



Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Widya Hastuti Afris

Jurusan Teknik Industri Agro, Politeknik ATI Makassar

Received: xxxxxxxx. Accepted: xxxxxxxx Published: xxxxxxxx

Doi: xxxx

Abstrak. Inovasi produk merupakan suatu hal mutlak bagi suatu usaha untuk dapat bertahan dalam lingkungan usaha. PT. Tirta Sukses Perkasa-Gowa bergerak dibidang industri manufaktur, yang memproduksi kemasan cup, sedotan, dan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dengan merek Club, berlokasi di Jalan Poros Malino Km 18, No 18, Bontomanai, Bontomarannu, Kabupaten Gowa, Kawasan Industri Gowa. Club yang berada di urutan ke 3 untuk *top brand award* katerogori AMDK 2019-2020 turun ke peringkat ke 5 tahun 2022, satu tingkat dibawah produk Cleo yang merupakan pendatang baru disbanding produk Club. Saat ini terdapat berbagai macam produk AMDK yang beredar di pasaran sebagai pesaing produk Club, hal ini menjadikan produk Club harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar konsumennya tidak berpaling ke produk lainnya. Untuk itu, peneliti mencoba melakukan pengukuran seberapa jauh tingkat kepuasan konsumen untuk lebih meningkatkan kualitas produk Club. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk AMDK merek Club berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

Keyword: Product Innovation, kepuasan Konsumen

Abstract. Product innovation is an absolute necessity for a business to survive in the business environment. PT. Tirta Sukses Perkasa-Gowa operates in the manufacturing industry, which produces cup packaging, straws and bottled drinking water (AMDK) under the Club brand, located at Jalan Poros Malino Km 18, No 18, Bontomanai, Bontomarannu, Gowa Regency, Gowa Industrial Area . Club, which was in 3rd place for the top brand award in the 2019-2020 AMDK category, dropped to 5th in 2022, one level below the Cleo product which is a newcomer compared to Club products. Currently there are various kinds of AMDK products circulating on the market as competitors to Club products, this means that Club products must be able to maintain and improve product quality so that consumers do not switch to other products. For this reason, researchers tried to measure the level of consumer satisfaction to further improve the quality of Club products. The aim of this research is to determine the level of consumer satisfaction with Club brand AMDK products based on the Customer Satisfaction Index (CSI) method..

Kata Kunci: Product Innovation, Customer Satisfaction

1. Pendahuluan

Persaingan dunia industri yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk terus berkembang dan membuat tingkat persaingan yang terjadi semakin ketat. Masing-masing perusahaan berlomba-lomba untuk mengatur strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik perhatian dan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Konsumen adalah nyawa dari setiap bisnis yang dibangun. Bisnis tidak akan bisa tumbuh dengan besar tanpa adanya dukungan dan dorongan dari konsumen yang mempercayakan kebutuhan mereka kepada bisnis tersebut. Konsumen merupakan bagian dari siklus pemasaran. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Dalam eraglobalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu,

*Corresponding author at: Politeknik ATI Makassar, Makassar, 90211, Indonesia

E-mail address: @atim.ac.id

mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu.

Saat ini banyak masyarakat memenuhi kebutuhan hidupnya khususnya kebutuhan akan air minum dengan cara yang praktis yaitu dengan membeli air minum dalam kemasan, hingga telah banyak perusahaan yang masuk ke industri air minum dalam kemasan (AMDK), salah satunya yaitu PT. Tirta Sukses Perkasa-Gowa dengan merek "Club". Terdapat berbagai macam produk AMDK yang beredar di pasaran sebagai pesaing produk Club, hal ini menjadikan produk Club harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar konsumennya tidak berpaling ke produk lainnya. Untuk itu, peneliti mencoba melakukan pengukuran seberapa jauh tingkat kepuasan konsumen untuk lebih meningkatkan kualitas produk Club.

Dalam penelitian ini dilakukan survei mengenai respon konsumen terhadap segala atribut-atribut dari AMDK PT. Tirta Sukses Perkasa-Gowa. Metode yang digunakan adalah metode Customer Satisfaction Index (CSI) yang dapat diukur dengan dimensi 4P yaitu menjadi bauran pemasaran barang meliputi produk (Product), harga (Price), tempat/distribusi (Place), dan promosi (Promotion) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terkhusus pada Produk AMDK merek Club pada PT. Tirta Sukses Perkasa-Gowa.

Dalam penelitian menurut Amilia dan Novianti (2016) bauran pemasaran yang terdiri dari produk, promosi, tempat, orang atau karyawan, lingkungan fisik, dan proses memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan harga memberikan pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Responden yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat umum dimana respon yang dimaksud adalah apakah merasa puas atau tidak terhadap produk AMDK merek Club, yang diukur menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), dimana CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur, yang ditentukan oleh persepsi konsumen atas performance (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diambil tema penelitian mengenai kepuasan konsumen dengan judul "Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap AMDK Merek "CLUB" Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Pada PT. Tirta Sukses Perkasa-Gowa".

2. Metodologi

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan Sugyono (2014). Pengukuran Variabel Indikator yang digunakan dalam penelitian tingkat kepuasan konsumen ini adalah bauran pemasaran 4P yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat/distribusi (*Place*), dan promosi (*Promotion*). Pengukuran variabel dilakukan melalui penilaian responden terhadap atribut-atribut dari tiap indikator bauran pemasaran 4P. Tingkat kepentingan dari dimensi-dimensi bauran pemasaran adalah yang digunakan yaitu diwakili X (tingkat persepsi/kinerja) dan Y (tingkat kepentingan/harapan). Untuk mengukur tingkat persepsi dan tingkat kepentingan terhadap jawaban responden, digunakan skala 5 tingkat (Skala *Likert*).

3. Hasil dan Pembahasan

Analisa Importance to Customer (Kebutuhan/Keinginan Konsumen)

Pengolahan data *importance to customer* yang sudah terkumpul selanjutnya disusun berdasarkan urutan tingkat kepentingan yang benar-benar dianggap penting oleh konsumen (*user*) Atribut-atribut yang dianggap penting oleh *user* di urutkan berdasarkan tingkat kepentingan tertinggi hingga terendah:

- a. Jumlah material yang dikirimkan sesuai dengan *Purchase Order* (PO) (4,67)
- b. vendor karung pupuk memberikan kualitas karung yang sesuai dengan Standar perusahaan (4,53)
- c. Material yang dibeli melalui uji kualitas (4,53)
- d. Tersedianya stok karung pupuk yang dibutuhkan *user* (4,43)
- e. Bongkar muat karung pupuk dilakukan pada jam kerja (4,17)
- f. Pemilihan Vendor sesuai dengan kriteria perusahaan (4,17)
- g. Tersedianya alat untuk menghilangkan Bau Amonia pada area Departemen PPBJ (4,13)
- h. Tersedianya izin surat jalan pemasok material pada setiap vendor (4,13)
- i. Tersedianya penambahan palet pengangkutan karung pupuk (4,10)
- j. Memberikan biaya tambahan untuk penyewaan Transportasi truk perusahaan pada vendor material (4,00)
- k. Tersedianya alat transportasi pengangkutan barang di Gudang (3,93)
- l. Penetapan estimasi harga material yang sesuai (3,90)
- m. Pembelian bahan baku dan bahan penolong lebih dari satu jenis vendor (3,83)
- n. Jarak gudang material ke pabrik produksi yang terlalu jauh (3,77)
- o. Penambahan operator Bongkar muat (3,47)

Analisis Customer Satisfaction Performance (CSP)

Merupakan suatu penilaian dari konsumen tentang seberapa besar tingkat kepuasan yang diinginkan oleh konsumen (*user*) terhadap pelayanan yang diberikan Departemen PPBJ. Berikut ini atribut-atribut tingkat kepuasan *user* berdasarkan urutan tertinggi hingga terendah :

- a Pembelian bahan baku dan bahan penolong lebih dari satu jenis vendor (4,47)
- b Tersedianya alat untuk menghilangkan bau Amonia pada area departemen PPBJ (4,40)
- c Tersedianya penambahan palet pengangkutan karung pupuk (4,30)
- d Memberikan biaya tambahan untuk penyewaan transportasi truk perusahaan pada vendor material (4,10)
- e Tersedianya alat transportasi pengangkutan barang di gudang (4,03)
- f Penambahan operator Bongkar muat (4,03)
- g Material yang dibeli melalui uji kualitas (4,00)
- h Jumlah material yang dipesan sesuai dengan *Purchase Order* (PO) (3,97)
- i Tersedianya izin surat jalan pemasok material pada setiap vendor (3,70)
- j Pemilihan Vendor sesuai dengan kriteria perusahaan (3,60)
- k Penetapan estimasi harga material yang sesuai (3,60)
- l Tersedianya stok karung pupuk yang dibutuhkan *user* (3,50)
- m Bongkar muat karung pupuk dilakukan pada jam kerja (3,53)
- n Pembelian bahan baku dan bahan penolong lebih dari satu jenis vendor (3,43)
- o Jarak gudang material ke pabrik produksi yang terlalu jauh (3,37)

Analisa *Improvement ratio* (IR)

Merupakan suatu pengukuran untuk mengetahui seberapa besar perubahan atau perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanannya dapat dilihat pada Tabel 4.15. Berikut ini atribut-atribut tingkat *Improvement ratio* yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan berdasarkan urutan tertinggi hingga terendah :

- a. Vendor karung pupuk memberikan kualitas karung yang sesuai dengan standar perusahaan (1,39) maka dilakukan perbaikan
- b. Tersedianya stok karung pupuk yang dibutuhkan *user* (1,43) maka dilakukan perbaikan
- c. Bongkar muat karung pupuk dilakukan pada jam kerja (1,42) maka dilakukan perbaikan
- d. Pemilihan vendor sesuai dengan kriteria perusahaan (1,39) maka dilakukan perbaikan
- e. Tersedianya izin surat jalan pemasok material pada setiap vendor (1,35) maka dilakukan perbaikan
- f. Pegawai departemen PPBJ mengirimkan jumlah material yang dibutuhkan *user* sesuai dengan *purchase order* (1,26) maka dilakukan perbaikan sedang
- g. Material yang dibeli melalui uji kualitas (1,25) maka dilakukan perbaikan
- h. Tersedianya alat transportasi pengangkutan barang di gudang (1,24) maka dilakukan perbaikan
- i. Memberikan biaya tambahan untuk penyewaan transportasi truk perusahaan pada vendor material (1,22) maka dilakukan perbaikan
- j. Jarak gudang material ke pabrik produksi yang terlalu jauh (1,19) maka dilakukan perbaikan
- k. Tersedianya penambahan palet pengangkutan karung pupuk (1,16) maka dilakukan perbaikan
- l. Pembelian bahan baku dan bahan penolong lebih dari satu jenis vendor (1,12) maka dilakukan perbaikan
- m. Penetapan estimasi harga material yang sesuai (1,11) maka dilakukan perbaikan
- n. Penambahan operator bongkar muat (0,99) maka tidak dilakukan perubahan pelayanan
- o. Tersedianya alat untuk menghilangkan bau amonia pada area departemen PPBJ (0,91) maka tidak dilakukan perubahan pelayanan

Analisa *Raw Weight and Normalized Raw Weight*

Raw Weight bertujuan untuk mengetahui bobot prioritas setiap atribut pelayanan. Kemudian *normalized raw weight* bertujuan untuk memudahkan dalam menentukan prioritas yang akan ditingkatkan dan dikembangkan yang menunjukkan besarnya perbaikan suatu kriteria berdasarkan kebutuhan *user* (*voice of customer*) penentuan prioritas menunjukkan prioritas utama yang harus dikembangkan. Berikut ini atribut-atribut tingkat *normalized raw weight* yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan berdasarkan urutan tertinggi hingga terendah :

- a. Tersedianya stok karung pupuk yang dibutuhkan *user* (8,79)
- b. Tersedianya izin surat jalan pemasok material pada setiap vendor (8,75)
- c. Vendor karung pupuk memberikan kualitas karung yang sesuai dengan standar perusahaan (8,35)
- d. Pemilihan vendor sesuai dengan kriteria perusahaan (8,03)
- e. pegawai departemen PPBJ mengirimkan jumlah material yang dibutuhkan *user* sesuai dengan *purchase order* (7,93)
- f. Material yang dibeli melalui uji kualitas (7,86)
- g. Memberikan biaya tambahan untuk penyewaan transportasi truk perusahaan pada vendor material (6,77)
- h. Tersedianya alat transportasi pengangkutan barang di gudang (6,77)
- i. Bongkar muat karung pupuk dilakukan pada jam kerja (6,54)
- j. Penetapan estimasi harga material yang sesuai (6,01)

- k. Pembelian bahan baku dan bahan penolong lebih dari satu jenis vendor (5,95)
- l. Tersedianya penambahan palet pengangkutan karung pupuk (5,29)
- m. Jarak gudang material ke pabrik produksi yang terlalu jauh (4,97)
- n. Tersedianya alat untuk menghilangkan bau amonia pada area departemen PPBJ (4,17)
- o. Penambahan operator bongkar muat (3,82)

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Pengolahan data menggunakan Matriks HOQ (House Of Quality) maka dapat diambil kesimpulan yaitu : Untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh Departemen PPBJ kepada konsumen (user) Pabrik Produksi satu PT Petrokimia Gresik maka Departemen PPBJ harus mengetahui terlebih dahulu mengenai kebutuhan/keinginan konsumen (user) selanjutnya departemen PPBJ memberikan respon teknik terkait kebutuhan/keinginan konsumen (user) tersebut dengan melakukan perhitungan analisa data Tingkat Kepentingan (Technical Prioritas) semakin tinggi nilai kepentingan yang diperoleh sebuah respon teknis menunjukkan bahwa semakin penting respon teknis Perusahaan untuk dikembangkan dan diperbaiki. Atribut-atribut kualitas pelayanan Departemen PPBJ berdasarkan tingkat kepentingan kebutuhan/keinginan konsumen (user) pabrik produksi satu dengan prioritas dari urutan tertinggi sampai terendah.

Daftar Pustaka

- Gresik, Petrokimia.2020. <https://petrokimia-gresik.com/> [Download 22-6-2020]
- Ismail Taufiq. 2018. Peningkatan Kualitas Layanan Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (Studi Kasus Bus Batik Solo Trans Koridor 1). Institut Agama Islam Negeri Surakarta: Surabaya.
- Magdalena Marito. (2013). Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd) (Studi kasus Di Rumah Sakit Xyz). Universitas Sumatra Utara: Medan.
- Putri apriliya. (2013). Analisis perencanaan strategi peningkatan kualitas pelayanan konsumen dengan metode Quality Function Deployment (QFD). Universitas Brawijaya: Malang.
- Munaba Akhmad. (2015). Jurnal Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode QFD. Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma: Jakarta.
- Wagiono. (2017) .Jurnal Agribisnis menggunakan metode Quality Function. Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- Wahyu Adithya. (2013). Penerapan Metode Qfd (*Quality function Deployment*) Pada rencana Pengembangan Pendidikan. Universitas Negeri: Yogyakarta
- Yanne. (2013). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan *Quality Function Deployment* (QFD) pada Laboratorium Matematika Pusat Laboratorium Terpadu. Institut Pertanian Bogor: Bogor.