

Usulan metode pengukuran dan peningkatan kepuasan pelanggan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan ISO 9001 : 9002. Studi kasus : perubahan sistem management

Rika Febriana Luthan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247650&lokasi=lokal>

Abstrak

Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu persyaratan baru, sekaligus menjadi tujuan penerapan ISO 9001:2000. Persyaratan yang tercantum pada klausul 8.2.1 mewajibkan perusahaan untuk memonitor tingkat kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan menggunakan metode tertentu sebagai penilaian terhadap kinerja sistem manajemen kualitas yang diterapkan oleh PT. XYZ.

PT. XYZ melihat bahwa standar ISO 9000 revisi terbaru lebih relevan dengan kecenderungan dunia industri sekarang yang lebih berorientasi kepada pelanggan. Saat ini PT. XYZ sedang berada pada tahap transisi dari ISO 9002:1994 menuju ISO 9001:2000. Keputusan strategis untuk mengadopsi ISO 9001:2000 akan memberi dampak positif terhadap posisi perusahaan dalam persaingan yang semakin ketat dalam pasar global dan yang terlebih penting berguna sebagai sarana pendukung untuk mencapai sasaran perusahaan yaitu kepuasan pelanggan.

Metode pengujian tingkat kepuasan pelanggan- diawali dengan mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif dari pelanggan. Untuk memberikan hasil yang objektif, data kualitatif berupa atribut-atribut kebutuhan yang dianggap penting digali dari pelanggan melalui wawancara. Sedangkan data kuantitatif yang berupa tingkat ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap kinerja PT. XYZ diperoleh melalui kuesioner. Tingkat Kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh kesenjangan antara tingkat persepsi dengan tingkat ekspektasi pelanggan untuk tiap atribut kebutuhan. Dalam hal ini, PT. XYZ belum dapat memenuhi ekspektasi pelanggan terbukti dari skor kepuasan pelanggan setiap atribut yang memiliki nilai negatif.

Atribut yang dinilai paling memuaskan bagi pelanggan adalah keramahan personil customer service (skor = -0.308), sedangkan atribut yang paling tidak memuaskan adalah ketepatan waktu pengiriman (skor = -2.154). PT. XYZ belum memfokuskan kinerjanya pada atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan. Penggunaan Dual importance Grid dapat memberi gambaran secara visual mengenai atribut-atribut kebutuhan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan. Analisa lebih lanjut menggunakan model Kano dapat menentukan prioritas atribut-atribut kebutuhan yang perlu difokuskan untuk menghindari ketidakpuasan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan- Atribut paling kritis dan menempati prioritas pertama untuk ditingkatkan adalah yang memiliki karakteristik high threshold dan skor tingkat persepsi paling rendah, yaitu ketepatan waktu pengiriman.