

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

Tujuan :

1. Untuk menganalisis antara keinginan dan harapan pelanggan
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan baik dari sisi produk, harga, promosi, maupun pelayanan yang diberikan oleh PT. Chitose Internasional Tbk.
3. Untuk melakukan perbaikan di internal PT. Chitose Internasional Tbk secara terus menerus dan berkesinambungan.
4. Untuk meningkatkan kualitas layanan, kualitas produk, kualitas distribusi dari PT. Chitose Internasional Tbk.

Metode Pengumpulan data :

1. Kuesioner :
 - Kuesioner disebarakan kepada pelanggan PT. Chitose Internasional Tbk. yang meliputi para distributor.
 - Target responden adalah 21 responden

Metode perhitungan :

Analisa data dilakukan secara kuantitatif. Bobot nilai masing-masing penilaian adalah sebagai berikut :

Pasar Lokal

- SS = Sangat setuju (Bobot nilai 5)
S = Setuju (Bobot nilai 4)
R = Netral (Bobot nilai 3)
TS = Tidak Setuju (Bobot nilai 2)
STS = Sangat Tidak Setuju (Bobot nilai 1)

Sedangkan untuk hasil pengumpulan dan perhitungan data terdapat dalam lampiran.

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

Analisis Hasil Kuesioner :

Pasar Lokal

Acuan analisis dalam perbandingan Nilai indikator (NI) terhadap Nilai Standar (NS) :

$1,0 \leq NI \leq 2,50$: Persepsi pelanggan Negatif

$2,51 \leq NI \leq 3,50$: Persepsi pelanggan Netral

$3,51 \leq NI \leq 5$: Persepsi pelanggan Positif

HASIL ANALISIS

Produk

Nilai Indikator Produk adalah 4.17. Apabila dibandingkan dengan nilai standar, maka nilai 4.17 termasuk dalam kategori **Positif**. Artinya, persepsi pelanggan terhadap indikator kualitas produk yang di produksi PT. Chitose Internasional Tbk tergolong produk dengan kualitas tinggi.

Analisis deskripsi dapat kita lakukan dengan membandingkan nilai sikap pelanggan terhadap setiap variable (NS):

1. Persepsi pelanggan terhadap kualitas produk yang dihasilkan PT. Chitose Internasional Tbk adalah sebesar 4.14 (**Positif**). Artinya, pelanggan menyatakan kesetujuan bahwa PT. Chitose dapat menjaga kualitas produksi dengan baik.
2. Persepsi pelanggan terhadap variasi dan desain produk Chitose adalah sebesar 4.24 (**Positif**). Artinya, pelanggan menyatakan kesetujuannya bahwa varian dan desain produk-produk Chitose yang beragam sangat menunjang penjualan produk-produk tersebut.

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

3. Persepsi pelanggan terhadap peluncuran produk baru Chitose adalah sebesar 4.33 (**Positif**). Artinya, pelanggan menilai bahwa produk-produk baru yang diluncurkan oleh PT. Chitose Internasional Tbk dapat diterima oleh pasar.
4. Persepsi pelanggan terhadap tingkat produk cacat yang sampai ke customer adalah sebesar 3.95 (**positif**). Artinya, tingkat cacat produk Chitose tergolong rendah.

Price :

Nilai indikator Price (Harga) adalah 3.60. Apabila dibandingkan dengan nilai standar, maka nilai 3.60 termasuk dalam kategori **Positif**. Artinya, persepsi sebagian pelanggan menyatakan produk Chitose

Analisis deskripsi dapat kita lakukan dengan membandingkan nilai sikap pelanggan terhadap setiap variabel (NS) :

1. Persepsi pelanggan terhadap harga jual produk Chitose adalah sebesar 3.48 (**Netral**). Artinya, hanya sebagian pelanggan yang menyatakan harga produk Chitose dapat dijangkau oleh semua kalangan di wilayah pemasarannya.
2. Persepsi pelanggan terhadap kebijakan penyesuaian harga yang dilakukan PT. Chitose Internasional Tbk adalah sebesar 3.71 (**Positif**). Artinya, hanya sebagian pelanggan yang menyatakan kebijakan penyesuaian harga yang dilakukan di anggap kurang tepat.

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

Promosi :

Nilai indikator Promotion (Promosi) adalah 4.33 (**positif**). Apabila dibandingkan dengan nilai standar, maka nilai 4.33 termasuk dalam kategori *Positif*. Artinya, persepsi pelanggan terhadap indikator dukungan promosi yang diberikan PT. Chitose Internasional Tbk kepada para pelanggan/distributor secara keseluruhan sudah memenuhi kebutuhan dan mendukung peningkatan penjualan.

Analisis deskripsi dapat kita lakukan dengan membandingkan nilai sikap pelanggan terhadap setiap variabel (NS) :

1. Persepsi pelanggan terhadap dukungan promosi media massa (iklan, billboard, branding dll.) yang diberikan PT. Chitose Internasional Tbk kepada para distributor adalah sebesar 4.14 (**Positif**). Artinya, pelanggan menyatakan bahwa dukungan-dukungan media massa yang diberikan oleh PT. Chitose Internasional Tbk dapat membantu meningkatkan penjualan di wilayah pemasaran mereka.
2. Persepsi pelanggan terhadap informasi yang disajikan dalam promotion tool (pricelist, catalogue, brosur, dll) adalah sebesar 4.52 (**Positif**). Artinya, informasi di dalam promotion tool sudah lengkap dan menunjang untuk penjelasan produk kepada konsumen.

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

Personal :

Nilai indikator Personal adalah 4.19. Apabila dibandingkan dengan nilai standar, maka nilai 4.19 termasuk dalam kategori **Positif**. Artinya, persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh personal internal PT. Chitose Internasional Tbk mengenai komunikasi kebijakan dan penanganan keluhan sudah baik secara keseluruhan .

Analisis deskripsi dapat kita lakukan dengan membandingkan nilai sikap pelanggan terhadap setiap variabel (NS):

1. Persepsi pelanggan terhadap penyampaian informasi kebijakan perusahaan kepada para distributor adalah sebesar 4.14 (**Positif**). Artinya, pelanggan merasakan bahwa personal internal PT. Chitose Internasional Tbk telah memberikan pelayanan yang baik dalam hal penyampaian informasi kebijakan dari perusahaan kepada para jaringan distributor.
2. Persepsi pelanggan terhadap penanganan keluhan pelanggan oleh Personal PT. Chitose Internasional Tbk sebesar 4.24 (**positif**). Artinya, pelanggan menyatakan bahwa penanganan keluhan yang diberikan oleh personal PT. Chitose Internasional Tbk sudah berjalan dengan baik.
3. Persepsi pelanggan terhadap pengetahuan produk Chitose yang dimiliki personal PT. Chitose Internasional Tbk sebesar 4.19 (**Positif**). Artinya pelanggan dapat memperoleh jawaban atas pertanyaan mengenai produk Chitose melalui personal PT. Chitose Internasional Tbk secara baik dan informatif.

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

Distribusi :

Nilai indikator Distribusi adalah 3.94. Apabila dibandingkan dengan nilai standar, maka nilai 3.94 termasuk dalam kategori **Positif**. Artinya, persepsi pelanggan terhadap pelayanan distribusi barang yang diberikan oleh PT. Chitose Internasional Tbk secara keseluruhan sudah baik.

Analisis deskripsi dapat kita lakukan dengan membandingkan nilai sikap pelanggan terhadap setiap variabel (NS) :

1. Persepsi pelanggan terhadap kecepatan pengiriman barang dari pabrik ke distributor sebesar 3.55 (**positif**). Artinya, pelanggan menilai bahwa kecepatan pengiriman barang dari PT. Chitose Internasional Tbk sudah baik dan tepat waktu. Walaupun nilainya mendekati netral.
2. Persepsi pelanggan terhadap kondisi kemasan box barang yang diterima pada saat pengiriman dari pabrik ke gudang distributor adalah sebesar 4.10 (**Positif**). Artinya, pelanggan menyatakan bahwa secara keseluruhan, kondisi kemasan box yang menyimpan produk-produk Chitose pada saat diterima dari pengiriman masih berada dalam kondisi yang baik.
3. Persepsi pelanggan terhadap jasa angkutan yang mengirimkan barang-barang Chitose sebesar 4.19 (**positif**). Artinya, jasa pengangkutan yang selama ini digunakan oleh PT. Chitose Internasional Tbk dalam mengirimkan produk-produk Chitose kepada distributor dapat bekerjasama dengan baik dalam pengiriman produk Chitose.

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

Pesaing :

Nilai indikator Pesaing adalah 3.81. Apabila dibandingkan dengan nilai standar, maka nilai 3.81 termasuk dalam kategori **Positif**. Artinya, pelanggan menyatakan bahwa produk Chitose lebih di minati di banding produk sejenis.

Analisis deskripsi dapat kita lakukan dengan membandingkan nilai sikap pelanggan terhadap setiap variabel (NS) :

1. Konsumen swasta yang menjadikan Chitose sebagai pilihan utama saat melakukan pembelian/berkunjunga adalah sebesar 3.81 (**positif**). Artinya, pelanggan menyatakan Chitose sebagai produk pilihan utama konsumen swasta.
2. Konsumen dari instansi pemerintah yang menjadikan Chitose sebagai pilihan utama saat melakukan pembelian/berkunjunga adalah sebesar 3.81 (**positif**). Artinya, pelanggan menyatakan Chitose sebagai produk pilihan utama konsumen dari instansi pemerintah.

Dukungan :

Nilai indikator Dukungan adalah 4.19. Apabila dibandingkan dengan nilai standar, maka nilai 4.19 termasuk dalam kategori **Positif**. Artinya, pelanggan menyatakan bahwa dukungan berupa layanan purnajual dari PT. Chitose Internasional Tbk sudah mendukung penjualan dan kepuasan pelanggan di wilayah pemasarannya.

Analisis deskripsi dapat kita lakukan dengan membandingkan nilai sikap pelanggan terhadap setiap variabel (NS):

1. Persepsi pelanggan terhadap layanan purnajual yang diberikan oleh PT. Chitose Internasional Tbk adalah sebesar 4.19 (**Positif**). Artinya, Pelanggan

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

secara keseluruhan menyatakan kepuasan dan konsistensi para personel atas layanan purnajual yang diberikan oleh PT. Chitose Internasional Tbk.

Kategori New Product

Untuk memenuhi permintaan pasar, PT. Chitose Internasional Tbk memberikan kesempatan untuk jaringan pemasaran agar dapat memberikan usulan terhadap category produk yang dirasa perlu untuk dikembangkan di kemudian hari. Dari 21 (dua puluh satu) responden terdapat 28 jawaban yang di utarakan, pelanggan menyarankan produk yang harus dikembangkan adalah sebagai berikut:

Category	Jumlah	%
Folding Chair	2	7%
Folding Chair+ Memo	0	0%
HBR	8	29%
School	7	25%
W&M	11	39%
Total	28	100%

Apabila di urutkan dari terbesar hingga terkecil, maka harapan pelanggan untuk pengembangan produk adalah di category Working & Meeting (W&M), Hotel, Banquet & Restaurant (HBR), School, Folding Chair dan Folding Chair+Memo.

Hal ini sesuai dengan rencana PT. Chitose Internasional Tbk bahwa di tahun 2020, produk yang dikembangkan adalah Working&Meeting Product, dan hal tersebut telah terealisasi dengan peluncuran produk kumi, Okamura dan ZAO untuk melengkapi pilihan produk untuk Office furniture.

Saran dan Pendapat :

Dalam kuesioner kepuasan pelanggan 2019, PT. Chitose Internasional Tbk memberikan kesempatan kepada jaringan pemasaran untuk memberikan saran atau pendapat terhadap kualitas pelayanan yang di rasakan. Hal-hal yang diutarakan oleh pelanggan dan evaluasi dari PT. Chitose Internasional Tbk adalah sebagai berikut:

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

1. Harga Jual yang kompetitif

PT. Chitose Internasional Tbk senantiasa melakukan riset pasar sehingga harga yang di tawarkan kepada konsumen sesuai dengan segmen dan kualitas yang ditawarkan pada produk-produk yang di tawarkan.

2. Kualitas Produk

PT. Chitose Internasional Tbk senantiasa memperhatikan kualitas produk. Setiap proses produksi di kawal oleh tim QC (Quality Control). Setiap produk yang dipasarkan telah melalui proses uji kualitas yang ketat. Untuk mengantisipasi apabila terjadi keluhan pelanggan dan/atau kerusakan pada produk, selain proses QC yang ketat, PT. Chitose Internasional Tbk juga memberikan garansi dan layanan purnajual/*after sales service*.

3. Peningkatan promosi

Atas saran-saran dari jaringan pemasaran untuk meningkatkan promosi untuk meningkatkan penjualan, PT. Chitose Internasional Tbk telah melakukan berbagai hal, misalnya memasang billboard di lokasi strategis, mengikuti pameran-pameran, dan melakukan branding di lokasi pemasaran baik distributor maupun agen.

4. Waktu pemenuhan barang

Untuk memastikan pemenuhan barang kepada konsumen dilakukan dengan efektif dan efisien, PT. Chitose Internasional Tbk melakukan hal-hal berikut:

- a. **Forecasting:** Dengan bekerjasama dengan jaringan pemasaran, PT. Chitose Internasional Tbk mempersiapkan produk sesuai dengan histori pembelian, baik histori pembelian dari pabrik kepada jaringan pemasaran maupun histori pembelian dari jaringan pemasaran kepada konsumen. Dengan adanya forecasting ini diharapkan dapat mempermudah proses stocking dan mempercepat proses produksi.
- b. **Distribution Center / Hub Barat dan Timur:** PT. Chitose Internasional Tbk memberlakukan pengiriman melalui hub barat dan hub timur, dengan Hub Barat menjadi pengelola pendistribusian barang untuk Indonesia Barat yang bertempat di Jakarta, dan Hub Timur menjadi pengelola pendistribusian barang untuk Indonesia Timur yang bertempat di

PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

Surabaya. Hub-hub tersebut memiliki gudang yang dapat membantu pemenuhan kebutuhan produk di wilayah yang telah ditentukan. Dengan adanya hub ini, diharapkan jalur pendistribusian dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Kesimpulan :

1. **Total Nilai Sikap (TNS)** sebesar 4.03 yang berarti persepsi pelanggan terhadap image produk dan pelayanan PT. Chitose Internasional Tbk secara keseluruhan bernilai **Positif**. Dengan demikian, pelanggan dalam hal ini distributor PT.Chitose Internasional Tbk secara keseluruhan menyatakan tingkat kepuasan yang baik terhadap PT. Chitose Internasional Tbk diharapkan umpan balik pelanggan memberikan hal positif bagi PT. Chitose Internasional Tbk, diantaranya menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk Chitose, melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk Chitose kepada customer lain yang belum pernah mencoba produk Chitose.
2. Secara keseluruhan, Nilai Indikator dari 17 Variabel tidak ada yang bernilai negatif.
3. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan PT. Chitose Internasional Tbk dalam mencapai tingkat kepuasan yang semakin positif, maka fokus yang harus diperhatikan dan ditingkatkan PT. Chitose Internasional Tbk adalah sebagai berikut :
 - a. Peninjauan harga jual produk yang dapat menjangkau semua kalangan tingkat ekonomi pembeli. Salah satu metode yang dapat dilakukan adalah menambah varian produk dengan harga yang dapat menjangkau segmen bawah.
 - b. Melakukan efisiensi waktu dalam melakukan pengiriman barang.
 - c. Selalu mengamati perkembangan produk-produk pesaing sehingga dapat melakukan persaingan yang ketat dari sisi harga maupun kualitas produk Chitose.


PT. Chitose Internasional Tbk

Dept. Marketing

Laporan Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Tahun 2019

- d. Mengevaluasi dan menganalisis setiap keluhan produk cacat dari distributor, apakah cacat tersebut memang berasal dari proses produksi pabrik atau akibat kondisi lain di luar pabrik.
- e. Penanganan terhadap keluhan pelanggan secara cepat dan tepat.
- f. Peningkatan layanan purnajual yang lebih tanggap terhadap permintaan pelanggan.

Cimahi, 27 Mei 2020

Dibuat oleh, 



Fitri F.

Adm. Marketing

Mengetahui,



Kazuhiko Aminaka

Director