

REPORT HASIL SURVEI

ICSX BENCHMARK

Satisfaction & Brand Strength Report 2026

ICSX Benchmark dirancang untuk mengukur dua hal yang sering kali dilihat secara terpisah: seberapa kuat posisi sebuah brand dibandingkan kompetitornya, dan seberapa jauh kepuasan pelanggan benar-benar berkembang menjadi hubungan yang lebih dalam dengan brand.

Loyalitas lahir ketika sebuah brand mulai menjadi bagian dari keseharian pelanggan.



IBCSA 2026

Indonesia Best Customer
Satisfaction Award

Beerka
Nurturing Service & Trust

Laporan resmi capaian indeks kepuasan:

- Berbasis parameter 4C (BEST CSI 4C)
- Mencakup +100 kategori produk dan layanan
- Mencakup +300 merek

Brand puas belum tentu brand yang aman

“

Hari ini, kompetitor bisa dengan cepat mengikuti harga, memperluas akses, bahkan meniru cara sebuah brand berkomunikasi dengan konsumennya.

Kalau loyalitas pelanggan hanya bertumpu pada hal-hal tersebut, apakah itu benar-benar sebuah keunggulan?

Bisa jadi brand hanya sedang menunggu sampai **pelanggan menemukan pilihan lain yang terasa lebih menarik**.

”

Beerka Research hadir untuk menjawab pertanyaan yang mungkin jarang ditanyakan, tetapi justru sering menentukan arah sebuah brand.

01 Ada gap yang belum terukur

Skor kepuasan yang tinggi tidak otomatis berarti sebuah brand sulit ditinggalkan.

Ada jarak antara “**pelanggan puas**” dan “**pelanggan benar-benar terikat**”. Sayangnya, gap ini masih jarang diukur secara mendalam.

02 Loyalitas semu itu nyata

Tidak semua pelanggan yang terus membeli benar-benar mencintai sebuah brand.

Sebagian mungkin bertahan hanya karena merasa malas untuk pindah, sudah terbiasa, atau belum menemukan alasan yang cukup kuat untuk mencoba alternatif lain.

03 Jangan berhenti di angka

Riset konvensional sering kali berakhir pada skor rata-rata.

Kami ingin melihat lebih jauh.

Kami menelusuri data sampai ke level individu untuk memahami apa yang sebenarnya mendorong kepuasan, loyalitas, rekomendasi, hingga kemungkinan pelanggan berpindah.

Dua pertanyaan mendasar yang seringkali belum terjawab

SATISFACTION REPORT

Mengukur apa yang benar-benar penting

“

Skor kepuasan brand Anda tinggi. Tapi apakah brand tersebut sudah menjadi bagian dari kehidupan pelanggan, atau baru sebatas angka dalam survei?

”

Kami tidak berhenti pada pengukuran skor kepuasan.

Kami ingin melihat apakah kepuasan tersebut benar-benar berkembang menjadi hubungan yang lebih kuat dengan brand—hubungan yang menjadi fondasi bagi loyalitas jangka panjang.

BRAND STRENGTH REPORT

Loyal saja belum cukup

“

Pelanggan memang loyal, tetapi apakah mereka bersedia menjadi *advocate*? Kalau tidak, jangan-jangan masih ada kekuatan brand yang belum dimanfaatkan.

”

Melihat apakah kekuatan brand benar-benar bekerja untuk mendorong pertumbuhan, atau hanya terlihat bagus di dalam angka survei.

YANG KAMI TAWARKAN

Dua Core Diagnostic untuk keputusan strategis

Setiap diagnosis berasal dari satu proses riset lapangan yang sama dilakukan secara cermat, terstruktur, dan dapat dipertanggungjawabkan.

CORE DIAGNOSTIC

Satisfaction Report

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan sekaligus melihat apakah kepuasan tersebut benar-benar berkembang menjadi loyalitas.

CORE DIAGNOSTIC

Brand Strength Report

Mengukur seberapa kuat sebuah brand di mata pelanggan dan seberapa siap fondasi brand tersebut untuk berkembang lebih jauh.

Kedua laporan juga dilengkapi dengan **materi aktivasi** berupa ringkasan visual, materi komunikasi untuk media, serta konten media sosial yang siap digunakan.

Tujuannya sederhana: temuan riset tidak berhenti sebagai laporan di meja, tetapi bisa benar-benar digunakan oleh tim internal maupun dikomunikasikan kepada publik.

Mengapa kedua diagnosis ini saling melengkapi?

01 Satisfaction Report menjawab: APA

Tidak semua pelanggan yang terus membeli benar-benar mencintai sebuah brand.

02 Brand Strength Report menjawab: BAGAIMANA

Apakah keterikatan tersebut benar-benar dapat diarahkan menjadi pertumbuhan yang terukur?

Dengan menggabungkan keduanya, brand mendapatkan gambaran yang lebih utuh. Mulai dari kualitas hubungan dengan pelanggan hingga kemampuan brand mengubah kekuatan tersebut menjadi peluang pertumbuhan. _____

Bukan hanya laporan, brand Anda juga berpeluang menjadi peserta **IBCSA Award**

IBCSA

(Indonesia Best Customer Satisfaction Award)

IBCSA merupakan penghargaan bagi brand dengan capaian indeks 4C terbaik di kategorinya. Penilaian tersebut berasal dari proses riset yang sama dengan laporan yang Anda dapatkan dalam program ini.



IBCSA diselenggarakan oleh Majalah SWA bersama Beerka Research sebagai mitra riset resmi.

Mengapa ini relevan bagi brand?

01 Bukan hanya *insight*, tetapi juga *recognition*

Brand dengan performa 4C yang tinggi berpeluang mendapatkan predikat IBCSA, termasuk hak penggunaan badge dan sertifikat sesuai ketentuan yang berlaku.

02 Menambah *kredibilitas brand*

Predikat IBCSA memberikan bentuk pengakuan eksternal yang independen. Hal ini dapat memperkuat cara brand berkomunikasi dengan pasar maupun media.

100+ kategori Produk/Layanan

300+ Nominasi dari 992 Brand

PROFIL

- **Total Responden**
3.384 responden
- **Area**
6 kota besar (Medan, Bandung, Jakarta, Semarang, Surabaya, Makasar)
- **Gender**
Laki/Perempuan
- **Usia**
18+ mewakili Gen Z, Y, X
- **SES**
ABC
- **Metode**
Kombinasi Random + Booster Sampling
- **Kriteria**
Berpengalaman menggunakan atau membeli produk/brand sesuai kategori
- **Kategori**
100+ Kategori produk/layanan

PARAMETER 4 C

- **Customer Solution (Solusi Pelanggan)**
 - Functional fit →Kesesuaian Fungsional
 - Perceived quality →Kualitas yang Dirasakan
- **Customer Cost (Biaya Pelanggan)**
 - Perceived value →Nilai yang Dirasakan
 - Usage & access practicality → Kepraktisan Penggunaan & Akses
 - Price competitiveness →Daya Saing Harga
- **Customer Communication (Komunikasi Pelanggan)**
 - Information honesty →Kejujuran Informasi
 - Communication relationship → Kualitas Komunikasi
- **Customer Convenience (Kenyamanan Pelanggan)**
 - Easily found →Kemudahan Ditemukan
 - Availability →Ketersediaan Produk/Layanan

CORE DIAGNOSTIC

Satisfaction Report

Bukan hanya soal seberapa puas pelanggan

Satisfaction Report dirancang untuk melihat apakah kepuasan sudah berkembang menjadi sesuatu yang lebih dalam, bahkan menjadi bagian dari kehidupan pelanggan.

Hubungi Tim Beerka Research

Klik Disini !

YANG ANDA DAPATKAN

- Skor kepuasan berdasarkan kerangka 4C: Solution, Cost, Communication, Convenience
- Diagnosis mengenai **loyalitas sejati versus loyalitas semu**
- Identifikasi faktor yang paling kuat mendorong kepuasan pelanggan
- Peta kekuatan brand & Roadmap aksi yang dapat dilakukan secara bertahap

Keputusan yang baik membutuhkan dasar data yang baik pula. Laporan ini membantu brand menentukan apa yang perlu menjadi prioritas berdasarkan temuan riset.

Satisfaction Report

01. The Satisfaction Story

Latar belakang, tujuan, dan pertanyaan utama yang ingin dijawab melalui penelitian.

02. Who Are the Customers?

Profil dan karakteristik pelanggan

03. The Customer Experience Journey

Bagaimana pengalaman pelanggan terbentuk selama interaksi

04. Category Satisfaction Landscape

Gambaran kepuasan konsumen secara keseluruhan di dalam kategori.

05. Brand Satisfaction Scorecard

Skor kepuasan setiap brand dan posisi terhadap kompetitor

06. Beyond the Score

Melihat lebih dalam apa yang sebenarnya berada di balik angka kepuasan.

07. The Satisfaction Drivers

Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

08. Loyalty & Recommendation

Seberapa kuat satisfaction menjadi loyalitas dan kemauan untuk merekomendasikan.

09. The Customer Decision Journey

Pengalaman dan Keputusan : apakah stay, return, recommend, atau leave.

10. Who Is the Satisfied Customer?

Profil pelanggan berdasarkan tingkat kepuasan

11. Customer Segments by Behavior

Segmentasi pelanggan berdasarkan pola perilaku.

12. Price & Promotion Response

Respons pelanggan terhadap harga dan promosi

13. The Switching Risk

Mengidentifikasi risiko pelanggan berpindah serta faktor yang dapat memicunya.

14. Satisfaction Strength Map

Memetakan kekuatan dan kelemahan satisfaction sebuah brand.

15. Priority Actions & Roadmap

Menentukan prioritas perbaikan serta langkah yang perlu dilakukan.

16. The Satisfaction Verdict

Merangkum temuan utama dan arah strategis yang perlu diperhatikan.

CORE DIAGNOSTIC

Brand Strength Report

Apakah kekuatan brand benar-benar mendorong pertumbuhan?

Bukan sekadar melihat apakah brand memiliki angka yang kuat, tetapi memahami apakah kekuatan tersebut benar-benar bisa digunakan untuk tumbuh.

Hubungi Tim Beerka Research

Klik Disini !

YANG ANDA DAPATKAN

- Skor kekuatan brand berdasarkan **lima dimensi utama**
- Diagnosis mengenai kesiapan brand untuk tumbuh lebih jauh
- Identifikasi peluang akuisisi, termasuk pelanggan kompetitor yang berpotensi direbut
- Roadmap pertumbuhan yang spesifik untuk brand

Investasi pertumbuhan yang tepat sasaran dimulai dari satu hal: mengetahui posisi brand yang sebenarnya.

Bukan berdasarkan apa yang kita kira. Tetapi berdasarkan apa yang dirasakan dan dipersepsikan konsumen.

Brand Strength Report

01. The Brand Strength Story

Latar belakang dan tujuan pengukuran.

02. Executive Brand Snapshot

Temuan utama dan posisi brand secara keseluruhan

03. Consumer & Financial Context

Profil konsumen, kondisi finansial, serta konteks kategori.

04. How Consumers Engage

Pola penggunaan dan cara konsumen berinteraksi dengan kategori.

05. Brand Awareness & Mindshare

Seberapa dikenal brand dan seberapa kuat kehadirannya di benak konsumen.

06. The Choice Equation

Faktor-faktor yang mendorong konsumen memilih sebuah brand.

07. Brand Image & Perception

Bagaimana brand dipersepsikan konsumen

08. Competitive Positioning

Posisi brand terhadap kompetitor

09. Brand Value & Experience

Nilai dan pengalaman yang dirasakan konsumen.

10. The Brand Trust Advantage

Tingkat kredibilitas, kepercayaan, dan confidence konsumen terhadap brand.

11. Ease of Access

Seberapa mudah brand ditemukan, diakses, dan dibeli.

12. Loyalty & Advocacy

Kekuatan loyalitas dan kemauan merekomendasikan

13. The Customer Retention Challenge

Kemampuan brand dalam mempertahankan pelanggan.

14. Where Customers Go

Risiko perpindahan pelanggan dan arah perpindahan tersebut.

15. Brand Strength Index

Skor komposit kekuatan brand

16. Ranking & Competitive Standing

Posisi ranking brand dalam kategori dan relative standing

17. Growth Readiness

Seberapa siap fondasi brand untuk tumbuh.

18. Brand Growth Roadmap

Prioritas dan langkah pertumbuhan brand

19. Methodology, Index & Conclusion

Dasar pengukuran, formula indeks, serta kesimpulan akhir.

Memastikan temuan riset tidak berhenti sebagai laporan

Semua materi aktivasi dibuat langsung berdasarkan data dari **Core Diagnostic**. Artinya, materi tersebut merupakan cara untuk membawa hasil riset ke dalam komunikasi internal maupun eksternal.

Hubungi Tim
Beerka Research

Klik Disini !

Category Snapshot

Ringkasan visual untuk satu kategori secara utuh, mencakup highlight brand terdepan, funnel, dan tren utama.

Cocok digunakan sebagai materi presentasi internal yang ringkas.

Hubungi Tim
Beerka Research

Klik Disini !

Media Press Kit

Data point utama beserta narasi yang siap digunakan atau dikutip oleh media.

Tersedia dalam tiga alternatif tema komunikasi.

Hubungi Tim
Beerka Research

Klik Disini !

Social Content Pack

20 angle konten visual yang diturunkan dari data survei dan dapat digunakan secara bergantian sepanjang satu bulan.

PAKET & INVESTASI

Pilih kedalaman riset sesuai kebutuhan Anda

PAKET A

Rekomendasi

FULL INTELLIGENCE

Satisfaction Report + Brand Strength Report + seluruh materi aktivasi.

Klik Disini !

PAKET B

CATEGORY DEEP DIVE

Satisfaction Report +
Brand Strength Report.

Klik Disini !

PAKET C

SINGLE REPORT

Pilih Satu :

Satisfaction Report /
Brand Strength Report

Klik Disini !

PAKET D

CONTENT PACK

Category Snapshot +
Media Press Kit +
Social Content Pack.

Klik Disini !

PANDUAN MEMILIH

- Butuh gambaran paling menyeluruh sekaligus materi komunikasi lengkap? **Pilih Paket A.**
- Ingin melihat kepuasan dan kekuatan brand secara bersamaan? **Pilih Paket B.**
- Ingin fokus pada satu aspek terlebih dahulu? **Pilih Paket C.**

BENEFIT SETIAP PAKET



BENEFIT		A	B	C	D
1.	Mengetahui indikasi kepuasan brand untuk keputusan marketing & perbaikan	✓	✓	✓	—
2.	Mengetahui kedalaman relasi brand dengan pelanggan melalui diagnosis psikososial	✓	✓	✓	—
3.	Mengetahui posisi brand head-to-head dengan kompetitor per dimensi	✓	✓	✓	—
4.	Tracking kinerja brand tiap periode sehingga tren dapat terlihat	✓	✓	✓	—
5.	Support konten berbasis data survei yang siap dikutip media	✓	✓	✓	✓
6.	Dokumentasi laporan resmi dalam bentuk soft copy & hard copy	✓	✓	✓	—
7.	Pencantuman logo brand Anda pada publikasi <i>Cross-Category Benchmark Report 2026</i>	✓	✓	✓	—
8.	Snapshot visual satu kategori meliputi <i>highlight brand, funnel</i> , dan tren utama, untuk presentasi internal	✓	✓	✓	✓
9.	Sesi webinar mengenai cara membaca hasil diagnosis	✓	✓	✓	✓
10.	Sesi presentasi 1 jam bersama tim Beerka Research mengenai temuan riset	✓	✓	✓	—
11.	Konsultasi singkat setelah laporan untuk memperjelas rekomendasi	✓	✓	✓	—
12.	Prioritas penjadwalan untuk riset periode berikutnya	✓	✓	✓	—
13.	Diskon otomatis untuk pemesanan riset berikutnya	✓	✓	✓	✓
14.	3 alternatif tema Press Kit sesuai kebutuhan komunikasi	✓	—	—	✓
15.	20 konten media sosial siap posting untuk satu bulan	✓	—	—	✓

LAMPIRAN

CONTOH FRAME CAROUSEL



FRIGO
COOLING EXPERT

**NEMPEL DI
KEBIASAAN**

82%
RESPONDEN

Merasa Frigo sudah otomatis menjadi bagian dari rutinitas mereka—bukan sesuatu yang harus dipikirkan ulang setiap kali ingin membeli.

@frigo

Sumber: Beerka Research · Survei ICSX 2026 · Q18-19



AQUARA

**AMAN UNTUK
KELUARGA**

**9 DARI 10
ORANG**

Percaya Aquara aman dikonsumsi oleh keluarga dalam jangka panjang, bukan hanya untuk kebutuhan hari ini.

@aquara.id

Sumber: Beerka Research · Survei ICSX 2026 · Q28



TURBOMAX
OLI MOTOR

**BEDA DARI
YANG LAIN**

2X
LEBIH DIINGAT

Turbomax lebih gampang diingat sebagai pilihan spesifik, dibanding rata-rata brand oli lain.

@turbomax.id

Sumber: Beerka Research · Survei ICSX 2026 · Q22



SEJUK
Sejuknya Sampai Hati

**SIAP BELA
BRAND**

3X
LEBIH MUNGKIN BELA

Pelanggan Sejuk lebih mungkin membela brand tersebut dibandingkan rata-rata pelanggan brand lain dalam kategori AC.

@sejuk.id

Sumber: Beerka Research · Survei ICSX 2026 · Q39-41



MEJA KITA
RESTORAN KELUARGA

**PERPINDAHAN
KOMPETITIF**

**1 DARI 3
PELANGGAN**

Pelanggan Meja Kita saat ini ternyata dulunya setia ke resto keluarga lain.

@mejakita.id

Sumber: Beerka Research · Survei ICSX 2026 · Q14 vs Q12

LAMPIRAN

CONTOH MEDIA PRESS KIT

MediaUpdate

Beranda

Ekonomi

Industri

Otomotif

Teknologi

Gaya Hidup

Rilis Pers



Beranda > Rilis Pers > Industri > Otomotif

RILIS PERS

OTOMOTIF

TURBOMAX Catat Indeks Kepuasan Pelanggan 4,05 dari Skala 5 di Kategori Oli Motor

Hasil riset independen 2026 menunjukkan TURBOMAX unggul di dimensi Solution melalui kualitas dan perlindungan mesin.



Redaksi MediaUpdate
20 Mei 2026 • 4 menit baca

Bagikan:



DATA POINT SIAP DIKUTIP

- ✓ Satisfaction Index TURBOMAX: **4,05/5**, berada dalam kategori **"Strong"** berdasarkan riset kepuasan pelanggan oli motor 2026.
- ✓ TURBOMAX unggul pada dimensi **Solution**, khususnya dalam aspek kualitas dan perlindungan mesin, dibandingkan rata-rata kategori.
- ✓ Data diperoleh dari survei terhadap **480 responden** pengendara motor aktif di Jabodetabek menggunakan metode kuantitatif terstruktur.
- ✓ Penelitian merupakan bagian dari studi independen mengenai kepuasan pelanggan pada kategori pelumas kendaraan roda dua tahun 2026.

KUTIPAN NARASUMBER

“Skor ini menunjukkan konsistensi kami dalam menjaga performa produk, mulai dari perlindungan mesin hingga kemudahan penggunaan sehari-hari.”

— [Nama Jabatan], TURBOMAX
(placeholder narasumber)

Tentang Riset: Survei kepuasan pelanggan oli motor 2026 dilakukan secara independen oleh lembaga riset terkemuka terhadap 480 responden pengendara motor aktif di Jabodetabek pada April–Mei 2026.

MEDIA PRESS KIT

BRAND TURBOMAX
KATEGORI OLI MOTOR

- Tentang Turbomax
- Foto Produk (High Res)
- Infografik Data
- Profil Narasumber
- Unduh Media Kit (ZIP, 25 MB)

ARTIKEL TERKAIT



Tren Oli Motor 2026: Perlindungan Mesin Jadi Prioritas Utama
18 Mei 2026



Peran Kualitas Oli dalam Performa dan Umur Mesin
15 Mei 2026



Tips Memilih Oli Motor Sesuai Kebutuhan Harian
12 Mei 2026

Ketentuan Penggunaan dan Disclaimer

01. Scope of Data

Data dan insight yang diberikan terbatas pada ruang lingkup, kategori, target audience, dan periode survei yang telah ditetapkan.

03. Interpretation

Hasil penelitian menggambarkan persepsi responden pada saat survei dilakukan. Karena itu, hasil tersebut tidak dapat dianggap sebagai representasi mutlak dari seluruh kondisi pasar.

05. Use of Results

Hasil survei dapat digunakan untuk kebutuhan internal maupun komunikasi brand, selama penggunaannya tetap sesuai dengan data, hasil, dan scope yang telah disepakati.

07. Awards Assets

Penggunaan nama, logo, badge, sertifikat, maupun predikat Brand Awards mengikuti format dan periode penggunaan yang ditetapkan oleh penyelenggara.

02. Methodology

Hasil survei dan indeks dihitung berdasarkan metodologi, indikator, serta weighting yang telah ditentukan oleh penyelenggara.

04. Awards Ranking

Peringkat Brand Awards merupakan hasil pengukuran berbasis indeks. Peringkat tersebut tidak secara otomatis menggambarkan market share, sales performance, kualitas produk, ataupun superioritas bisnis.

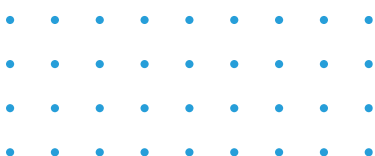
06. Publication

Untuk penggunaan eksternal, hasil pada prinsipnya perlu mencantumkan sumber, periode survei, dan konteks yang relevan. Penggunaan tersebut juga tidak boleh mengubah makna dari hasil penelitian.

08. Disclaimer

Hasil survei merupakan data yang berbasis pada responden dan tidak dimaksudkan sebagai jaminan atas performa bisnis di masa mendatang.

Setiap keputusan bisnis yang dibuat berdasarkan hasil penelitian menjadi tanggung jawab pengguna data.



Form Konfirmasi Pemesanan Pembelian (PO)

SCAN ME !



Untuk mengisi form konfirmasi
secara online

TERIMA KASIH

Keputusan besar layak
didasari bukti, **bukan asumsi**

Tim Beerka Research siap berdiskusi mengenai kebutuhan riset yang lebih spesifik untuk brand Anda dan membantu merekomendasikan paket yang paling relevan.



halo@beerka.co.id



+62 878-0403-6583



www.beerka.co.id