

Pengukuran kepuasan pelanggan pelumas industri potensial di sumbagsel menggunakan QFD

Hasto Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73018&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis pelumas merupakan salah satu usaha prospektif yang saat ini dikelola PERTAMINA. Pasar pelumas total Indonesia yang diperebutkan pada tahun 2000 diperkirakan lebih dari 700.000 Kilo liter (senilai \pm 5,6 trilyun rupiah), 60% diantaranya adalah dikonsumsi di segmen pasar industri. Di segmen pasar pelumas industri ini, PERTAMINA menghadapi pesaing yang berat terutama dari the majors oil company, seperti Shell, Mobil Oil, Esso, Caltex, BP dan Pennzoil. Tingkat persaingan di masa mendatang diperkirakan akan semakin kompetitif dengan adanya rencana dicabutnya Keppres 18/1988 yang selama ini melindungi bisnis PERTAMINA tersebut. Dalam upaya mempertahankan pasar pelumas yang dikuasai, PERTAMINA mengadakan perbaikan yang difokuskan kepada peningkatan kepuasan pelanggan, khususnya pelanggan industri potensial pengguna pelumas.

Berdasarkan hasil penyusunan grand strategy yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Internal-External Matrix, hasilnya menunjukkan bahwa PERTAMINA sebaiknya menggunakan strategi "hold & maintain", yaitu focus perhatian lebih diarahkan kepada upaya "maintain" pasar yang telah dikuasai. Sampai saat ini PERTAMINA tidak pernah melakukan pengukuran kepuasan pelanggan untuk industri potensial pengguna pelumas. Dalam penelitian ini dilakukan survei pengukuran kepuasan pelanggan industri potensial di daerah Sumbagsel, menggunakan sistem kuesioner yang hasilnya dirumuskan dengan matriks House of Quality.

Hasil survei menunjukkan bahwa atribut kepuasan pelanggan yang dianggap sangat penting dan mempunyai gap yang paling besar antara harapan dan kinerja yang dirasakan ada 4, yaitu jaminan mutu pelumasan, konsistensi mutu produk, quality approval dari engine manufacturer dan ketersediaan produk di pasar (product availability). Atribut kepuasan pelanggan ini diprioritaskan untuk ditingkatkan kepuasannya.

Berdasarkan penyusunan matriks House of Quality, technical response yang mendapatkan prioritas paling tinggi untuk dilaksanakan adalah penataan struktur organisasi. Struktur organisasi yang dimaksudkan adalah yang dapat mendukung pengelolaan kegiatan customer service untuk upaya peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan demikian fungsi customer service dapat dilaksanakan oleh tim fungsional (bukan perorangan) secara berkelanjutan.

<hr>

The lubricant business is one of PERTAMINA's prospective business. There are more than 700.000 kilo liter lubricant (about 5,6 billion rupiahs) in the Indonesian's lubricant market, 60% are consumed by the industrial market segment. In this industrial lubricant market PERTAMINA has many heavy competitors especially from majors oil companies such as Shell, Mobil Oil, Esso, Caltex, BP and Pennzoil. In the future the level of competition is expected to rise even higher with the government planning to revoke Keppres

18/1988, the regulation that protected PERTAMINA's business for many years.

In the struggle to maintaining control of its lubricant market, PERTAMINA does several actions focusing to increase the level of customer satisfaction, especially potential industrial lubricant consumers.

Based on the grand strategy design this research is using the Internal-External Matrix, the results show that PERTAMINA should use the "hold & maintain" strategy, which focuses to maintain the already controlled market rather than being trapped to over expand.

Until now PERTAMINA has never done any activity to measure the level of customer satisfaction in the potential industrial lubricant consumers market. In this research survey is conducted to measure the level of satisfaction from the potential industrial customer in the Southern Sumatra Area, this survey used a questionnaire system which results is formulated by the "House of Quality" Matrix.

The results of the survey show that the most important customer satisfaction attributes which had the largest gap between expectancies and performance can be summarized as 4 factors, lubricant quality assurance, product quality consistency, quality approval from engine manufacturer, and product availability in the market. These customer satisfaction attributes should be the main focus for any customer satisfaction improvement activities in the future.

Based on the "House of Quality" Matrix structure, the highest priority technical response is the restructuring of the organization. The restructuring is meant to support customer service management activity to increase the level of customer satisfaction. Therefore the function of customer service can be done by a functional team (not individually) continuously.