

Nama : Rizqi Rahmawati Chotimah

Nim : 21070113120036

Kelas : C

Tugas 2 Pertemuan 1

## **KEPUASAN PELANGGAN DALAM KONSEP PENGENDALIAN MUTU**

Rizqi Rahmawati Chotimah

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

E-mail: rizqirahma20@gmail.com

### **ABSTRAKS**

Konsep pengendalian mutu merupakan suatu pemikiran dasar untuk menilai hasil yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kegiatan produk atau jasa untuk mewujudkan mutu produk atau jasa yang berkesinambungan dalam konteks memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Konsep pengendalian mutu banyak dimanfaatkan perusahaan untuk mendapatkan pelanggannya dengan cara “memberikan cara terbaik” melalui kualitas produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Karena menginginkan kualitas produk yang diharapkan sesuai dengan keinginan konsumen, maka perusahaan juga harus memperhatikan kepuasan pelanggan agar produk yang dipasarkan dapat memuaskan berbagai kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan pelanggan, pengendalian mutu, perusahaan, pelanggan

### **1. Pendahuluan**

Dalam era modern ini, para produsen bersaing secara bebas memperkenalkan produk-produk mereka kepada konsumen agar mau menggunakan produk-produk yang telah mereka tawarkan. Dalam menawarkan suatu produk, para produsen berupaya untuk meningkatkan mutu produknya sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan konsumen. Kualitas sebuah produk yang diterima pelanggan merupakan salah satu kekuatan terpenting yang menentukan keberhasilan, perkembangan, dan keberlanjutan suatu perusahaan. Karena pelanggan merupakan stakeholder utama yang akan menikmati produk yang ditawarkan perusahaan. Untuk itulah perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan dalam menciptakan produknya agar produk yang dipasarkan tersebut dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan

pelanggannya. Saat ini kepuasan pelanggan dijadikan sebagai ukuran seberapa baik suatu perusahaan tersebut menjalankan bisnis. Untuk itulah perusahaan perlu mengetahui pentingnya kepuasan pelanggan serta mengetahui terobosan-terobosan yang mampu diterapkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan tersebut.

## **2. Kajian Literatur**

Konsumen/customer adalah semua orang yang menggunakan, membeli, menghabiskan barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen untuk digunakan dalam kehidupan sehari – hari. Setiap perusahaan, baik perusahaan barang maupun perusahaan jasa harus mengerti dan memahami konsumen.

Menurut Bean, Freeport Maine yang dikutip oleh M.N Nasution (2004 : 42) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu sebagai berikut :

- a. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
- b. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya.
- c. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
- d. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Kepuasan dapat didefinisikan evaluasi setelah pembelian produk atau jasa setelah adanya ekspektasi sebelum membeli. Menurut ahli, kepuasan pelanggan adalah kesenangan atau kekecewaan individu setelah membandingkan kinerja/hasil produk sebenarnya dengan ekspektasinya. Kepuasan pelanggan merupakan usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar produk yang dipasarkan dapat memuaskan berbagai kebutuhan pelanggan. Terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Hygiene Factors = Basic expectation

Aspek pelayanan dimana ketika ekspektasi konsumen dipenuhi, tidak memberikan kepuasan, namun jika tidak dipenuhi memberikan kekecewaan / ketidakpuasan.

2. Enhancing Factors = Satisfier expectation

Aspek pelayanan dimana ketika ekspektasi konsumen dipenuhi akan memberikan kepuasan, namun jika tidak dipenuhi tidak memberikan kekecewaan / ketidakpuasan.

3. Dual Threshold Factors = Delighter expectation

Aspek pelayanan dimana ketika perusahaan gagal memenuhi ekspektasi akan memberi ketidakpuasan pada konsumen, namun jika dipenuhi pada level tertentu akan memberikan kepuasan.

### **3. Metodologi**

Dalam penulisan *paper* ini, penulis menggunakan metode literatur. Literatur yang digunakan berasal dari buku-buku dan jurnal-jurnal yang relevan. Buku yang digunakan adalah buku-buku mengenai pengendalian kualitas.

### **4. Hasil dan Pembahasan**

Untuk memuaskan kebutuhan dan harapan pelanggan, terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan oleh manajemen suatu perusahaan, diantaranya :

1. Memahami kebutuhan dan harapan pelanggan
2. Menentukan karakteristik utama produk yang akan digunakan oleh pelanggan dan pemakai akhir
3. Menentukan dan menaksir tingkat kompetisi perusahaan dalam pangsa pasar
4. Menentukan kekuatan, kelemahan, dan keuntungan persaingan pangsa pasar ke depan.

Dengan langkah – langkah yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, maka perusahaan dapat menentukan terobosan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produknya. Terobosan untuk kepuasan pelanggan tersebut diantaranya :

1. Sistem keluhan dan Saran

Perusahaan dapat menyediakan formulir bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan kritik mereka. Perusahaan juga dapat menyediakan *hotlines* atau layanan *Customer Services* untuk para pelanggan. Dengan cara ini juga akan menciptakan hubungan berkelanjutan dengan konsumen yang tidak akan berhenti setelah produk dijual karena perusahaan dapat mengumpulkan daftar nama konsumen yang dapat dihubungi kembali dalam jangka panjang.

2. Memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan para kompetitornya
3. Memberikan layanan *aftersales* atau purnajual, yaitu dengan adanya garansi dan *service* yang memuaskan
4. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa bila para pelanggan tidak puas dengan suatu produk, kebanyakan dari mereka tidak akan mengeluh tetapi akan memilih produk lain. Perusahaan yang responsif memperoleh ukuran kepuasan pelanggan secara langsung melalui survei berkala. Perusahaan tersebut dapat mengirimkan daftar pertanyaan atau menelepon pelanggan – pelanggan terakhir sebagai sampel acak terhadap produk yang dipasarkan. Selain itu perusahaan juga akan meminta pendapat pembeli tentang kinerja para pesaing perusahaan tersebut.

#### 5. Analisis Kehilangan Pelanggan

Setelah mendapatkan data survei kepuasan pelanggan tersebut, perusahaan hendaknya menganalisis terhadap tingkat kehilangan pelanggannya. Apabila semakin meningkat, maka perusahaan perlu mengadakan inovasi baru terhadap produk mereka baik dari segi harga maupun kualitas produknya.

### 5. Kesimpulan

Dengan semakin banyaknya persaingan pasar, pelanggan merupakan salah satu *stakeholder* pertama yang akan menikmati produk yang dipasarkan suatu perusahaan. Maka suatu perusahaan hendaknya memperhatikan faktor kepuasan pelanggan agar produk yang dijualnya tersebut dapat memenuhi berbagai kebutuhan pelanggannya. Perusahaan perlu memahami kebutuhan dan harapan pelanggannya sebagai langkah awal memasarkan produk, menentukan strategi yang akan digunakan, mengembangkan produk tersebut sesuai strategi yang digunakan, serta mencari terobosan – terobosan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan seperti mengadakan sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, mengadakan sistem garansi produk, serta mengadakan analisis terhadap pelanggan yang hilang.

### Referensi

Prihantoro, Rudy. 2012. *Konsep Pengendalian Mutu*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya