelitian mengenai Klik Indomaret dalam hal evaluasi kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan CSI.

Indomaret memiliki lebih dari 22.000 gerai fisik di seluruh Indonesia, meskipun memiliki keunggulan dalam gerai fisik tersebut aplikasi Klik Indomaret sering kali mendapati kritik spesifik dari penggunanya. Masalah ini menjadi hambatan yang langsung memengaruhi pengalaman belanja harian yang seharusnya cepat dan praktis. Beberapa keluhan pada saat penggunaan platform yakni masalah stok real time, stok barang yang berada di took sering kali habis dan belum di update. Kendala sistem yang kadang loadingnya lambat, menyebabkan transaksi tidak berjalan lancar. Masalah komplain yang sering lambat ditangani oleh CS, sehingga pengguna enggan melakukan transaksi lebih dari dua kali. Lokasi yang terkadang eror, karena kurang

sinkronisasi terhadap maps pengguna. Promosi yang terkadang sudah kadaluarsa dan kode promo yang tidak dapat digunakan oleh pengguna. Masalah tersebut berakar pada kompleksitas integrasi, memiliki lebih dari 22.000 gerai dengan ribuan transaksi setiap jam agar sinkron dengan pesanan online menjadi tantangan teknis yang sangat besar, Indomaret harus berbenah dengan cara memperbaiki aplikasi Klik Indomaret untuk melakukan transformasi dari sisi teknologi dan operasional.

Penelitian mengenai kepuasan pengguna aplikasi e-commerce telah banyak dilakukan, namun evaluasi khusus pada aplikasi Klik Indomaret masih terbatas. Padahal, peningkatan jumlah pengguna aplikasi ritel berbasis digital menuntut perusahaan untuk memahami sejauh mana performa aplikasinya mampu memenuhi harapan pelanggan. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran objektif mengenai tingkat kepuasan pengguna, serta mengidentifikasi atribut layanan mana saja yang perlu ditingkatkan serta diterapkan pada aplikasi Klik Indomaret.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian yang terstandarisasi dan komprehensif menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI) secara mendalam. Penerapan evaluasi ini diharapkan dapat menunjang keterbukaan kepuasan pelanggan pada aplikasi Klik Indomaret dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mengukur tingkat kepuasan secara kuantitatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan kondisi layanan aplikasi Klik Indomaret, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hasil evaluasi kepuasan pelanggan dengan pendekatan nilai keseluruhan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada aplikasi Klik Indomaret berdasarkan atribut-atribut kualitas layanan?

1.3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi bagi manajemen pemegang aplikasi Klik Indomaret mengenai tingkat kepentingan pada atribut penelitian.
- b. Memberikan informasi bagi manajemen pemegang aplikasi Klik Indomaret mengenai tingkat kepuasan pada setiap atribut penelitian.
- c. Memberikan dasar pertimbangan perbaikan layanan berdasarkan antara importance dan satisfaction.
- d. Memberikan masukan untuk pengembangan fitur, peningkatan aplikasi, dan peningkatan pelayanan pelanggan berdasarkan nilai *customer satisfaction index* (CSI).

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Evaluasi Kepuasan Pelanggan Aplikasi Klik Indomaret Menggunakan Pendekatan *Customer Satisfaction Index* (CSI), berikut tujuan berdasarkan rumusan masalah.

1. Mengetahui tingkat kepentingan (importance) pelanggan terhadap atribut-atribut kualitas layanan aplikasi Klik Indomaret.

2. Mengetahui tingkat kepuasan (satisfaction) pelanggan terhadap kinerja layanan aplikasi Klik Indomaret berdasarkan persepsi pengguna.
3. Menghitung nilai Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap aplikasi Klik Indomaret.

