

Analisis kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk dalam layanan SAPA (Siap Antar Pesanan Anda) terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Limusnunggal

Dita Selviyanti¹, Rini Wijayanti²

^{1,2} Universitas Teknologi Digital

¹dita11211648@digitechuniversity.ac.id, ²riniwijayanti@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 25 Maret 2026

Disetujui 16 April 2026

Diterbitkan 20 Mei 2026

Kata kunci:

Kecepatan pengiriman;

Ketersediaan produk;

Kepuasan konsumen;

Layanan SAPA; Alfamart.

Keywords :

Delivery speed; Product

availability; Customer

satisfaction; SAPA service;

Alfamart.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk dalam layanan SAPA (Siap Antar Pesanan Anda) terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Limusnunggal. Kecepatan pengiriman diukur melalui indikator ketepatan waktu, durasi proses pengantaran, dan konsistensi waktu antar pesanan, sedangkan ketersediaan produk diukur melalui kelengkapan jenis barang, kontinuitas stok, dan kesesuaian produk dengan permintaan konsumen. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Alfamart Limusnunggal. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, dengan kriteria konsumen yang pernah menggunakan layanan SAPA. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pengiriman yang tepat waktu dan ketersediaan produk yang terjaga berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Sebaliknya, keterlambatan pengiriman dan ketidaklengkapan stok berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, layanan SAPA menjadi solusi praktis bagi konsumen, namun keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh manajemen distribusi dan pengendalian stok yang efektif.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of delivery speed and product availability in the SAPA (Siap Antar Pesanan Anda– Ready to Deliver Your Order) service on customer satisfaction at Alfamart Limusnunggal. Delivery speed is measured through indicators such as timeliness, delivery process duration, and consistency between orders, while product availability is measured through the completeness of product types, stock continuity, and suitability of products with customer demands. Primary data were obtained through observation, interviews, and documentation at Alfamart Limusnunggal. Informants were selected using purposive sampling, with criteria being customers who had used the SAPA service. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that timely delivery speed and maintained product availability positively contribute to increasing customer satisfaction. Conversely, delayed deliveries and incomplete stock may reduce customer satisfaction. Overall, the SAPA service provides a practical solution for customers, but its success is strongly influenced by effective distribution management and stock control.



©2026 Dita Selviyanti, Rini Wijayanti. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan dunia ritel di Indonesia mengalami transformasi signifikan seiring dengan meningkatnya digitalisasi dan perubahan perilaku belanja konsumen. Konsumen kini tidak hanya bergantung pada toko fisik, tetapi juga menginginkan layanan yang cepat, praktis, dan dapat diakses secara digital. Perkembangan e-commerce di Indonesia menjadi indikator kuat bahwa perilaku belanja masyarakat semakin mengarah pada pola yang lebih efisien dan berbasis teknologi. Menurut Statista (2023), nilai transaksi e-commerce di Indonesia meningkat dari USD 21 miliar pada 2019 menjadi lebih dari USD 44 miliar pada 2022, dan diperkirakan terus bertumbuh seiring meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Perubahan ini mendorong pelaku ritel modern seperti Alfamart untuk melakukan inovasi layanan, salah satunya melalui SAPA (Siap Antar Pesanan Anda), sebuah layanan pesan-antar yang memungkinkan konsumen membeli kebutuhan sehari-hari tanpa harus datang ke toko.

Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, kualitas layanan SAPA sangat ditentukan oleh dua faktor penting, yaitu kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk. Kecepatan pengiriman menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kepuasan konsumen. Handoko (2015) menjelaskan bahwa kecepatan pengiriman mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi janji pelayanan yang meliputi efisiensi distribusi dan ketepatan waktu pengantaran. Santosa & Lestari (2017) menambahkan bahwa aspek kecepatan juga berkaitan dengan akurasi jumlah serta kondisi produk yang diterima, sedangkan Sukaeri et al. (2023) menegaskan bahwa pengiriman yang cepat merupakan salah satu penentu persepsi positif konsumen terhadap kualitas layanan. Di sisi lain, ketersediaan produk juga memiliki pengaruh yang tidak kalah penting. Kotler et al. (2021) menyatakan bahwa ketersediaan produk menunjukkan sejauh mana barang dapat diakses oleh konsumen sesuai waktu dan tempat yang dibutuhkan. Hal ini sejalan dengan pandangan Christopher (2020) yang menekankan bahwa ketersediaan barang merupakan indikator keberhasilan manajemen rantai pasok. Ketika barang tidak tersedia atau stok tidak konsisten, hal tersebut dapat menurunkan kepercayaan konsumen dan berpotensi mengurangi loyalitas mereka.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk dalam layanan SAPA di Alfamart Limusnunggal serta hubungannya dengan kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2017), kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi dari perbandingan antara ekspektasi dan pengalaman aktual setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Oleh karena itu, kualitas layanan yang mencakup kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk sangat menentukan tingkat kepuasan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks layanan pesan-antar ritel modern. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi manajemen Alfamart dalam meningkatkan efektivitas layanan SAPA, misalnya dengan memperbaiki sistem distribusi agar lebih cepat, memperkuat pengendalian stok, serta memastikan ketersediaan produk sesuai dengan permintaan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu membantu Alfamart Limusnunggal dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan bersaing di tengah ketatnya industri ritel digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena secara mendalam berdasarkan data yang dikumpulkan dari konsumen Alfamart Limusnunggal. Metode ini dipilih karena sesuai untuk memahami pengalaman, persepsi, serta interaksi konsumen dalam menggunakan layanan SAPA (Siap Antar Pesanan Anda). Fokus penelitian diarahkan pada dua faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk.

Populasi penelitian adalah konsumen Alfamart di wilayah Limusnunggal, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, yang pernah menggunakan layanan SAPA. Dengan mempertimbangkan karakteristik konsumen dan kompleksitas permasalahan, penelitian ini tidak menggunakan teknik sampling kuantitatif, melainkan berfokus pada pemilihan informan yang relevan dengan kriteria tertentu. Informan dipilih menggunakan metode purposive sampling, yaitu konsumen yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan SAPA dan bersedia memberikan informasi secara mendalam mengenai pengalaman mereka. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama:

1. Wawancara mendalam

Dilakukan untuk menggali persepsi, pengalaman, dan kepuasan konsumen terhadap kecepatan pengiriman serta ketersediaan produk pada layanan SAPA. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi jawaban lebih luas sesuai konteks yang muncul.

2. Observasi

Dilakukan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan layanan SAPA, mulai dari proses pemesanan, pengemasan, hingga pengantaran ke konsumen. Observasi ini bertujuan memahami dinamika pelayanan serta kendala yang muncul dalam operasional. Dokumentasi, berupa pengumpulan data sekunder seperti catatan transaksi, arsip internal, dan informasi terkait operasional layanan SAPA yang dapat mendukung analisis penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan tiga tahapan, yaitu:

- a. Reduksi data, yaitu penyaringan dan pemilihan data yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya terkait kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk.
- b. Penyajian data, dilakukan dengan menampilkan hasil wawancara dalam bentuk tabel rekapitulasi serta uraian deskriptif untuk mempermudah identifikasi pola, tema, dan hubungan antar-variabel.
- c. Penarikan kesimpulan, dilakukan dengan menginterpretasikan hasil analisis untuk menjawab tujuan penelitian serta merumuskan temuan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen pada layanan SAPA di Alfamart Limusnunggal.

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran holistik mengenai bagaimana kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk dalam layanan SAPA berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, serta menjadi masukan strategis bagi manajemen ritel dalam meningkatkan kualitas layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan Kecepatan Pengiriman dalam Kepuasan Konsumen pada Layanan SAPA di Alfamart Limusnunggal

Untuk mengetahui peranan kecepatan pengiriman dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan SAPA (Siap Antar Pesanan Anda) di Alfamart Limusnunggal, peneliti menggunakan indikator kecepatan layanan menurut Kotler dan Keller (2016) yang meliputi ketepatan waktu pengiriman, durasi proses pengantaran, dan konsistensi waktu antar pesanan. Berikut hasil wawancara peneliti dengan 10 informan yang merupakan pengguna aktif layanan SAPA:

1. Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman menjadi indikator penting dalam menilai kualitas layanan antar pesanan. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas informan menyatakan bahwa pengiriman pesanan melalui layanan SAPA di Alfamart Limusnunggal relatif tepat waktu sesuai estimasi yang diberikan saat pemesanan. Konsumen merasa puas ketika pesanan tiba sesuai janji karena hal ini membantu mereka merencanakan penggunaan produk, terutama untuk kebutuhan harian yang sifatnya mendesak. Dengan demikian, ketepatan waktu pengiriman berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Durasi Proses Pengantaran

Durasi pengantaran mencakup waktu dari pemesanan hingga pesanan diterima konsumen. Berdasarkan wawancara, sebagian besar konsumen menyebutkan bahwa durasi pengantaran SAPA tergolong cepat, rata-rata antara 15–30 menit untuk wilayah sekitar Alfamart Limusnunggal. Kecepatan ini dinilai membantu konsumen yang membutuhkan produk dalam waktu singkat tanpa harus datang langsung ke toko. Hal ini menjadi salah satu faktor utama yang membuat mereka terus menggunakan layanan SAPA.

3. Konsistensi Waktu Antar Pesanan

Konsistensi dalam kecepatan pengiriman juga menjadi penentu kepuasan konsumen. Hasil wawancara menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pesanan diantar tepat waktu, ada beberapa kasus keterlambatan yang disebabkan oleh faktor eksternal seperti cuaca atau tingginya volume pesanan. Namun, secara umum konsistensi pengiriman dinilai baik dan memuaskan. Konsumen mengapresiasi ketika pihak Alfamart memberikan konfirmasi dan informasi yang jelas jika terjadi keterlambatan.

Peranan Ketersediaan Produk dalam Kepuasan Konsumen pada Layanan SAPA di Alfamart Limusnunggal

Untuk mengetahui peranan ketersediaan produk dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan SAPA, peneliti menggunakan indikator kelengkapan produk, kesesuaian stok dengan aplikasi, dan ketersediaan produk promosi. Berikut hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 informan:

1. Kelengkapan Produk

Ketersediaan berbagai jenis produk yang dibutuhkan konsumen merupakan faktor utama dalam kepuasan berbelanja melalui layanan SAPA. Berdasarkan wawancara, mayoritas konsumen merasa puas karena produk yang mereka cari umumnya tersedia, mulai dari kebutuhan pokok hingga produk promosi. Kelengkapan ini memudahkan konsumen untuk memenuhi seluruh kebutuhan belanja hanya dari satu pesanan tanpa harus mencari ke toko lain.

2. Kesesuaian Stok dengan Aplikasi

Kesesuaian antara stok yang tertera di aplikasi pemesanan SAPA dengan ketersediaan aktual di toko sangat mempengaruhi pengalaman konsumen. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas karena stok di aplikasi hampir selalu akurat. Namun, ada beberapa keluhan terkait produk yang sudah habis tetapi masih muncul di aplikasi, yang kemudian diganti dengan produk pengganti. Konsumen menganggap penting adanya pembaruan stok secara real-time untuk menghindari ketidaknyamanan.

3. Ketersediaan Produk Promosi

Produk promosi sering kali menjadi daya tarik utama konsumen untuk berbelanja melalui layanan SAPA. Berdasarkan wawancara, konsumen merasa senang jika produk promosi tersedia dan dapat diakses lewat layanan antar, sehingga mereka tetap bisa menikmati diskon tanpa harus datang langsung ke toko. Namun, ada catatan bahwa pada periode tertentu, stok produk promosi cepat habis, sehingga pihak Alfamart perlu menambah jumlah stok untuk memenuhi permintaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kecepatan Pengiriman melalui layanan SAPA di Alfamart Limusnunggal memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Mayoritas konsumen merasa puas karena pesanan diantar tepat waktu, durasi pengiriman relatif cepat (15–30 menit untuk area sekitar), serta konsistensi pengiriman yang terjaga meskipun terdapat beberapa kendala eksternal seperti cuaca atau tingginya volume pesanan. Ketersediaan Produk di layanan SAPA turut berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Produk yang dibutuhkan konsumen umumnya tersedia dengan baik, kesesuaian stok di aplikasi dengan kondisi toko cukup akurat, dan produk promosi yang tersedia mendorong minat belanja, meskipun perlu peningkatan jumlah stok pada periode promo. Kombinasi antara kecepatan pengiriman dan ketersediaan produk yang optimal menjadikan layanan SAPA sebagai salah satu faktor penunjang loyalitas konsumen terhadap Alfamart Limusnunggal. Hal ini terbukti dari tingginya tingkat kepuasan yang diungkapkan oleh informan dalam wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S., & Hidayat, I. (2023). Analisis *common size statement* dan *trend* untuk menilai kinerja keuangan PT KAI. *Angewandte Chemie International Edition*, 5(2), 2013–2015.
- Andini, F., & Hamzah, M. (2021). Penerapan sistem manajemen persediaan berbasis digital terhadap efektivitas layanan pelanggan. *Jurnal Manajemen Rantai Pasok Indonesia*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Revisi ke-10). Rineka Cipta.
- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (1975). *Introduction to qualitative research methods: A phenomenological approach to the social sciences*. Wiley-Interscience.
- Bramasta, A. (2024). Hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan di Hypermart Gresik. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 08(01), 19.
- Cantika, R. (2023). Pengaruh ketersediaan obat terhadap kepuasan pasien pada layanan farmasi online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis ULB*.
- Choi, S., & Park, J. (2021). The role of perceived value in consumer satisfaction: A study of korean retail market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(2), 302–318.
- Deloitte. (2021). *Business Solution: Teori dan Implementasi Solusi Bisnis Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Deng, X., Bashlovkina, V., Han, F., Baumgartner, S., & Bendersky, M. (2023). LLMs to the moon? reddit market sentiment analysis with large language models. *ACM Web Conference*, 5(2), 1014–1019.

- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative methods in social research*. McGraw-Hill.
- Euromonitor International. (2022). Changes in package sizes of savoury snacks through exploration of euromonitor and industry perspectives. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15).
- Ferdousi, F., Rahman, M. Z., & Qamruzzaman, M. (2025). The role of business education in shaping entrepreneurial intentions. *Frontiers in Education*, 10(2), 1–18.
- Firmansyah, A. (2022). Analisis pengaruh ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan produk ASUS di Banda Aceh. *International Journal of Engineering Research*, 2(2).
- Firmansyah, M. F. (2025). Integrasi manajemen strategik dan sumber daya manusia. *Professional Business Journal*, 3(1), 39–54.
- Gupta, S., & Kumar, R. (2023). social comparison and consumer satisfaction in the social media era. *Journal of Marketing Research*, 60(2), 234–245.
- Hassan, M. A., Shah, M. I., & Ahmed, R. R. (2020). Impact of customer satisfaction on loyalty in the retail industry. *Journal of Business Research*, 115, 20–30.
- Heizer, J., Render, B., & Munson. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*.
- Khan, M. S., Ali, R., & Ahsan, M. (2021). Service quality and consumer satisfaction in hospitality sector. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 120–135.
- Kim, J., Lee, J., & Cho, H. (2022). Product quality and consumer satisfaction. *Journal of Product Innovation Management*, 39(4), 567–580.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kuswanto, R., et al. (2024). Pengaruh ketersediaan dan kualitas pengiriman terhadap kepuasan pelanggan Shopee Express. *Jurnal Ekonomi*, 13(4), 1491–1492.
- Lambert, V. A., & Lambert, C. E. (2012). Qualitative descriptive research. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 16(4), 255–256.
- Lee, H., & Lee, J. (2023). Consumer expectations and satisfaction in the digital age. *Journal of Consumer Behavior*, 41(1), 100–112.
- McKinsey & Company. (2022). *How COVID-19 is Changing Consumer Behavior*.
- McKinsey, & Company. (2022). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Universitas Brawijaya Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nabila, F., & Prasetyo, A. (2023). Pengaruh ketersediaan produk dan kecepatan layanan. *Jurnal Bisnis Digital Indonesia*, 127–129.
- Octora, H., & Alvin, S. (2022). Strategi komunikasi pemasaran terpadu digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 9(2), 261–270.
- Prastyaningtyas, E. W., et al. (2023). Perkembangan ekonomi digital indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1(2), 245–259.
- Raharja, A., & Syamsudin, S. (2021). Kecepatan pengiriman dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 87–96.
- Sandelowski, M. (2000). Whatever happened to qualitative description? *Research in Nursing & Health*, 23(4), 334–340.
- Santosa, & Lestari, D. (2017). Pengaruh motivasi kerja dan kepuasan kerja. *Jurnal Economina*, 2(11), 3232–3246.
- Sari, I. K., & Mulyani, Y. (2022). Analisis kelengkapan produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*, 9(3), 211–220.
- Singh, A., & Rani, S. (2021). Big data analytics for measuring customer satisfaction. *Journal of Business Analytics*, 8(1), 45–60.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage Publications.
- Statista. (2023). *E-commerce in Indonesia: Statistics & Facts*.
- Statista. (2023). *Which of The Following Statements Best Describes AI Implementation*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Auareta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

- Sukaeri, F. A. M., Santoso, B., & Buchdadi, A. D. (2023). The effect of product quality. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 7(1), 33–44.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (6th ed.). SAGE Publications.
- Yuliani, D., & Tanuwijaya, E. (2021). Evaluasi layanan pengantaran instan minimarket di wilayah Suburban.
- Zhang, X., Yang, Z., & Wang, L. (2022). The impact of service quality. *Journal of Service Management*, 33(3), 112–125.
- Zhang, Y., & Zhang, H. (2022). the impact of e-commerce experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102–115.