



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 8139-8147

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pelayanan Pengaduan Melalui Media Aplikasi Klik Indogrosir (Studi Kasus: pada Member Merah di Indogrosir)

Hadistya Rhamdan^{1✉}, Lilis Cucu Sumartini², Haris Wisnu Nugroho³, Fujiyati⁴

Akademi Telekomunikasi Bogor

Email: galangjof1@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pelayanan pengaduan melalui aplikasi Klik Indogrosir untuk Member Merah di Indogrosir. Ditemukan beberapa kendala seperti waktu pelayanan yang terbatas, saluran komunikasi yang hanya melalui WhatsApp, kurangnya responsivitas, dan fitur chatbot yang belum optimal. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian dari 20 responden member merah menunjukkan persentase 92% menunjukkan kepuasan terhadap performa dari agen customer service dan juga waktu penyelesaian kasus diselesaikan dibawah 1 hari. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional Indogrosir.

Kata Kunci: *Chatbot, Klik Indogrosir, Member Merah, Pelayanan Pengaduan, Responsivitas*

Abstract

This study analyzes the complaint service through the Klik Indogrosir application for Red Members at Indogrosir. Several issues were identified, such as limited service hours, communication channels only through WhatsApp, lack of responsiveness, and suboptimal chatbot features. The research method used is a qualitative case study approach with data collected from interviews, observations, and documentation. The research results from 20 red member respondents showed a 92% satisfaction rate with the performance of customer service agents and case resolution time completed in less than 1 day. This study is expected to improve customer satisfaction and operational efficiency of Indogrosir.

Keywords: *Chatbot, Complaint Service, Klik Indogrosir, Red Members, Responsiveness*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, lanskap global telah menyaksikan sebuah transformasi fundamental yang didorong oleh kemajuan teknologi. Perkembangan ini secara radikal telah mengubah paradigma komunikasi tradisional, menghancurkan batasan-batasan geografis, dan secara bersamaan menciptakan beragam peluang baru, terutama dalam sektor bisnis yang kini beroperasi di lingkungan yang semakin terhubung. Inti dari perubahan ini adalah teknologi internet, yang memungkinkan terjalannya komunikasi tanpa batas waktu dan ruang, memperluas jangkauan jaringan pemasaran hingga ke pelosok dunia, dan mempermudah transaksi online yang kini dapat diakses oleh siapa saja.

Manfaat yang dibawa oleh revolusi digital ini sangatlah besar bagi perusahaan. Mereka kini dapat menjangkau target pasar yang jauh lebih luas dengan biaya operasional yang cenderung lebih rendah dibandingkan metode konvensional. Di sisi lain, konsumen juga merasakan kemudahan yang belum pernah ada sebelumnya. Mereka dapat mengakses produk dan layanan dari mana saja, kapan saja, hanya dengan sentuhan jari, mengubah cara mereka berinteraksi dengan dunia perdagangan.

Perkembangan teknologi komunikasi tidak hanya berhenti pada ranah pemasaran dan transaksi; dampaknya juga meresap jauh ke dalam bisnis ritel. Sektor ini kini secara aktif mengadopsi berbagai inovasi mutakhir sebagai respons terhadap tuntutan konsumen modern yang menginginkan layanan yang tidak hanya cepat, tetapi juga praktis dan efisien. Salah satu inovasi utama yang menjadi tulang punggung perubahan ini adalah proliferasi aplikasi pembelian online.

Penggunaan aplikasi semacam ini telah meroket secara eksponensial, terutama selama periode pandemi Covid-19 yang membatasi mobilitas fisik. Pandemi tersebut menjadi katalisator kuat yang mendorong perubahan perilaku belanja masyarakat secara masif dan mempercepat pergeseran ke arah digital. E-commerce kemudian muncul sebagai solusi krusial bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan cara yang aman, nyaman, dan efisien, tanpa harus berinteraksi langsung. Meskipun era digital dan teknologi canggih menawarkan segudang kemudahan dan efisiensi, realitasnya juga membawa serta tantangan baru yang tidak bisa diabaikan. Isu-isu seperti privasi data pribadi, keamanan transaksi online, dan validitas informasi yang beredar di dunia maya menjadi perhatian utama yang memerlukan kewaspadaan. Oleh karena itu, di tengah arus informasi yang tak terbendung, literasi media yang baik dan pemahaman mendalam

tentang komunikasi digital menjadi sangat penting bagi setiap individu, khususnya dalam dunia bisnis.

Dalam konteks bisnis, pemanfaatan strategi pemasaran digital menjadi kunci mutlak untuk bertahan dan berkembang. Media sosial, *email marketing*, dan berbagai bentuk kampanye online kini tidak lagi menjadi pilihan, melainkan sebuah keharusan dalam upaya membangun identitas merek yang kuat, menarik perhatian calon pelanggan potensial, dan pada akhirnya, meningkatkan volume penjualan. Keberhasilan di pasar modern sangat bergantung pada kemampuan bisnis untuk menavigasi kompleksitas ranah digital. Indogrosir, sebagai salah satu pemain kunci dalam bisnis ritel modern di Indonesia, telah menunjukkan adaptabilitas yang signifikan dengan berani menghadapi perubahan lanskap digital ini. Respons strategis mereka diwujudkan melalui peluncuran aplikasi inovatif bernama Klik Indogrosir. Platform digital ini didesain secara spesifik untuk memberikan kemudahan akses bagi seluruh pelanggannya, baik itu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maupun konsumen umum, dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari secara online.

Melalui *platform e-commerce* ini, Indogrosir secara konsisten berupaya untuk memberikan fleksibilitas tanpa batas kepada pelanggannya. Ini bukan hanya tentang menjual produk, melainkan tentang memberdayakan pelanggan dengan akses yang mudah dan nyaman, memungkinkan mereka untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Langkah ini menunjukkan komitmen Indogrosir untuk tetap relevan di tengah perubahan gaya hidup konsumen.

Namun, meskipun Indogrosir telah mengambil langkah maju dengan mengimplementasikan inovasi digital, kenyataannya masih terdapat sejumlah kendala yang perlu diatasi, khususnya dalam layanan pengaduan yang terintegrasi di aplikasi Klik Indogrosir. Beberapa masalah yang sering kali muncul dan menjadi sorotan pelanggan meliputi ketersediaan layanan pengaduan yang belum optimal, seperti tidak tersedianya dukungan 24 jam penuh, yang bisa menjadi krusial dalam situasi darurat atau di luar jam kerja. Selain itu, keterbatasan saluran komunikasi yang hanya melalui WhatsApp seringkali menjadi hambatan tersendiri, mengingat preferensi komunikasi pelanggan yang beragam dan kebutuhan akan *multi-channel support*. Responsivitas yang terkadang kurang terhadap keluhan juga menjadi poin penting yang memerlukan perhatian, karena kecepatan penanganan masalah adalah kunci kepuasan. Lebih lanjut, fitur *chatbot* yang ada juga dinilai belum optimal dalam memberikan solusi yang komprehensif atau memahami konteks keluhan secara mendalam.

Hambatan-hambatan yang telah diidentifikasi tersebut secara jelas menandakan adanya kebutuhan mendesak akan solusi yang komprehensif untuk meningkatkan efektivitas layanan pengaduan dan, pada gilirannya, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Penanganan keluhan yang baik dan responsif bukan hanya sekadar tugas operasional, melainkan sebuah strategi penting dalam membangun komunikasi yang efektif dan memberikan pelayanan berkualitas tinggi yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, melihat urgensi dan relevansi permasalahan ini dalam konteks bisnis ritel modern, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini akan mengambil judul "ANALISIS PELAYANAN PENGADUAN MELALUI MEDIA APLIKASI KLIK INDOGROSIR (Studi kasus: Pada Member Merah di Indogrosir)". Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi secara mendalam akar permasalahan, mengidentifikasi faktor-faktor penyebab kendala, dan pada akhirnya, merumuskan solusi-solusi inovatif dan praktis yang dapat mengatasi tantangan yang dihadapi oleh Klik Indogrosir dalam layanannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis pelayanan pengaduan melalui media aplikasi Klik Indogrosir dengan fokus pada member merah. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan persepsi pengguna, serta memberikan pemahaman yang kaya mengenai konteks dan dinamika yang memengaruhi kualitas layanan pengaduan. Dengan desain penelitian studi kasus, peneliti dapat melakukan investigasi intensif terhadap fenomena spesifik dalam konteks nyata. Studi kasus pada member merah di aplikasi Klik Indogrosir diharapkan memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas dan kualitas layanan pengaduan yang disediakan.

Analisis Pelayanan Pengaduan

Pelayanan Pengaduan dalam konteks penelitian ini merujuk pada semua aktivitas yang dilakukan oleh Indogrosir melalui aplikasi Klik Indogrosir untuk menangani, memproses, dan menyelesaikan keluhan atau masalah yang diajukan oleh pengguna, khususnya member merah. Pelayanan pengaduan mencakup responsivitas, waktu penyelesaian, kepuasan pengguna terhadap penanganan keluhan, dan efektivitas solusi yang diberikan. Terdapat 3 faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Kecepatan Penanganan Keluhan
2. Komunikasi Yang Efektif
3. Tingkat Harapan dan Ekspektasi Member Merah

Populasi dan Sampel

Menurut Komaruddin (dalam Mardalis, 2010:53), populasi mencakup seluruh individu yang menjadi dasar pengambilan sampel, yaitu pelanggan Klik Indogrosir yang pernah melakukan pengaduan melalui aplikasi Klik Indogrosir dan staf customer service di Kantor Pusat Indogrosir. Penelitian ini menggunakan teknik total sampling, di mana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019:85). Sampel yang diambil meliputi supervisor customer service sebagai informan dan seluruh pelanggan yang pernah mengajukan pengaduan melalui aplikasi tersebut. Pendekatan ini diharapkan memberikan gambaran komprehensif mengenai pengalaman pelanggan dan efektivitas layanan pengaduan yang disediakan.

Tabel 1. Populasi & Sampel

NO	RESPONDEN	POPULASI	SAMPEL	PERSENTASE
1.	Pelanggan Member Merah	20 Orang	20 Orang	100%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi menunjukkan bahwa pelayanan customer service Klik Indogrosir telah berjalan dengan baik, khususnya dalam menangani keluhan melalui WhatsApp.

Tabel 2. Rekap Kategori Keluhan Chat Klik Indogrosir

Total Chat	85
Resolved Chat	85
Assigned Chat	-
Unassigned Chat	-
Campaign Chat	-
Rekap Tag Kategori Chat	
Nama Tag	Total %
Klik Igr Aplikasi	36 42%
Klik Igr Pengiriman	18 21%
Klik Igr Pesanan	12 14%
Klik Igr Refund	19 22%
Total	85 100%

Dengan tingkat penyelesaian 100% dan waktu penanganan keluhan kurang dari satu hari, layanan ini dinilai efektif dan responsif. Komunikasi dua arah yang terjadi membantu memastikan pelanggan menerima solusi yang cepat dan tepat, mencerminkan pelayanan berkualitas tinggi yang mengutamakan kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Rekap Rata – Rata Performa Waktu Mingguan Dalam Menangani Keluhan Chat Masing – Masing Agen

Nama Agent	10 – 16 Juni 2024		
	first_response_time	response_time	resolution_time
Deri	00.31.31	00.15.35	08.32.53
Lukas	00.07.55	00.14.19	07.38.36

Keberhasilan ini didukung oleh kemampuan agen customer service yang dibekali dengan informasi dan keterampilan komunikasi yang baik. Hal ini memungkinkan mereka menangani berbagai keluhan, termasuk yang disampaikan oleh pelanggan dalam keadaan emosional. Dengan memberikan solusi yang singkat, jelas, dan relevan, agen mampu membantu pelanggan menyampaikan keluhan mereka secara detail dan efektif, sehingga mempercepat penyelesaian masalah.

Lalu berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan mulai dari komunikasi dari agen customer service terhadap pelanggan yang berjalan dengan baik, kepuasan pelanggan terpenuhi dengan sangat puas dimana sebesar 92 % menunjukkan agen customer service sudah bisa melakukan komunikasi sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh pelanggan Klikindogrosir. Berikut adalah detail hasil data dari survei kepada member merah yang sudah dikumpulkan dengan 20 responden :

Tabel 4. Total Hasil Data Kuesioner Member Merah

Responden	Jawaban		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
20 Orang	368	32	92 %	8 %

Kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Klik Indogrosir terlihat sangat jelas dari hasil kuesioner yang telah disebarkan. Angka yang mencolok menunjukkan bahwa 92% dari 20 responden member merah menyatakan kepuasan mereka terhadap pelayanan yang telah diterima. Persentase yang tinggi ini bukan sekadar statistik, melainkan sebuah cerminan langsung dari keberhasilan Klik Indogrosir dalam menghadirkan pengalaman layanan yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen.

Tingginya tingkat kepuasan ini berfungsi sebagai tolok ukur fundamental keberhasilan sebuah pelayanan. Ini menggambarkan secara eksplisit kemampuan tim layanan dalam memenuhi ekspektasi serta harapan pelanggan, yang merupakan inti dari setiap interaksi positif. Angka 92% ini juga mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan merasa kebutuhan mereka terpenuhi dan masalah mereka tertangani dengan baik oleh Klik Indogrosir. Penilaian positif yang konsisten dari responden ini menegaskan kembali pentingnya hubungan yang erat dan tak terpisahkan antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan tingkat kepuasan pelanggan yang pada akhirnya tercapai. Ini adalah bukti nyata bahwa investasi dalam peningkatan kualitas layanan akan selalu berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan pelanggan, menciptakan siklus positif yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Kepuasan pelanggan yang berhasil dibentuk melalui pelayanan customer service yang prima tidak hanya berhenti pada momen transaksi. Lebih dari itu, kepuasan ini mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi Klik Indogrosir secara keseluruhan. Ini melampaui sekadar penyelesaian masalah atau pertanyaan; ini adalah tentang membangun koneksi emosional dan kepercayaan dengan pelanggan. Dalam perspektif jangka panjang, kepuasan yang terbentuk dari interaksi layanan pelanggan ini memiliki potensi besar untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Loyalitas di sini bukan hanya berarti pelanggan akan terus menggunakan layanan Klik Indogrosir, melainkan juga mereka akan menjadi advokat dan duta merek yang secara aktif merekomendasikan Klik Indogrosir kepada keluarga, teman, atau kolega mereka.

Fenomena rekomendasi dari mulut ke mulut ini, atau *word-of-mouth marketing*, adalah bentuk pemasaran paling efektif dan otentik yang dapat diperoleh sebuah perusahaan. Ini menunjukkan bahwa pengalaman positif pelanggan telah meninggalkan kesan yang mendalam, mendorong mereka untuk berbagi cerita baik tentang Klik Indogrosir tanpa paksaan atau imbalan. Dengan demikian, pelayanan customer service yang efektif di Klik Indogrosir bukan hanya berperan sebagai departemen yang menangani dan menyelesaikan keluhan atau pertanyaan semata. Perannya jauh lebih strategis; ini adalah sebuah jembatan yang memperkuat hubungan perusahaan dengan pelanggan melalui pemenuhan kebutuhan dan harapan mereka secara konsisten dan responsif. Pada akhirnya, interaksi dengan customer service menjadi salah satu titik kontak paling krusial yang dapat membentuk atau merusak persepsi pelanggan terhadap merek. Oleh karena itu, memastikan bahwa setiap interaksi pelayanan meninggalkan kesan positif adalah investasi penting bagi Klik Indogrosir untuk membangun fondasi hubungan yang kuat,

langgeng, dan saling menguntungkan dengan seluruh pelanggannya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil observasi menunjukkan bahwa agen customer service Klik Indogrosir telah berhasil melakukan komunikasi yang efektif dengan member merah. Hal ini tercermin dari tingkat penyelesaian keluhan 100% melalui WhatsApp, di mana seluruh keluhan pelanggan ditangani dengan baik. Selain itu, waktu penyelesaian setiap kasus kurang dari satu hari, memastikan bahwa pelanggan menerima solusi dengan cepat tanpa harus menunggu lama.
- b. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 92% pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh agen customer service, sementara 8% lainnya menyatakan ketidakpuasan. Persentase ini mencerminkan mayoritas pelanggan mengapresiasi performa agen dalam menangani keluhan.
- c. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi yang efektif dari customer service membuat member merah merasa puas dengan layanan yang diberikan, mencerminkan kualitas pelayanan yang tinggi kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.S. Moenir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara Agus Sulastiyono. (2002). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel, Edisi Pertama*. Bandung, Penerbit CV Alfabeta
- Akbar, P.S. & Usman, H. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Mardalis. 2010. *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara: Jakarta. 108 hal
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT.Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy (2017). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Uma Sekaran. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat