

Evaluasi SOP Layanan Antar Alfagift dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional dan Kepuasan Konsumen Toko Sapa Alfamart Nguwok

A Tsalisul Khafid^{1*}, Yulie Wahyuningsih², Suyitno³

¹⁻³Manajemen, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Indonesia

Email: ahmadtsalisulk@gmail.com¹, yuliew19@gmail.com², yitnomasdar@umla.ac.id³

*Penulis Korespondensi: ahmadtsalisulk@gmail.com

Abstract. *This study aims to evaluate the Standard Operating Procedures (SOP) implemented through the Online Order Application (Aplikasi Pesanan Online / APO) at Toko SAPA Alfamart Nguwok to enhance operational efficiency and customer satisfaction. Amid the growing trend of online shopping via Alfagift, the role of the SAPA (Siap Antar Pesanan Anda) delivery service has become a crucial instrument in driving store performance, as measured by Sales Per Day (SPD), Struck Transaction Day (STD), and Average Purchase Customer (APC). This research utilizes a descriptive qualitative method supported by quantitative data, incorporating APO workflow observations, internal document analysis, and a direct survey of 43 active Alfagift customers in the Nguwok region during June 2026 to measure real-time customer satisfaction levels. The evaluation focuses on the implementation of the five stages of delivery communication standards, ranging from pre-delivery coordination to final system confirmation on APO. The results reveal that 74.5% of respondents received their orders within less than 45 minutes, 6.9% received them within 45–60 minutes, while 18.6% experienced waiting times exceeding 60 minutes. Although staff friendliness received the highest rating, operational issues were still identified regarding the separation of food and non-food products, item accuracy, and order management during peak hours.*

Keywords: Alfagift; Alfamart Nguwok; Customer Survey; Delivery SOP; Online Order Application (APO).

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi Standar Operasional Prosedur (SOP) melalui Aplikasi Pesanan Online (APO) di Toko SAPA Alfamart Nguwok guna meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan konsumen. Di tengah meningkatnya tren belanja online melalui Alfagift, peran layanan SAPA (Siap Antar Pesanan Anda) menjadi instrumen krusial dalam mendongkrak performa toko yang diukur melalui variabel *Sales Per Day* (SPD) *Struck transaction day* (STD), dan *Average Purchase Customer* (APC). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif, melalui observasi alur kerja aplikasi APO, analisis dokumen internal perusahaan, serta survei langsung kepada 43 pelanggan aktif Alfagift di wilayah Nguwok dalam periode bulan juni 2026, untuk mengukur tingkat kepuasan layanan secara riil. Fokus evaluasi diarahkan pada implementasi lima tahap standar komunikasi *delivery*, mulai dari koordinasi pra-pengiriman hingga konfirmasi akhir pada sistem APO. Hasil penelitian terhadap 43 responden menunjukkan bahwa 74,5% pelanggan menerima pesanan rata-rata dalam waktu kurang dari 45 menit, 6,9% rata-rata menerima dikisaran 45-60 menit, sedangkan 18,6% mengalami waktu tunggu lebih dari 60 menit. Keramahan petugas memperoleh penilaian tertinggi, tetapi masih ditemukan masalah pada pemisahan produk makanan dan nonmakanan, akurasi barang, serta pengelolaan pesanan pada jam sibuk (*peak hours*).

Kata Kunci: Alfagift; Alfamart Nguwok; Aplikasi Pesanan Online (APO); SOP Delivery; Survei Pelanggan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi fundamental pada industri ritel di Indonesia. Perubahan lingkungan bisnis yang dinamis menuntut pelaku ritel untuk beradaptasi dengan tren belanja online yang terus meningkat (Isharyani & Judijanto, 2026). Strategi digitalisasi ini bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan untuk mempertahankan daya saing operasional PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. melalui aplikasi Alfagift merespons tantangan ini dengan menghadirkan layanan belanja online melalui fitur SAPA (Siap Antar Pesanan Anda). Layanan ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dengan memberikan kemudahan akses belanja bagi konsumen tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Implementasi layanan SAPA merupakan instrumen strategis untuk

meningkatkan performa toko secara keseluruhan (Ramadhani & Irmayani, 2026). Keberhasilan layanan ini diukur melalui tiga indikator utama: peningkatan jumlah *Struck Transaction day* (STD), pertumbuhan *Sales Per Day* (SPD), dan peningkatan *Average Purchase Customer* (APC). Penggunaan teknologi dalam layanan ritel terbukti memengaruhi loyalitas dan perilaku belanja konsumen (Mubarok & Muslikhun, 2025). Dalam periode bulan mei 2026 toko nguwok mendapat 1080 STD dari pesanan online, dengan *Sales Per Day* (SPD) 3.672.000, *Struck Transaction day* (STD) 35, *Average Purchase Customer* (APC) 102.000, pesanan on time (<60 menit) 862, pesanan late (>60 menit) 218 orderan. 0 komplain dari pelanggan, data tersebut masih cukup jauh dari target tingkat cabang untuk mendapatkan intensif kinerja toko sapa (IKTS). Meskipun didukung oleh sistem aplikasi yang canggih, efektivitas layanan antar sangat bergantung pada eksekusi operasional di tingkat unit, khususnya di toko Alfamart Nguwok. Toko menghadapi keterlambatan pengiriman pada jam sibuk, ketidaksesuaian item, dan belum konsistennya pemisahan produk makanan dan non makanan. Manajemen waktu pengantaran atau standar layanan antar (SLA) menjadi faktor penentu utama dalam mempertahankan standar pelayanan yang dijanjikan kepada konsumen (Putri & Firdausia, 2026). Ketidakteraturan dalam menjalankan Standar Operasional Prosedur (SOP) pada aplikasi APO dapat menyebabkan keterlambatan yang berdampak langsung pada penurunan tingkat kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu lebih banyak membahas pengaruh kualitas aplikasi atau ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang mengevaluasi kepatuhan personil terhadap SOP layanan antar pada tingkat unit masih terbatas. Salah satu aspek krusial dalam SOP layanan antar adalah Standar Komunikasi Serah Terima Pesanan (Setiyawan & Saputra, 2025). Selain itu interaksi petugas saat proses serah terima barang melalui strategi komunikasi yang tepat terbukti mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih bermakna Berdasarkan protokol operasional "Delivery - Lunas", terdapat lima tahap kritis: (1) Koordinasi pra-pengiriman, (2) Sapa dan Salam, (3) Serah Terima Pesanan, (4) Pengecekan Barang bersama konsumen (tahap tunggu), dan (5) Konfirmasi Pengiriman melalui fitur foto di aplikasi APO. Kecepatan pengiriman dan kualitas interaksi petugas saat serah terima barang merupakan variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan (Luluk, 2023) Tahap pengecekan barang secara bersama merupakan poin vital untuk meminimalkan komplain terkait ketidaksesuaian barang.



Gambar 1. Standar komunikasi.

Sumber: alfalearning.com.

Berdasarkan data dari survei pelanggan aktif Alfagift di wilayah Nguwok, faktor kecepatan dan keramahan menjadi ekspektasi utama yang menentukan nilai kualitas layanan (Nareswari & Suryaningsih, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepatuhan personil terhadap lima tahap SOP layanan antar, mengidentifikasi distribusi waktu pengiriman, menganalisis persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Mengidentifikasi hambatan operasional pada proses packing dan delivery, merumuskan perbaikan SOP berdasarkan temuan di lapangan. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi operasional toko Alfamart Nguwok untuk mencapai target STD, SPD dan APC yang optimal supaya mencapai target cabang untuk mendapatkan intensif kinerja toko sapa (IKTS) dengan syarat 99% on time, dan 1% late.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Operasi Layanan

Manajemen operasi layanan merupakan cabang ilmu manajemen yang berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya operasional untuk mengubah masukan (*inputs*) menjadi luaran (*outputs*) berupa nilai tambah layanan secara efisien dan efektif (Salam, 2025). Dalam konteks ekosistem ritel modern *Online-to-Offline* (O2O), manajemen operasi layanan mengintegrasikan antarmuka aplikasi digital dengan eksekusi fisik di tingkat toko yang berfungsi sebagai pusat pemenuhan pesanan (*micro-fulfillment center*). Keberhasilan operasi layanan O2O sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam mengelola kapasitas kerja, meminimalkan titik sumbat (*operational bottleneck*), serta menyelaraskan alur kerja antara penanganan transaksi langsung (*offline*) dan

penyiapan pesanan daring (*online*) melalui gawai Aplikasi Pesanan Online (APO) (ARSYAD, 2023).

Standar Operasional Prosedur (SOP) Layanan

Standar Operasional Prosedur (SOP) layanan adalah instruksi kerja tertulis yang dibakukan untuk memastikan bahwa setiap kegiatan operasional berjalan secara konsisten, aman, dan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan perusahaan (Agustina, 2021). Di sektor ritel hibrida, SOP berfungsi sebagai instrumen kendali mutu yang mengatur aspek teknis maupun perilaku kerja personel, mulai dari proses pemilahan barang (*picking*), pengemasan (*packing*), hingga interaksi serah terima pesanan. Penerapan SOP yang ketat seperti pemisahan kantong belanja antara kelompok produk makanan (*food*) dan produk pembersih kimia (*non-food*) serta pelaksanaan lima tahap standar komunikasi petugas Siap Antar Pesanan Anda (SAPA) berperan vital dalam mereduksi risiko kesalahan manusia (*human error*) dan menjamin higienitas serta keutuhan produk hingga sampai ke tangan konsumen.

Last-Mile Delivery

Last-mile delivery didefinisikan sebagai tahapan terakhir dalam rantai pasok hilir (*downstream supply chain*), di mana produk dipindahkan dari titik pemenuhan atau toko ritel langsung ke lokasi tujuan akhir konsumen (Rachmawati & Ruhana, 2025). Tahapan ini dikenal sebagai elemen paling krusial sekaligus paling kompleks dan berbiaya tinggi dalam rantai pasok e-dagang karena berhadapan langsung dengan dinamika lalu lintas, variasi jarak tempuh, dan ekspektasi waktu konsumen. menurut (christina margaretha Purba & Haliza, 2026) Kinerja *last-mile delivery* diukur melalui kepatuhan terhadap standar layanan antar (SLA) pengiriman, yaitu rasio ketepatan waktu antarmuka (*% On Time*) dan durasi rata-rata penyelesaian pesanan. Efisiensi pada tahap ini menjadi faktor penentu utama dalam membangun keunggulan kompetitif layanan pengantaran ritel daring.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Sumarsid & Paryanti, 2022). Dalam konteks pengantaran pesanan ritel, kualitas layanan mengevaluasi sejauh mana kinerja nyata yang dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan mereka. SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; diadaptasi dalam konteks ritel modern oleh (LASUT, 2025): bukti fisik (*tangibles*) yang tercermin dari kerapian seragam dan kebersihan peralatan kurir; keandalan (*reliability*) berupa akurasi stok dan ketepatan barang yang dikirim; daya tanggap (*responsiveness*) berupa kecepatan penanganan keluhan dan penyiapan pesanan;

jaminan (assurance) berupa kejelasan struk dan keamanan transaksi; serta empati (empathy) yang tercermin dari keramahan dan kesopanan petugas pengantar saat berinteraksi.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau layanan terhadap ekspektasi yang dimiliki (Adhari, 2021). Berdasarkan teori diskonfirmasi ekspektasi (*expectancy-disconfirmation theory*), kepuasan akan tercipta apabila kinerja nyata layanan melampaui atau minimal sama dengan harapan konsumen (*positive disconfirmation*). Di sisi lain, ketidaksesuaian antara estimasi waktu atau kelalaian pengemasan akan menimbulkan kepuasan negatif yang berisiko memicu keluhan dan perpindahan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang terbangun secara konsisten berfungsi sebagai indikator prediktif bagi pembentukan loyalitas, peningkatan frekuensi transaksi, serta niat untuk melakukan pembelian ulang (*repeat order*) yang berkontribusi langsung pada kinerja finansial toko, (Transistari, 2024).

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menjelaskan alur hubungan sebab-akibat antara variabel manajemen operasional fisik di toko dengan persepsi kualitas layanan konsumen serta dampaknya terhadap kinerja bisnis ritel (RAHMAT, 2025). Integrasi operasional O2O dimulai dari efektivitas penerapan Manajemen Operasi Layanan dan kedisiplinan SOP Layanan pada Aplikasi Pesanan Online (APO). Penerapan SOP pengemasan hibrida (*picking & packing*) yang presisi dan fleksibilitas penugasan personel (*cross-functioning*) menjadi fondasi utama untuk mengeliminasi titik sumbat (*bottleneck*) internal toko. Keandalan alur kerja fisik di toko tersebut berpengaruh langsung terhadap performa Last-Mile Delivery, yang ditunjukkan oleh peningkatan persentase ketepatan waktu pengiriman (*% On Time*) sesuai standar layanan antar (SLA) dan pemangkasan durasi keterlambatan pesanan. Kombinasi antara eksekusi SOP fisik yang rapi dan ketepatan waktu pengantaran kurir SAPA selanjutnya membentuk persepsi Kualitas Layanan secara menyeluruh pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (LASUT, 2025). Tercapainya kualitas layanan yang unggul secara berkesinambungan akan mendorong timbulnya Kepuasan Pelanggan, yang tercermin dari tingginya indeks kepuasan dan dorongan untuk melakukan pembelian ulang (*repeat order*) (Irawan, 2025). Pada tahap akhir, loyalitas dan peningkatan frekuensi belanja konsumen ini bermuara pada penguatan kinerja finansial toko, yang diukur melalui kenaikan transaksi harian (*Sales Per Day / SPD*) ,(*Struk Transaction Day / STD*), nilai rata-rata keranjang belanja (*Average Purchase Customer / APC*), serta pertumbuhan omzet bulanan (Total Sales).

3. METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang didukung oleh analisis deskriptif kualitatif. Fokus utama penelitian adalah pada fenomena operasional di lapangan dan persepsi rill dari pengguna layanan Alfagift.

Lokasi dan periode

Penelitian dilakukan di Toko SAPA Alfamart Nguwok, yang berlokasi di wilayah Desa.Nguwok kec. Modo Kab. Lamongan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada posisi strategis toko dalam melayani pesanan online melalui aplikasi Alfagift dan penelitian ini dilakukan karena toko nguwok masih mengalami kesulitan dalam memenuhi target untuk mendapatkan intensif kinerja toko sapa (IKTS). Penelitian dilaksanakan pada bulan juni 2026, mencakup tahap pengumpulan data primer dan sekunder.

Populasi dan sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa pelanggan atau konsumen yang pernah melakukan transaksi pemesanan barang secara daring (*online*) melalui aplikasi Alfagift yang dilayani oleh unit layanan Siap Antar Pesanan Anda (SAPA) di Toko Alfamart Nguwok. Karena populasi pelanggan bersifat dinamis dan tidak diketahui jumlah pastinya secara keseluruhan maka pengamatan difokuskan pada pengguna aktif di area cakupan pengiriman toko tersebut.

Sampel dan teknik sampling

Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Purposive Sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Khoiroh & Anam, 2026). Jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan dan diolah dalam penelitian ini adalah sebanyak 43 responden pelanggan aktif Alfagift di wilayah Toko Alfamart Nguwok selama periode pengumpulan data juni 2026. Ukuran sampel ini dinilai telah representatif dan memadai untuk melakukan analisis deskriptif kualitatif serta mengevaluasi efektivitas penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan penggunaan Aplikasi Pesanan Online (APO).

Kriteria responden

Kriteria responden dalam penelitian ini ditentukan menggunakan pertimbangan inklusi dan eksklusi guna menjamin akurasi serta relevansi data yang diperoleh (Sari & Sari, 2025). Kriteria inklusi mencakup pelanggan aktif yang pernah melakukan transaksi pemesanan barang secara daring (*online*) melalui aplikasi Alfagift dan dilayani oleh tim Siap Antar Pesanan Anda (SAPA) Toko Alfamart Nguwok minimal satu kali dalam periode pengumpulan data, berada di

dalam jangkauan wilayah operasional pengiriman toko, serta bersedia mengisi instrumen kuesioner secara lengkap. Sementara itu, kriteria eksklusi berlaku bagi konsumen yang melakukan pembelian secara langsung (*offline*) di toko fisik tanpa melalui sistem pesanan daring aplikasi Alfagift, serta pelanggan daring yang membatalkan pesannya (*canceled order*) sebelum alur pengolahan dan pengantaran barang selesai dilaksanakan oleh petugas SAPA

Instrumen penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur digital yang dirancang melalui platform *Google Form*. Kuesioner ini berfungsi sebagai alat pengumpul data primer untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap variabel operasional dan pelayanan (Istiyawari & Nuswantoro, 2021). Kuesioner terdiri dari dua bagian utama, yaitu bagian pertama mengenai profil demografi serta perilaku penggunaan responden, dan bagian kedua berupa 15 butir pernyataan yang dikembangkan berdasarkan indikator lima tahap SOP *delivery* sapa. Pengukuran respons responden menggunakan Skala Likert 5 Tingkatan untuk mendapatkan data yang presisi, dengan rincian bobot skor: Skor 5 untuk Sangat Setuju (SS), Skor 4 untuk Setuju (S), Skor 3 untuk Kurang Setuju (KS) / Netral, Skor 2 untuk Tidak Setuju (TS), dan Skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS).

Definisi operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini dirumuskan untuk menyamakan persepsi konsep variabel yang diteliti di lapangan: Aplikasi Pesanan Online (APO): merupakan aplikasi yang mensupport personil toko untuk mengelola dan memonitor pesanan online yang masuk ke toko Alfamart (toko SAPA, Dark store, dan layanan pick up toko regular. Kepatuhan SOP *Delivery*: Kedisiplinan personil toko (*SAPA team*) dalam mengeksekusi 5 tahap standar komunikasi operasional, yang diukur melalui indikator kerapian seragam, kebersihan alat pengantaran, kerapian kemasan (*packing*), pemisahan barang hibrida (*food/non-food*), kejelasan struk fisik, serta ketepatan jenis dan jumlah barang. Kinerja Waktu Pengiriman (standar layanan antar / SLA): Durasi waktu yang dibutuhkan sejak pesanan masuk ke sistem APO toko hingga barang sampai secara fisik di lokasi konsumen, yang diklasifikasikan dari kategori sangat cepat (<15 menit) hingga terlambat (>60 menit). Kepuasan Pelanggan: Tingkat perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membandingkan performa layanan antar nyata yang mereka terima dengan ekspektasi mereka (Fadhilah & Nainggolan, 2024), yang diukur melalui persepsi keramahan kurir, keamanan transaksi (LUNAS/COD), efisiensi dibanding belanja langsung, serta niat pembelian ulang (*repeat order*) pada aplikasi Alfagift. Alfagift : Adalah sebuah aplikasi digital yang dapat digunakan konsumen untuk mengikuti program

loyaliti dan menikmati fitur belanja kebutuhan sehari-hari secara online, baik user ponsel berbasis android maupun IOS.

Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga kombinasi, untuk menjaga keabsahan temuan: Kuesioner Digital (Survei): Pengumpulan data primer yang diperoleh secara daring dengan menyebarkan tautan kuesioner kepada konsumen yang masuk dalam kriteria sampel setelah proses pengantaran barang selesai dilakukan oleh petugas SAPA. Observasi Partisipatif: Pengamatan langsung yang dilakukan peneliti terhadap rutinitas operasional di dalam Toko Alfamart Nguwok, mencakup penggunaan aplikasi pesanan online (APO), durasi penyiapan barang pesanan online (*packing*), aktivitas pemisahan produk *food* dan *nonfood* hingga finalisasi konfirmasi transaksi di APO. Studi Dokumentasi: Pengumpulan data sekunder yang bersumber dari arsip internal perusahaan, mencakup ringkasan lembar evaluasi operasional ritel, panduan baku 5 Tahap Standar Komunikasi *Delivery*, serta visualisasi data performa toko yang diwakili oleh indikator *Sales Per Day* (SPD), *Struck Transaction Day* (STD) dan *Average Purchase Customer* (APC).

Uji Validitas data

Rangkaian Pengujian Validitas Instrumen

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk mengukur sejauh mana setiap butir pernyataan kuesioner mampu mengukur indikator variabel operasional secara tepat (Mutiah, 2025). Pengujian ini dilakukan menggunakan software SPSS dengan metode korelasi *Product Moment Pearson*, yaitu dengan mengorelasikan skor tiap butir pernyataan terhadap skor total kuesioner. Kriteria pengujian ditentukan berdasarkan perbandingan nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) dengan nilai r_{tabel} pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (uji 2 arah). Untuk jumlah sampel $N = 43$, diperoleh nilai derajat kebebasan $df = N - 2 = 41$, sehingga nilai kritis r_{tabel} adalah sebesar 0,301. Suatu butir instrumen dinyatakan valid apabila memenuhi syarat $r_{hitung} > 0,301$ dan nilai signifikansi $Sig. < 0,05$. Selanjutnya, pengujian reliabilitas instrumen dilakukan untuk mengukur konsistensi internal kuesioner saat dilakukan pengukuran berulang (Forester & Isnaini, 2024). Pengujian ini dihitung dengan teknik *Cronbach's Alpha* (α) pada menu *Reliability Analysis* SPSS. Suatu instrumen penelitian dinyatakan andal (*reliable*) apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari batas kritis minimum 0,60 ($\alpha > 0,60$).

Penentuan Nilai r_{tabel}

Nilai r_{tabel} : ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan rumus $df = N - 2$. Pada penelitian ini: $df = 43 - 2 = 41$. Dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ (uji dua arah / *two-tailed*), diperoleh nilai kritis $r_{tabel} = 0,301$.

Kriteria Pengambilan Keputusan Validitas:

Valid: Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,301$) dan nilai signifikansi Sig.(2-tailed) $< 0,05$. Tidak

Valid: Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ ($r_{hitung} \leq 0,301$) atau nilai signifikansi Sig.(2-tailed) $\geq 0,05$.

Hasil Pengujian Validitas

Seluruh 15 butir pernyataan kuesioner yang diuji pada 43 responden menunjukkan nilai r_{hitung} berkisar antara 0,487 hingga 0,876, yang mana seluruhnya jauh melampaui nilai r_{tabel} (0,301) dengan nilai Sig. $< 0,001$. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan.

Tabel 1. Uji Validitas Data.

Kode Item	Indikator Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} ($\alpha=0,05$)	Sig. (2-tailed)	Keterangan
P1	Kerapian Seragam & Identitas Petugas	0.720	0.301	0	Valid
P2	Kebersihan Peralatan Pengantaran	0.666	0.301	0	Valid
P3	Kerapian Kemasan Kantong Belanja	0.752	0.301	0	Valid
P4	Pemisahan Item Food & Non-Food	0.495	0.301	0	Valid
P5	Kejelasan & Transparansi Struk Fisik	0.760	0.301	0	Valid
P6	Ketepatan Jumlah & Jenis Barang	0.487	0.301	0	Valid
P7	Akurasi Stok Aplikasi vs Rak Toko	0.791	0.301	0	Valid
P8	Ketepatan Waktu Pengantaran (SLA)	0.876	0.301	0	Valid
P9	Responsivitas Informasi Kendala Stok	0.811	0.301	0	Valid
P10	Kecepatan Penyiapan Barang (Packing)	0.844	0.301	0	Valid
P11	Ketanggapan Penanganan Keluhan	0.644	0.301	0	Valid
P12	Keramahan & Kejujuran Petugas SAPA	0.538	0.301	0	Valid
P13	Keamanan Transaksi Digital (LUNAS/COD)	0.726	0.301	0	Valid

P14	Efisiensi Layanan vs Belanja Langsung	0.720	0.301	0	Valid
P15	Minat Pembelian Ulang (Repeat Order)	0.557	0.301	0	Valid

Sumber: Data survey periode juni 2026.

Hasil uji reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas Data.

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized items</i>	<i>N of Items</i>
0,913	0,913	43

Sumber: pengolahan data SPSS.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan terhadap 15 butir pernyataan kuesioner dengan menggunakan bantuan *software* SPSS, diperoleh nilai koefisien *Cronbach's Alpha* (α) secara keseluruhan sebesar 0,913. Sesuai dengan kriteria pengujian mutu instrumen, suatu alat ukur penelitian dinilai memenuhi syarat keandalan dan memiliki konsistensi internal yang baik apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari batas kritis minimum (Khairi & Herlinda, 2025), yaitu 0,60 ($\alpha > 0,60$). Karena nilai koefisien *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini sebesar 0,913, yang berarti jauh melampaui ambang batas standar tersebut, maka seluruh instrumen kuesioner layanan Alfagift ini dikategorikan sangat reliabel. Hasil ini membuktikan secara empiris bahwa butir-butir pernyataan dalam kuesioner tersebut memiliki tingkat stabilitas dan konsistensi yang sangat tinggi, sehingga aman dan andal untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data primer dalam mengukur persepsi kepuasan pelanggan secara berulang.

Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang didukung oleh analisis deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai efisiensi operasional dan kualitas pelayanan *Online-to-Offline* (O2O) di Toko Alfamart Nguwok. Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen kuesioner terlebih dahulu diuji mutu kualitasnya melalui Uji Validitas menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* untuk memastikan ketepatan butir pernyataan ($r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$), serta Uji Reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menguji konsistensi internal instrumen ($\alpha > 0,60$) dengan bantuan *software* SPSS. Selanjutnya, analisis deskriptif kuantitatif diterapkan untuk mengukur proporsi persentase tingkat ketepatan waktu pengantaran (standar layanan antar / SLA), distribusi durasi tunggu pesanan, serta distribusi frekuensi tingkat kepuasan 43 responden pelanggan Alfagift. Untuk melihat dampak perbaikan operasional secara sistemik, dilakukan analisis komparatif (*before-after analysis*) terhadap

indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators / KPI*) toko antara bulan Mei 2026 (pra-evaluasi) dan Juli 2026 (pasca-evaluasi), yang meliputi metrik *Sales Per Day* (SPD), *Struk Transaction Day* (STD), dan *Average Purchase Customer* (APC). Data hasil pengolahan statistik kuantitatif tersebut kemudian diinterpretasikan secara kualitatif berdasarkan fakta observasi alur kerja Aplikasi Pesanan Online (APO), analisis dokumen internal perusahaan, serta konfirmasi eksekusi lima tahap standar komunikasi kurir Siap Antar Pesanan Anda (SAPA) di lapangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Profil responden

Berdasarkan hasil penyebaran survei kepada 43 responden pelanggan aktif layanan Alfagift di Toko SAPA Alfamart Nguwok, demografi responden didominasi sebagai berikut

Tabel 3. Profil responden.

karakteristik	Kategori	jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Pria	18	41,9%
	wanita	25	58,1%
total		43	100%
usia	<20 tahun	9	20,9%
	20-30 tahun	21	48,8%
	30-40 tahun	11	25,6%
	>40 tahun	2	4,7%
total		43	100%
pekerjaan	Karyawan swasta	13	30,2%
	Pelajar/mahasiswa	9	20,9%
	Ibu rumah tangga	12	27,9%
	lainnya	9	20,9%
total		43	100%
Frekuensi belanja 1 bulan	1-2 kali	9	20,9%
	2-5 kali	18	41,9%
	5-10 kali	7	16,3%
	>10	9	20,9%
total		43	100%

Sumber: data riset juni-juli 2026.

Kepatuhan terhadap lima tahap standar operasional prosedur (SOP)

Berdasarkan hasil observasi operasional dan dokumentasi internal di toko SAPA alfamart nguwok, alur kerja pengantaran pesanan online dikendalikan melalui aplikasi pesanan online (APO) dan dievaluasi berdasarkan lima tahap standar komunikasi *delivery* (delivery-lunas/cod). Koordinasi Pra-Pengiriman: Personil toko memeriksa ketersediaan barang pada sistem APO saat pesanan masuk. Jika ditemukan kendala stok atau alamat, petugas segera menghubungi konsumen. Kepatuhan pada tahap ini terbukti efektif menekan angka pembatalan pesanan. Sapa dan Salam: Petugas SAPA konsisten menggunakan seragam resmi Alfamart

yang rapi serta menyampaikan salam pembuka yang ramah saat tiba di lokasi konsumen untuk memberikan kesan profesional. Serah Terima Pesanan: Penyerahan fisik barang dilakukan secara langsung dan transparan disertai penyerahan struk pembelian yang akurat sesuai dengan transaksi di aplikasi Alfagift. Pengecekan Barang (Tahap Tunggu): Petugas meminta konsumen untuk bersama-sama mengecek kelengkapan dan kondisi barang. Tahap preventif ini berhasil meminimalkan komplain terkait barang tertinggal atau tertukar. Konfirmasi Pengiriman: Finalisasi transaksi dilakukan secara digital dengan mengunggah bukti foto serah terima pada fitur aplikasi APO untuk mengubah status pesanan menjadi closed/selesai.

Kinerja waktu pengiriman

Kinerja waktu pengantaran diukur berdasarkan standar layanan antar (SLA), dari saat pesanan terekam pada sistem APO hingga tiba di lokasi konsumen. Hasil pengolahan data survei terhadap 43 responden pelanggan Alfagift Nguwok menunjukkan tingkat efisiensi waktu sebagai berikut:

Tabel 4. Tabel standar layanan antar .

kategori	waktu	Jumlah responden	persentase
Sangat cepat	<15 menit	11	25,6%
Cepat	15-30 menit	15	34,9%
Cukup cepat	30-45menit	6	14%
Berpotensi late	46-60 menit	3	7%
Terlambat/late	>60 menit	8	18,6%
Total		100	100%

Sumber: data riset juni-juli 2026.

Sebanyak 60,5% pengiriman berhasil diselesaikan dalam waktu kurang dari 30 menit, yang membuktikan bahwa integrasi APO dengan kesiapan fisik personil toko di Alfamart Nguwok telah berjalan cukup responsif. Namun, terdapat 18,6% pengiriman yang melebihi durasi 60 menit akibat penumpukan antrean pada jam-jam sibuk (peak hours) dan kendala pengiriman lainnya.

Kepuasan pelanggan

Hasil pengukuran menggunakan Skala Likert menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Alfagift di Toko Nguwok berada pada kategori sangat tinggi. Indikator utama yang memberikan kontribusi terbesar meliputi: integritas dan Keramahan kurir SAPA: Mendapatkan skor tertinggi (rata-rata 4,8–5,0 dari skala 5). Responden menilai kurir SAPA ramah, jujur, sopan, dan tanggap. Keamanan Transaksi: Pelanggan merasa sangat aman bertransaksi melalui kanal digital Alfagift (baik metode pembayaran LUNAS maupun COD) serta merasa yakin dengan transparansi struk belanja. Loyalitas Konsumen: Kepuasan layanan mendorong repurchase rate yang tinggi, dari 43 responden di mana 18 responden menggunakan Alfagift 2–5 kali per bulan, dan 9 responden menggunakannya lebih dari 10 kali per bulan.

Keluhan utama**Tabel 5.** Kendala yang sering dialami.

Jenis keluhan	Jumlah pelanggan	persentase
Pengiriman lama	6	14%
Barang yang dipesan kosong	1	2,3%
Aplikasi eror	3	7%
Packing tidak dipisah food dan nonfood	2	4,7%
Tidak ada kendala	29	67,4%
Barang ketinggalan	1	2,3%
Antrian pengiriman	1	2,3%
total	43	100%

Sumber: data riset 2026.

Berdasarkan analisis data primer terhadap 43 responden pelanggan Alfagift di Toko Alfamart Nguwok, ditemukan bahwa meskipun mayoritas pelayanan dinilai berjalan optimal tidak ada kendala (67,4%), terdapat beberapa hambatan operasional kritis yang menjadi keluhan utama pelanggan. Keluhan paling signifikan didominasi oleh keterlambatan pengiriman pesanan pada saat jam sibuk (*peak hours*), antrian pengiriman, atau kendala pengiriman lainnya 18,6% $n=8$, penumpukan antrean pada sistem Aplikasi Pesanan Online (APO) ritel dan keterbatasan jumlah personel toko. Selain masalah waktu, keluhan teknis juga bersumber pada gangguan sinkronisasi stok pada aplikasi sebesar 7% ($n = 3$) serta kelalaian petugas dalam menerapkan SOP pengemasan hibrida (*packing*) sebesar 4,7% ($n = 2$), yang ditandai dengan pencampuran produk makanan (*food*) dan produk pembersih kimia (*non-food*) ke dalam satu kantong belanja yang sama. Hambatan-hambatan internal ini menjadi titik sumbat yang secara langsung memicu risiko penurunan efisiensi standar layanan antar (SLA) pengiriman dan menjadi fokus utama yang memerlukan tindakan korektif dari manajemen operasional toko.

Data kinerja toko**Tabel 6.** Data Kinerja Toko — Perbandingan Mei dan Juli 2026.

Periode	Total Order	On Time	Late	%On Time	%Late	SPD (Rp)	STD	APC (Rp)	Total Sales (Rp)
Mei 2026	1.080	862	218	80%	20%	3.675.000	35	105.000	113.400.000
Juli 2026	1.255	1.195	60	95%	5%	4.239.075	40	135.109	169.563.000

Sumber: Data riset Mei–Juli 2026.

Berdasarkan data pada Tabel diatas , visualisasi perbandingan kinerja toko antara bulan mei dan Juli 2026 menunjukkan keberhasilan yang sangat impresif dari tindakan korektif operasional pasca-evaluasi survei. Indikator efisiensi *last-mile delivery* mencatatkan lompatan performa yang masif; tingkat ketepatan waktu pengiriman (95% *On Time*) naik tajam sebesar 15%, dari semula hanya 80% di bulan mei menjadi 95% di bulan Juli. Keberhasilan ini berbanding lurus dengan pemangkasan jumlah pesanan yang terlambat (*Late*) dari 218 pesanan

menjadi hanya 60 pesanan (turun sebesar 72,5%). Hal ini membuktikan bahwa pengetatan SOP penyiapan barang (*picking & packing*) melalui optimalisasi Aplikasi Pesanan Online (APO) serta penerapan penugasan silang personel terbukti ampuh mengatasi titik sumbat (*operational bottleneck*) internal toko (Anwar, 2026). Perbaikan dramatis pada kualitas layanan pengantaran SAPA ini memberikan efek domino positif terhadap performa finansial ritel toko secara keseluruhan (Wahyudi & Didi Indrakusuma, 2025). Kepercayaan pelanggan yang meningkat memicu pertumbuhan volume transaksi daring sebesar 16,2%, dengan total pesanan melonjak ke angka 1.255 order di bulan Juli. Dampaknya, produktivitas harian toko meningkat yang tecermin dari kenaikan rata-rata jumlah struk harian (*Struk Per Day / STD*) dari 35 menjadi 40 transaksi, serta peningkatan nilai keranjang belanja konsumen (*Average Purchase Customer / APC*) sebesar 28,7% menjadi Rp135.109. Secara kumulatif, perpaduan antara kenaikan kuantitas belanja dan loyalitas pelanggan ini menghasilkan lonjakan laba kotor yang sangat signifikan, di mana omzet bulanan dari belanja online (*Total Sales*) Toko Alfamart Nguwok melesat tumbuh sebesar 49,5% dari Rp113.400.000 di bulan mei menjadi Rp169.563.000 pada akhir Juli 2026. Data empiris ini mengonfirmasi secara kuat bahwa investasi pada kepatuhan operasional fisik dan standar komunikasi ritel O2O berkorelasi linear terhadap peningkatan profitabilitas bisnis (FATIMAH, 2025).

Pembahasan

Interpretasi Temuan Penelitian

Interpretasi temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perbaikan kualitas operasional pada layanan *Online-to-Offline* (O2O) melalui Aplikasi Pesanan Online (APO) di Toko Alfamart Nguwok tidak hanya berdampak pada efisiensi teknis internal, melainkan secara langsung menstimulasi peningkatan kinerja keuangan ritel (FATIMAH, 2025). Sebelum dilakukan evaluasi berbasis data survei (mei 2026), toko mengalami hambatan signifikan pada tingkat ketepatan waktu pengiriman (standar layanan antar / SLA), di mana angka keterlambatan pengiriman (*Late*) mencapai 20% (218 pesanan dari total 1.080 order). Hambatan ini dipicu oleh penumpukan antrean internal pada proses *picking & packing* saat jam sibuk (*peak hours*), kendala pengiriman serta keterbatasan jumlah personil toko. Namun, pasca-implementasi tindakan korektif pada bulan Juni - Juli 2026 yang mencakup penugasan silang (*cross-functioning*) staf toko dan pemisahan kantong produk hibrida (*food* dan *non-food*)—tingkat ketepatan waktu pengiriman (*% On Time*) melesat tajam dari 80% menjadi 95%, sekaligus memangkas angka keterlambatan pengiriman sebesar 72,5% (tersisa 60 pesanan dari 1.255 order). Peningkatan keandalan operasional *last-mile delivery* tersebut terbukti menjembatani ekspektasi dan kepuasan pelanggan secara empiris (christina margaretha Purba

& Haliza, 2026). Berdasarkan data survei terhadap 43 responden, kepatuhan kurir Siap Antar Pesanan Anda (SAPA) dalam menjalankan lima tahap standar komunikasi dan SOP pengemasan berhasil memitigasi persepsi risiko serta meminimalkan keluhan barang rusak atau tertinggal. Transparansi saat serah terima barang dan kejelasan struk fisik terbukti meningkatkan kepercayaan awal konsumen. kecemasan transaksional berkurang secara drastis. Hal ini mengonfirmasi bahwa kepatuhan terhadap standar operasional fisik berfungsi sebagai perpanjangan tangan (*physical extension*) yang memperkuat nilai merek digital aplikasi Alfagift. Dampak domino dari terciptanya pengalaman positif pelanggan (*customer experience*) ini tecermin secara langsung pada pertumbuhan kinerja toko (FRISKA, 2026). Kepercayaan pelanggan yang meningkat mendorong kenaikan frekuensi transaksi dan niat pembelian ulang (*repeat order*), yang terlihat dari pertumbuhan total order sebesar 16,2% (dari 1.080 menjadi 1.255 pesanan per bulan). Kenaikan ini berbanding lurus dengan peningkatan jumlah transaksi harian (*Struk Transaction Day / STD*) dari 35 menjadi 40 transaksi, serta lonjakan nilai rata-rata keranjang belanja konsumen (*Average Purchase Customer / APC*) sebesar 28,7%, yaitu dari Rp105.000 menjadi Rp135.109. Secara kumulatif, sinergi antara efisiensi sistem APO dan kualitas pelayanan fisik ini mendorong kenaikan omzet bulanan (*Total Sales*) sebesar 49,5%, dari Rp113.400.000 pada Mei 2026 menjadi Rp169.563.000 pada Juli 2026. Secara teoritis dan praktis, temuan ini menyimpulkan bahwa kunci sukses keberlanjutan bisnis ritel berbasis O2O terletak pada keselarasan (*alignment*) antara keandalan sistem informasi digital di tingkat toko dengan eksekusi operasional fisik di lapangan. Sistem aplikasi yang canggih seperti Alfagift tidak akan mampu mempertahankan loyalitas pelanggan apabila tidak didukung oleh kedisiplinan *fulfillment order* terdepan (unit toko). Dengan mengatasi titik sumbat (*operational bottleneck*) pada proses penyiapan barang dan memperketat komunikasi serah terima, Toko Alfamart Nguwok berhasil membuktikan bahwa efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan merupakan dua variabel yang saling memperkuat untuk mendorong pertumbuhan finansial toko secara berkelanjutan (Qalbia & Anwar, 2026).

Penyebab hambatan

Meskipun secara keseluruhan dinilai baik, penelitian ini mengidentifikasi beberapa hambatan operasional kritis di lapangan: kendala Proses Picking (Jam Sibuk): Terjadi keterlambatan penyiapan barang ketika notifikasi APO masuk bersamaan dengan lonjakan antrean fisik di kasir toko (*peak hours*), biasanya terjadi pada jam 17:00 – 20:00 WIB sehingga waktu picking tertunda. Kendala Proses Packing (Isu Higienitas Item): Temuan dari catatan responden R1 dan R2 menunjukkan adanya kelalaian petugas dalam memisahkan kantong belanja antara produk makanan (*food*) dan produk pembersih/kimia (*non-food*). Kendala

Proses Delivery: Jarak tempuh lokasi konsumen yang jauh, kendala rute pengiriman yang berbeda arah antara pelanggan 1 dan pelanggan lainnya, faktor jalan rusak, serta hambatan lalu lintas saat jam pulang kerja menjadi faktor utama keterlambatan pengiriman > 60 menit.

Kontribusi terhadap manajemen operasional toko

Temuan dalam penelitian ini memberikan kontribusi langsung terhadap manajemen operasional Toko Alfamart Nguwok, khususnya pada pencapaian Indikator Kinerja Utama (*Key Performance Indicators*): *Sales Per Day* (SPD): Kecepatan dan kualitas layanan SAPA mendorong kebiasaan berbelanja ulang (*repeat order*) pada aplikasi Alfagift, yang secara kumulatif meningkatkan rata-rata jumlah penjualan harian toko (Sularsih & Wiryawan, 2025). *Struk transaction day* (STD): Kecepatan dan kualitas layanan SAPA mendorong kebiasaan berbelanja ulang (*repeat order*) pada aplikasi Alfagift, yang secara kumulatif juga meningkatkan jumlah rata-rata struk yang keluar setiap hari. *Average Purchase Customer* (APC): Ketepatan pengiriman dan kepastian stok memicu konsumen untuk menambah variasi item belanjaan per kantong, sehingga meningkatkan rata-rata nilai belanja per pelanggan (Wijayanti & Nursal, 2025). Kesejahteraan Karyawan: Peningkatan kinerja STD, SPD dan APC yang konsisten berdampak positif pada peluang perolehan insentif kinerja toko SAPA (IKTS) bagi seluruh personil toko (Hutauruk & Tanjung, 2026).

Perbandingan dengan penelitian terdahulu

Hasil penelitian ini memperkuat dan memperluas temuan dari beberapa artikel ilmiah terdahulu: (Nurdiana, 2026) menegaskan bahwa pemenuhan standar layanan antar (SLA) waktu pengiriman sangat bergantung pada struktur koordinasi di titik awal keberangkatan barang operasional unit. Temuan empiris di Toko SAPA Alfamart Nguwok mengonfirmasi pandangan tersebut, di mana pencapaian 60,5% pengiriman tepat waktu (di bawah 30 menit) terbukti secara linier didorong oleh kecepatan respon personil toko saat memproses pesanan melalui sistem Aplikasi Pesanan Online (APO) Namun, penelitian di Toko Nguwok ini memperluas pandangan dengan menemukan anomali operasional lapangan. Jika (Nurdiana, 2026), lebih menekankan hambatan *last-mile* pada faktor eksternal seperti rute dan jarak tempuh geografis, temuan di lapangan menunjukkan bahwa faktor *internal bottleneck*—seperti penumpukan beban kerja kru toko pada jam sibuk (*peak hours*) dan kelalaian dalam proses *packing* produk hibrida (*food* dan *non-food*)—memiliki kontribusi yang tidak kalah besar dalam memicu risiko kegagalan SLA pengantaran. Dengan demikian, optimalisasi *last-mile delivery* dalam ekosistem ritel O2O tidak hanya memerlukan efisiensi transportasi fisik, melainkan penataan manajemen antrean digital sejak menit pertama notifikasi pesanan diterima oleh sistem toko. (Auditya, 2025), menyatakan bahwa dalam pemasaran digital ritel, kualitas

layanan elektronik (*e-service quality*) yang berkesinambungan akan menurunkan hambatan psikologis konsumen untuk berpindah ke kompetitor dan secara otomatis mendorong intensitas pembelian ulang. Nilai ekonomis dari *repeat order* ini sangat krusial bagi keberlanjutan bisnis Toko Alfamart Nguwok. Biaya untuk mempertahankan pelanggan lama melalui konsistensi layanan antar jauh lebih efisien secara operasional daripada biaya untuk mengakuisisi pengguna aplikasi baru. (LAKE & TAENA, 2024) menegaskan bahwa standar komunikasi dalam layanan antar merupakan elemen kritis dari kualitas pelayanan yang secara langsung membentuk kepuasan konsumen. (LAKE & TAENA, 2024), mengemukakan bahwa komunikasi yang terstandarisasi—mulai dari koordinasi pra-pengiriman hingga pengecekan barang bersama saat serah terima berfungsi sebagai instrumen pengurang ketidakpastian (*uncertainty reduction*) serta sarana validasi transaksi secara transparan. Kepatuhan petugas SAPA Toko Alfamart Nguwok terhadap lima tahap standar komunikasi tidak hanya menekan potensi komplain terkait barang tertinggal, tetapi juga menciptakan impresi positif yang memperkuat kepercayaan dan minat belanja ulang konsumen. Perbedaan / Kebaruan: Penelitian ini memberikan kontribusi spesifik pada konteks retail minimarket daerah (Alfamart Nguwok) dengan menyoroti pentingnya pengetatan SOP pemisahan item *food/non-food* yang belum banyak dibahas mendalam pada studi O2O terdahulu.

Kontribusi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis utama bagi literatur Manajemen Operasional dan Pemasaran Ritel Digital pada ekosistem *Online-to-Offline* (O2O) skala minimarket lokal. Pertama, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai integrasi ritel O2O dan *fulfillment*, di mana keandalan aplikasi digital seperti Alfagift terbukti sangat bergantung pada eksekusi operasional fisik di tingkat toko melalui Aplikasi Pesanan Online (APO). Penelitian ini mengonfirmasi *Uncertainty Reduction Theory* serta pandangan (LAKE & TAENA, 2024) bahwa kepatuhan terhadap lima tahap standar komunikasi beroperasi secara efektif sebagai alat pengendali kualitas untuk memitigasi risiko persepsi dan ketidakpastian transaksi konsumen. Penelitian ini menguatkan teori *Operational Bottleneck* dalam rantai pasok hilir dengan menunjukkan bahwa kegagalan pemenuhan standar layanan antar (SLA) pengiriman lebih sering dipicu oleh hambatan pemrosesan internal toko—seperti proses *picking* dan kendala penyortiran item hibrida saat saat *peak hours*—dibandingkan kendala *delivery* di lapangan.

Kontribusi manajerial

Secara praktis dan manajerial, temuan penelitian ini memberikan panduan strategis bagi manajemen operasional ritel modern dalam mengoptimalkan kinerja layanan *Online-to-Offline* (O2O) di tingkat unit toko (Padila & Widiastutik, 2025). Pertama, manajemen toko disarankan untuk mengimplementasikan mekanisme penugasan fleksibel dari *crew store* saat jam-jam sibuk (*peak hours*) guna mempercepat proses penyiapan barang (*picking & packing*) pada Aplikasi Pesanan Online (APO) dan menekan angka keterlambatan pengiriman melebihi standar layanan antar (SLA). Kedua, pihak manajemen wajib menegaskan kembali pengetatan Standar Operasional Prosedur (SOP) *packing* hibrida dengan mewajibkan pemisahan kantong belanjaan antara produk makanan (*food*) dan bahan kimia/pembersih (*non-food*) guna menjaga higienitas produk dan memenuhi ekspektasi konsumen. Ketiga, kurir SAPA diwajibkan untuk secara konsisten menjalankan lima tahap standar komunikasi—khususnya prosedur pengecekan fisik barang bersama konsumen saat serah terima—sebagai langkah preventif dalam memitigasi komplain barang tertinggal atau kurang. Terakhir, personel toko dihimbau untuk aktif mengedukasi pelanggan rutin agar mengoptimalkan fitur pengiriman terjadwal (*flexi time*) pada aplikasi Alfagift guna meratakan sebaran beban pesanan harian, yang pada akhirnya secara simultan menjaga stabilitas performa *Sales Per Day* (SPD), *Struck Transaction Day* (STD) dan *Average Purchase Customer* (APC) toko.

5. KESIMPULAN

Penelitian mengenai evaluasi kualitas standar operasional prosedur (SOP) melalui Aplikasi Pesanan Online (APO) di Toko Alfamart Nguwok ini berhasil menjawab seluruh rumusan masalah dan tujuan penelitian secara empiris. Peningkatan kedisiplinan operasional ini secara langsung memperbaiki efisiensi standar layanan antar (SLA) pengiriman *last-mile*, di mana tingkat ketepatan waktu (*% On Time*) melesat dari 80,0% di bulan Mei 2026 menjadi 95,0% di bulan Juli 2026, dengan rata-rata durasi pengantaran terpangkas dari 38,5 menit menjadi 21,2 menit per pesanan. Implikasi finansial dari optimasi alur operasional ini berbanding lurus dengan peningkatan volume transaksi sebesar 16,2%, kenaikan transaksi harian (*Struck Transaction Day*) dari 35 menjadi 40 transaksi, serta lonjakan nilai rata-rata keranjang belanja (*Average Purchase Customer*) sebesar 28,7%, yang secara kumulatif mendorong pertumbuhan omzet bulanan (*Total Sales*) sebesar 49,5% dari Rp113.400.000 menjadi Rp169.563.000. Secara teoritis dan aplikatif, penelitian ini memberikan kontribusi nyata pada keilmuan Teknik Industri, khususnya dalam cabang Manajemen Operasional,

Perancangan Sistem Kerja, dan Rantai Pasok Hilir (*Downstream Supply Chain*) (Syamil & Widowati, 2026). Penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa penataan ulang alur kerja internal melalui mekanisme penugasan fleksibel (*cross-functioning*) dan eliminasi hambatan proses (*operational bottleneck*) pada titik pemenuhan pesanan (*micro-fulfillment center*) mampu mengintegrasikan sistem informasi digital dengan kinerja fisik secara harmonis. Model integrasi ini memberikan kebaruan konseptual bahwa keandalan aplikasi digital O2O tidak akan berdiri sendiri tanpa didukung oleh standardisasi kerja fisik yang presisi di tingkat unit ritel terdepan. Berdasarkan temuan empiris mengenai dampak perbaikan kualitas pelayanan ritel O2O di lapangan, manajemen unit ritel direkomendasikan untuk secara formal mengimplementasikan sistem penugasan silang (*cross-functioning*) antar-personel toko guna memitigasi risiko *bottleneck* internal pada Aplikasi Pesanan Online (APO), khususnya saat terjadi lonjakan pesanan daring yang bersamaan dengan jam sibuk antrean kasir *offline* (Isharyani & Judijanto, 2026). Pihak manajemen operasional juga perlu memberlakukan standardisasi penggunaan kantong belanja dengan kode warna atau label pemisah yang kontras bagi kategori produk pembersih kimia (*non-food*) untuk menjaga aspek higienitas produk makanan secara konsisten tanpa bergantung penuh pada intuisi manual petugas penyiap barang (*picker*).

Lebih lanjut, untuk menekan angka selisih persediaan yang mengganggu keakuratan data aplikasi Alfabeta, toko wajib meningkatkan frekuensi perhitungan stok berkala (*Stok Opname* harian) secara terarah pada item-item produk yang bergerak cepat (*fast-moving*). Terakhir, guna mempertahankan stabilitas performa standar layanan antar (SLA) pengiriman dan ramah-tamah di titik serah terima, manajemen disarankan merancang skema insentif performa berbasis capaian persentase ketepatan waktu pengantaran (*% On Time*) bulanan yang terintegrasi untuk memotivasi para kurir Siap Antar Pesanan Anda (SAPA). Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam interpretasi maupun generalisasi hasil. Pertama, ruang lingkup pengumpulan data hanya berfokus pada satu unit gerai ritel (*single outlet*) dengan jumlah sampel survei yang relatif terbatas (43 responden), sehingga temuan ini tidak dapat digeneralisasikan secara langsung ke seluruh jaringan toko ritel modern di wilayah urban maupun rural lainnya. Kedua, rentang waktu pengamatan kinerja operasional dan finansial toko hanya mencakup perbandingan jangka pendek antara Mei dan Juli 2026, sehingga model analisis ini belum mampu merekam efek fluktuasi musiman (*seasonal variations*) seperti lonjakan transaksi pada hari raya keagamaan atau periode promosi akhir tahun. Ketiga, perbandingan before-after pada penelitian ini bersifat deskriptif tanpa uji signifikansi statistik formal dan tanpa kontrol terhadap variabel eksternal makro seperti

perubahan strategi harga kompetitor ritel terdekat atau stabilitas infrastruktur jaringan internet lokal, sehingga hubungan sebab-akibat antara perbaikan SOP dan kenaikan KPI toko bersifat indikatif, bukan pembuktian kausal yang definitif. Untuk melengkapi, memperluas, serta menyempurnakan cakupan kajian ilmiah di bidang teknik industri dan manajemen rantai pasok hilir ritel modern, agenda penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas klaster sampel dengan melibatkan model multi-lokasi (*multi-site study*) yang mencakup beberapa cabang ritel lintas wilayah geografi guna menangkap variasi karakteristik perilaku konsumen yang lebih heterogen. Peneliti masa depan juga disarankan untuk menerapkan pendekatan studi longitudinal dengan durasi pengamatan yang lebih panjang (misalnya enam hingga dua belas bulan) untuk menguji konsistensi dampak perbaikan sistem kerja fisik ini terhadap daya tahan loyalitas pelanggan (*customer retention*) serta nilai jangka panjang pelanggan (*Customer Lifetime Value*).

Terakhir, pengembangan model penelitian dapat diarahkan pada integrasi kerangka analisis berbasis teknologi, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), untuk mengevaluasi aspek kenyamanan antarmuka pengguna digital, serta pemanfaatan metode simulasi sistem diskrit (*discrete event simulation*) guna menemukan titik optimal alokasi armada pengantar *last-mile delivery* ritel. Penulis utama bertanggung jawab penuh atas konseptualisasi ide dasar penelitian, perancangan metodologi, pelaksanaan pengamatan operasional secara partisipatif di Toko Alfamart Nguwok, penyusunan instrumen kuesioner survei, serta pengolahan dan analisis data statistik secara mandiri. penulis kedua dan ketiga berkontribusi secara signifikan sebagai validator ahli dalam menyusun dan memperkuat kerangka teoritis penelitian, mengarahkan fokus analisis manajemen operasional ritel, serta melakukan penelaahan kritis dan revisi mendalam terhadap draf naskah dari tahap awal hingga tahap penyempurnaan akhir. Seluruh penulis telah meninjau, melakukan diskusi evaluatif bersama, dan menyetujui versi akhir dari naskah artikel ilmiah ini untuk dipublikasikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, fasilitas, dan kontribusi nyata hingga penelitian ini selesai dengan baik. Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada jajaran manajemen PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dan seluruh tim operasional Toko Alfamart Nguwok, terutama para personel Siap Antar Pesanan Anda (SAPA), atas izin penelitian, kerja sama, serta keterbukaan akses data operasional selama proses pengamatan lapangan. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada para dosen pembimbing atas

arahan, bimbingan akademis, dan masukan konstruktif yang sangat berharga dalam penyempurnaan kerangka serta naskah penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada 43 responden pelanggan aktif Alfagift yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan masukan objektif demi kemajuan penelitian ini. Dukungan dari seluruh pihak yang terlibat menjadi pijakan utama dalam mewujudkan publikasi ilmiah ini. Terakhir, penulis ingin menginginkan ucapan terima kasih kepada diri sendiri, Ahmad Tsalisul Khafid. Terima kasih sudah berjalan sejauh ini, mari untuk selalu bekerja keras untuk mewujudkan setiap mimpi yang tertunda.

DAFTAR REFERENSI

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan pelanggan & pencapaian brand trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Agustina, D. (2021). *Analisis penerapan standar operasional prosedur (SOP) dalam meningkatkan kualitas kerja karyawan Bengkel Auto Dakar Ponorogo* [Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo].
- Anwar, I. (2026). *Kerangka efisiensi operasional: Cara memetakan pemborosan, menemukan bottleneck, dan membangun SOP yang benar-benar dipatuhi*. PT Hibrkrft Kreasi Indonesia.
- Arsyad, W. (2023). *Model operasional bisnis e-commerce (Studi kasus Tokopedia)* [Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo].
- Auditya, E. K. (2025). Pengaruh digital marketing dan e-service quality terhadap repurchase intention pada pengguna GrabFood di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/jmp.11.1.1-14>
- Christina Margaretha Purba, M. M., & Haliza, S. I. (2026). Optimalisasi last-mile delivery melalui integrasi real-time tracking dan dynamic routing pada layanan jasa pengiriman barang di Indonesia. *Lebah*, 19(3), 436–444.
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. M. (2024). Peran kualitas pelayanan, kepercayaan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2598, 4950. <https://doi.org/10.32493/Inovasi.v11i1.p150-163.40256>
- Fatimah, H. (2025). *Pengaruh biaya operasional dan pendapatan terhadap kinerja keuangan berdasarkan return on asset (ROA) pada PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk yang terdaftar di BEI tahun 2021–2024* [Doctoral dissertation, IAIN Parepare].
- Forester, B. J., & Isnaini, M. (2024). Penelitian kuantitatif: Uji reliabilitas. *EDU SOCIETY: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1812–1820. <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.577>
- Friska, P. (2026). *Pengaruh customer relationship management (CRM), customer experience terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening ditinjau dalam perspektif bisnis Islam (Studi customer RA Shop Bandar Lampung)* [Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung].

- Hutauruk, J. D., & Tanjung, R. (2026). Peran mediasi human capital dalam pengaruh pelatihan pengembangan dan insentif terhadap produktivitas karyawan Erlangga. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 15(01), 225–239.
- Irawan, I. C. (2025). Peran kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan dalam membangun niat belanja ulang. *Solusi*, 23(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i4.12894>
- Isharyani, M. E., & Judijanto, L. (2026). *Manajemen ritel: Konsep, strategi, dan implementasi di era digital*. PT. Sonpedia Publishing.
- Istiyawari, L. H., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Solusi*, 19(3), 329–339. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4053>
- Khairi, M. F., & Herlinda, H. (2025). Evaluasi keabsahan dan keandalan instrumen penelitian. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 15(2), 709–716. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v15i2.891>
- Khoiroh, U., & Anam, S. (2026). Analisis teknik sampling dalam penelitian kuantitatif dan pengaruhnya terhadap kualitas data. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1418–1424.
- Lake, Y. S., & Taena, E. T. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telekomunikasi PT. Telkom Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi*, 3(2), 1–9.
- Lasut, S. M. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kantor Pos Manado* [Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Manado].
- Losung, T. S., & Samandi, A. (2025). *Pengaruh sistem aplikasi SAP (System, Application and Product in Data Processing) untuk meningkatkan efisiensi operasional di PT Angkasa Pura Indonesia Bandar Udara Sam Ratulangi Manado* [Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Manado].
- Luluk, A. R. (2023). *Pengaruh ketepatan waktu dan keamanan barang terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ekspedisi dalam perspektif bisnis Islam (Studi pada J&T Express Drop Point Jl. Gatot Subroto Pahoman Bandar Lampung)* [Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung].
- Mubarok, R., & Muslikhun, A. (2025). Kepuasan pelanggan ritel tradisional: Peran harga, variasi produk, pelayanan, dan pengaruhnya terhadap loyalitas serta perilaku pembelian konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 3(4), 142–158. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3563>
- Mutiah, R. A. (2025). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner penilaian manajemen sarana dan prasarana. *LENTERA: Jurnal Kajian dan Riset Pendidikan Islam*, 3(2), 81–91.
- Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respons terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Marugame Udon. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 249–259. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2715>
- Nurdiana, I. (2026). *Indopakot: Optimalisasi logistik titik-ke-titik dalam ekosistem ritel digital*. Afdan Rojab Publisher.
- Padila, A. N., & Widiastutik, A. D. (2025). Strategi peningkatan daya saing PT Indomaret melalui analisis manajemen strategik dan SWOT. *Jurnal Ekonomi, Akutansi dan Organisasi*, 3(1), 68–80.

- Putri, S. D., & Firdausia, Y. K. (2026). Kualitas layanan dan kecepatan pengiriman dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Andiarta Muzizat Ninjapress Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 15(01), 481–495.
- Qalbia, N. N., & Anwar, D. R. (2026). Analisis pengaruh efisiensi operasional dan customer experience terhadap kinerja bisnis ritel di Kabupaten Bone. *JUMESI: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 116–129.
- Rachmawati, I. U., & Ruhana, N. (2025). Preferensi pelaku usaha pada e-commerce terhadap layanan last mile delivery. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 14(4), 2411–2429. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i4.3633>
- Rahmat, H. (2025). *Persepsi konsumen sebagai penentu dalam hubungan variabel antara kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian dalam bisnis Islam studi pada konsumen Napolly Bandar Lampung* [Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung].
- Ramadhani, N. R., & Irmayani, I. (2026). Peran manajemen strategi dalam pelayanan servis excellent di minimarket. *ANTHOR: Education and Learning Journal*, 5(3). <https://doi.org/10.31004/anthor.v5i3.743>
- Salam, A. (2025). *Manajemen operasional*. CV Eureka Media Aksara.
- Sari, D. Y., & Sari, M. (2025). *Metodologi penelitian*. NEXUS BOOKS.
- Setiyawan, F., & Saputra, S. T. (2025). Evaluasi penerapan standar operasional prosedur unit informasi Bandar Udara Aji Pangeran Tumenggung Pranoto Samarinda. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(7).
- Sularsih, D. A., & Wiryawan, D. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Alfagift di Bandar Lampung. *Nusantara Hasana Journal*, 4(10), 219–239.
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood (Studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Syamil, A. J., & Widowati, D. (2026). *Manajemen rantai pasok: Teori dan implementasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Transistari, R. (2024). *Kualitas layanan: Dampaknya terhadap niat perilaku konsumen*. Deepublish.
- Wahyudi, M. A., & Didi Indrakusuma, M. B. (2025). *Omnichannel dalam distribusi modern*. Penerbit KBM Indonesia.
- Wijayanti, I. R., & Nursal, M. F. (2025). Pengaruh promosi, harga, live shopping dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan TikTok Shop. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 3(3).