

Peran Kinerja Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Aceplas Indonesia

Muhammad Octavian¹, Budi Astuti²✉

^{1,2}Universitas Islam Indonesia

budiastutish@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the role of product performance which is measured based on product quality perceptions on customer satisfaction at PT. Aceplas Indonesia, and the role of product performance which is measured based on service quality on PT customer satisfaction. Aceplas Indonesia. This research approach uses a qualitative approach. The subjects of this research were 1 head of marketing, 1 head of planning, 1 head of production and 2 consumers. In this research, the methods used in collecting data were interviews and documentation. The data analysis technique uses the analysis model from Miles & Huberman. This analysis includes data collection, data reduction, data presentation, and conclusions. The data validity technique uses source triangulation techniques. The research results show that perception of product quality of PT. Aceplas Indonesia has an impact on customer satisfaction, and PT service quality. Aceplas Indonesia has an impact on customer satisfaction.

Keywords: Product Performance, Customer Satisfaction, PT Aceplas Indonesia, Perceived Quality, Service Quality.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kinerja produk yang diukur berdasarkan persepsi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Aceplas Indonesia, dan peran kinerja produk yang diukur berdasarkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Aceplas Indonesia. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitiannya adalah kepala *marketing* sebanyak 1 orang, kepala *planner* sebanyak 1 orang, kepala produksi sebanyak 1 orang dan konsumen sebanyak 2 orang. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis dari Miles & Huberman. Analisis tersebut meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Teknik validitas data menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk PT. Aceplas Indonesia berdampak pada kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan PT. Aceplas Indonesia berdampak pada kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kinerja Produk, Kepuasan Pelanggan, PT Aceplas Indonesia, Persepsi Kualitas, Kualitas Pelayanan.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Kepuasan pelanggan sebagai salah satu acuan bagi organisasi untuk mengevaluasi kinerja dan memperbaiki demi terciptanya kepuasan pelanggan [1]. Hal ini menjadi penting mengingat, jika terjadi ketidakpuasan pelanggan maka tidak akan terjadi pembelian ulang dan dampak terburuk adalah mempengaruhi pihak lain untuk tidak menggunakan jasa Perusahaan [2]. Jika hal ini terjadi maka tidak bisa dipungkiri bahwa ketidakpuasan dapat menjadi ancaman tersendiri bagi perusahaan [3]. Pelanggan yang kembali membeli dan merekomendasikan produk tersebut ke orang lain menunjukkan bahwa mereka merasa puas dengan pengalaman positif mereka.

Konsumen yang merasa puas terjadi karena ekspektasi lebih tinggi dari pada harapannya [4]. Kepuasan konsumen adalah harapan terpenuhi dengan

kenyataannya [5]. Pentingnya kepuasan konsumen bagi pengusaha adalah untuk menjaga keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang [6].

Studi ini akan dilaksanakan di PT. Aceplas Indonesia yang terletak di kota Batam. PT. Aceplas Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang beroperasi di sektor garmen dan pembuatan cetakan injeksi plastik. Produk-produk *Cleanroom/ ESD garment & uniform* yang dihasilkan mencakup *jumpsuit, smock, cleanroom booties, lab coat, medical uniform*, dan seragam lainnya. Aceplas juga memiliki fasilitas produksi di Malaysia yang menghasilkan *Cleanroom PE Bag, Extrusion Tubes & Profiles, ESD Document*. Sementara itu, di Thailand dan Indonesia, Aceplas mengoperasikan fasilitas produksi *Cleanroom/ ESD Garments & Uniform*. PT. Aceplas Indonesia terletak di Kawasan Industri Executive Industrial Park, Batam Center. PT. Aceplas Indonesia dipilih sebagai lokasi

penelitian karena selama magang pada tahun 2022, perusahaan tersebut menerima banyak keluhan dari pembeli terutama selama pandemi Covid 19, yang masih berlangsung pada saat magang.

Pada masa tersebut, upaya yang dilakukan PT. Aceplas Indonesia dalam meningkatkan kepuasan pelanggan diantaranya dengan meningkatkan kinerja produknya. Kinerja produk mencakup harga, persepsi kualitas produk, kualitas pelayanan, kenyamanan dalam ketersediaan, berbagai fitur, daya tarik produk, dan iklan dari produk tersebut [7]. Namun dalam penelitian ini, kinerja produk yang akan diteliti hanya mencakup dua hal yaitu persepsi kualitas produk dan kualitas pelayanan [8]. Hal ini disesuaikan dengan objek pada penelitian ini yaitu perusahaan yang melayani barang dan jasa [9]. Persepsi kualitas produk dan kualitas pelayanan dipilih oleh peneliti dimana kinerja produk diukur berdasarkan kedua hal tersebut [10].

Kinerja produk didasarkan pada persepsi kualitas produk dapat menggambarkan tentang kualitas suatu produk yang dijual [11]. Terciptanya persepsi akan kualitas produk tersebut mampu mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kinerja produk yang ditawarkan [12]. Dampaknya jika muncul persepsi positif maka mampu menjadi indikator untuk meningkatkan jumlah penjualan karena konsumen dianggap puas [13]. Akan tetapi, jika yang muncul adalah persepsi buruk maka kondisi ini patut diwaspadai karena mampu mempengaruhi calon konsumen menggunakan produk/ jasa perusahaan [14]. Persepsi kualitas yang tinggi akan mengarahkan konsumen untuk memilih merek tersebut dibandingkan dengan merek pesaing karena mengalami kepuasan [15]. Persepsi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kesediaan konsumen tersebut untuk membeli sebuah produk [16]. Ini berarti bahwa semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh konsumen, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasannya [17].

Kinerja produk berdasarkan kualitas pelayanan dapat diartikan jika bentuk tindakan dalam memenuhi harapan konsumen agar selaras antara keinginan dengan realitanya [18]. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan [19]. Idealnya semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh Masyarakat, sehingga di mungkinakan akan semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa PT. Aceplas Indonesia. PT. Aceplas Indonesia dituntut untuk mengetahui kebutuhan pasar sehingga dapat memenuhi kualitas pelayanan seperti apa yang di butuhkan konsumen dan jika ini dapat dianalisis dengan baik maka akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi PT. Aceplas Indonesia dimata konsumen.

Pentingnya kualitas pelayanan dalam bidang jasa mampu berdampak langsung bagi perusahaan [20]. Hal ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan baik maka tercipta kepuasan, setelah konsumen puas maka akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan

kompetitor lain. Tidak berhenti disitu saja, setelah membandingkan dan konsumen merasa benar-benar puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk ke orang lain di lingkungan sekitarnya. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil wawancara bahwa terdapat permasalahan yang terjadi diantaranya adalah pihak *marketing* suka merubah jadwal produksi tanpa melibatkan pihak *planner*. Biasanya pada saat pihak *marketing* menerima *order* mendadak dari pihak *buyer* dengan kuantitas besar, maka pihak *marketing* akan mengabaikan pihak *buyer* lainnya yang melakukan pemesanan dengan kuantitas lebih sedikit. Selain itu, terkadang pihak *marketing* menyisipkan *order* dadakan tersebut ke bagian produksi yang sedang berjalan mengerjakan *order* dari *buyer* lain dengan alasan produk yang dipesannya sama. Kondisi *random* seperti ini menyebabkan jalannya produksi tidak sesuai dengan waktu yang sudah disepakati dengan pihak *buyer* sehingga terjadi *delay* pada proses pengiriman barang yang sudah disepakati sebelumnya dan terjadi *komplain* dari konsumen. Seringnya *komplain* yang terjadi sehingga menyebabkan kepuasan pelanggan turun karena dianggap kinerja produknya khususnya pada persepsi kualitas dalam layanan kurang bagus. Pelanggan mampu mengevaluasi kinerja produk, dan konsumen memiliki kriteria-kriteria tertentu mengenai kualitas produk yang baik.

Atas dasar hal tersebut, dapat dijelaskan bahwa kinerja yang baik dari suatu produk akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan pelanggan mampu menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, meningkatkan kinerja karyawan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku konsumen selanjutnya. Hal ini akan ditunjukkan oleh pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Mengingat kepuasan pelanggan merupakan suatu yang fundamental bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya, maka atas dasar hasil wawancara selama magang dan berdasar data sekunder yang ada di PT. Aceplas Indonesia, maka laporan/studi ini akan membahas tentang kepuasan pelanggan dilihat dari faktor kinerja produk yang meliputi persepsi kualitas produk dan kualitas layanan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mendeskripsikan kecenderungan-kecenderungan, perilaku-perilaku, atau opini-opini dari suatu populasi dengan meneliti sampel populasi tersebut. Objek penelitian ini adalah PT. Aceplas Indonesia, yang berlokasi di kawasan industri *Executive Industrial Park, Batam Center*. Sedangkan unit analisisnya adalah bagian pemasaran dan bagian produksi, yang selanjutnya diperoleh informan penelitian yang terdiri dari: kepada *marketing* sebanyak 1 orang, kepala *planner* sebanyak 1 orang, kepala produksi sebanyak 1 orang dan konsumen sebanyak 2 orang.

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan teknik triangulasi sumber dimana peneliti akan menbandingkan jawaban informan satu dengan informan lainnya. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan peneliti berdasarkan model analisis interaktif sebagaimana yang analisis data pada model ini terdiri dari empat komponen yang saling berinteraksi yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program magang ini bertujuan untuk mengetahui peran kinerja produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Aceplas Indonesia. PT. Aceplas Indonesia tidak hanya berfokus pada produksi *Electro Static Discharge (ESD)* dan *Cleanroom Product*, tetapi juga mempunyai ruang lingkup usaha lain yang menghasilkan produk *Plasctic Packaging, Flooring, Workstation Accessories*, dan *Tools Equiptment*. Untuk produk Plastic Packaging diproduksi oleh anak cabang perusahaan dari "Aceplas Singapore" yaitu Ace Engineering Plastics Sdn. Bhd yang berlokasi di Penang, Malaysia. Sedangkan khusus produk *Flooring* dan *Workstation Accessories* diproduksi oleh Ace Star Industries Sdn. Bhd. Yang berpusat di Selangor, Malaysia. Selain itu Aceplas Group juga melakukan ekspansi pasar industry yang berlokasi di Negara China dan Thailand.

Adapun anak cabang perusahaan yang berlokasi di China adalah *Shenzen Aceplas Co.Ltd.* dan yang berlokasi di Thailand adalah *Aceplas Thailand Pte.Ltd.* kedua perusahaan tersebut juga bergerak dibidang industry manufaktur garmen dan manufaktur plastic. PT. Aceplas Indonesia mempunyai ruang lingkup yang telah diatur dalam peraturan perusahaan dan akan diperbarui secara berkala. Dalam lingkungnya, terdapat penjelasan mengenai peran dari masing-masing bagian yang ada di PT. Aceplas Indonesia, yaitu pimpinan yaitu seorang yang dipercaya untuk memimpin seluruh karyawan untuk mencapai tujuan dan target perusahaan serta memastikan bahwa seluruh karyawan mematuhi peraturan dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Kepala Departemen yaitu seorang yang memiliki tanggung jawab untuk mengatur seluruh karyawan yang ada di beberapa departemen untuk mencapai target perusahaan. Staff yaitu seorang yang diberikan tanggung jawab untuk menjalankan tugas sesuai fungsinya yang berhubungan dengan administrasi, aturan, menjalankan aktifitas operasional perusahaan. Adapun alur tahapan dari proses manufaktur yang ada di PT. Aceplas Indonesia dari proses *input* hingga *output* berupa produk jadi yaitu petugas mempersiapkan bahan baku dari warehouse yang dibutuhkan sesuai dengan permintaan dari bagian cutting.

Setelah bahan baku diterima oleh bagian cutting, selanjutnya akan diproses sesuai dengan permintaan konsumen dan mendesain potongan kain. Setelah

proses cutting selesai, bahan tersebut diserahkan ke bagian sewing untuk segera dijahit sesuai desain. Setelah selesai di jahit, produk akan diserahkan ke bagian Quality Control (QC) lalu dilakukan inspeksi apakah ada yang reject atau sudah sesuai dengan prosedur. Setelah itu, QC akan melakukan proses packaging produk sebelum diserahkan kepada delivery man lalu dikirim ke konsumen di Batam.

Faktor pendukung Magang perusahaan memudahkan peneliti dalam menentukan waktu magang. Para karyawan di perusahaan menerima peneliti sebagai karyawan magang dan melibatkan peneliti pada bagian yang ditunjuk. Faktor penghambat Magang jarak tempuh relative jauh di luar kota Yogyakarta. PT. Aceplas Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang garmen dan *plastic injection molding*. Hasil produksi *Cleanroom / ESD garment & uniform* antara lain: *jumpsuit, smock, cleanroom booties, lab coat, medical uniform dan uniform* lainnya. Adapun hasil produksi tersebut di tampilkan pada Gambar 1, Gambar 2, Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 1. Jumpsuit



Gambar 2. Cleanroom Booties



Gambar 3: Jaslab



Gambar 4. Jacket & Pant

Berdasarkan hasil observasi diketahui jika PT Aceplas Indonesia merupakan perusahaan satu-satunya yang berada di kawasan industri Batam dengan hasil produksi di bidang garmen dan *plastic injection molding*. Hal ini sejalan dengan wawancara dengan informan YF selaku *marketing* di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *PT Aceplas satu-satunya perusahaan dalam bidang garmen dan plastic injection molding dikawasan insutri ini dek. Selain itu, meski di luaran ada yang sejenis tetap akan memilih perusahaan karena kualitas kami sesuai standar kerja yang di butuhkan oleh perusahaan.*

Berdasarkan informasi dengan informan YF adalah benar jika perusahaan tempat magang ini adalah satu-satunya penyedia jasa garmen *plastic injection molding* di kawasan industri Batam. YF juga menjelaskan jika sejatinya banyak perusahaan sejenis yang menyediakan produk serupa, akan tetapi standar produk yang dihasilkan berbeda. PT Aceplas Indonesia dianggap oleh YF mampu memenuhi kebutuhan perusahaan-perusahaan dengan standar yang dibutuhkan.

Temuan wawancara informan YF sejalan dengan hasil wawancara informan Hsn selaku *purchasing* di PT Aceplas Indonesia. Berikut wawancaranya *sebetulnya kalau bicara performa produk ya tentu di PT Aceplas ini sudah tidak diragukan lagi. Kami hanya memproduksi produk-produk unggulan dengan kualitas yang unggul. Boleh dibandingkan produk sejenis dengan produk kami, pasti jauh perbedaanya. Kalau dari segi harga tentu ada barang ada kualitas. Senada dengan wawancara informan Hsn, informan Ad menjelaskan jika hasil produksi perusahaan kami ini bisa bertahan lama karena memang betul-betul hanya*

memproduksi dengan kualitas yang unggul, saya pastikan berbeda dengan produk sejenis lainnya.

Hasil wawancara dengan informan Hsn diketahui bahwa hasil produksi dari PT Aceplas Indonesia dianggap mampu bertahan lama ketika digunakan karena bahan-bahan yang digunakan adalah produk yang berkualitas. Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *perusahaan Shimano sudah repeat order dari tahun 2015 dek, ya kualitas produknya tidak diragukan lagi, memang beda bahan dan jenisnya dengan produk di pasaran. Terus awet juga, biasanya 2 bulan udah order, sejak pakai produk dari PT Aceplas perusahaan order per 6 bulan sekali dek, kalau kalkulasi ya lebih hemat jadinya.*

Konsumen dari PT Shimano menjelaskan jika kualitas produk dari PT Aceplas terbuat dari produk unggulan dimana produk yang dibeli mampu menekan biaya order dari customer karena produk yang dibeli dianggap lebih awet dan berkualitas. Hal senada diungkapkan konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *Aceplas itu udah terkenal disini dek jadi perusahaan satu-satunya dikawasan industri batam yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Kami selalu custom dan diterima dengan baik, bahkan beberapa kali kami ada diskusi terkait bahan dan harga sesuai spec yang kami butuhkan. Aceplas sangat membantu kebutuhan perusahaan kami.*

Hasil wawancara dengan konsumen tersebut dapat dijelaskan jika PT Aceplas dianggap mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan, mampu memberikan solusi terhadap kebutuhan pelanggan. Berdasarkan temuan wawancara di atas dapat dijelaskan jika kinerja di PT Aceplas Indonesia dianggap mampu memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi harga, kualitas, dan waktu pelayanan. Hal ini juga didukung dari hasil penelitian di PT. Aceplas Indonesia, yang menunjukkan skor rata-rata untuk indicator kinerja dari persepsi kinerja produk adalah sebesar 3,6 yang berarti bahwa konsumen menilai kinerja perusahaan dapat diterima dengan baik. Adanya kinerja yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan konsumen pada akhirnya akan memberikan kepuasan kepada pelanggan di PT Aceplas Indonesia.

Pada indikator ketepatan waktu, bagian Quality Control and Packing menjadi bagian yang penting karena bertugas untuk memastikan pesanan sudah sesuai permintaan dengan kualitas memenuhi standar sehingga dapat segera dikirim atau tidak. Hal ini sejalan dengan wawancara informan YF selaku *marketing* di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *bicara ketepatan waktu tentunya kita harus melihat dari sisi QC perusahaan dek. QC di Aceplas itu bertugas melakukan cek pada barang yang dipesan sehingga kualitas produk yang sudah dipesan memenuhi standar atau tidak untuk dapat segera dikirim.*

Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan jika *sebetulnya kalau ditanya ketepatan waktu ya QC yang paling bertanggungjawab mas, karena kadang masalah diperusahaan berawal dari sini*. Pendapat Hsn juga didukung dengan pernyataan dari informan Ad yang menyatakan jika *seringnya terjadi keterlambatan pengiriman karena barang yang tertumpuk di QC and Packing dan dianggap terlalu lama diproses sehingga tidak memenuhi target pengiriman*.

Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *adanya keterlambatan dari segi waktu membuat konsumen tidak puas meski produknya memuaskan*. Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *nah ini mas, segi ketepatan waktu yang sudah dijanjikan kadang meleset, ya saya tidak tahu kendalanya apa*. Hal senada diungkapkan konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *dari segi waktu kali ya dek, tapi jarang juga justru kami kalau order kan jumlah besar seringnya ontime sih meski beberapa kali pernah telat juga*.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dijelaskan jika kelalaian pengawas dalam output produksi dalam berujung komplain, mengingat bagian *quality control (QC)* dan *packing* adalah *final check* sebelum barang di kirim ke *customer*. Fakta dilapangan ditemukan jika pihak *final check* dalam QC dan bagian *packing* sering mengalami penumpukan pekerjaan karena jadwal produksi yang random sehingga berdampak pada keterlambatan pengiriman barang. Kondisi ini membuat dampak negatif bagi perusahaan karena dianggap tidak kompeten dan professional. Disamping itu, randomnya jadwal produksi menyebabkan bagian *final check* tidak focus pada pekerjaan yang sedang dikerjakan karena jadwal dapat berubah sewaktu-waktu sehingga banyak barang yang sudah dikirim ke *customer* dikembalikan Kembali karena dianggap tidak sesuai dengan permintaan *order klien*.

Permasalahan lainnya muncul dari sisi manajemen perusahaan. Fakta menemukan jika di PT. Aceplas tidak memiliki standar waktu *final check* di karenakan berubah-ubahnya jadwal produksi sehingga mempengaruhi tercapainya target produksi yang akan dikirim ke klien. Namun demikian, berdasar data hasil penelitian menunjukkan rata-rata ketepatan waktu dan kenyamanan berdasarkan persepsi konsumen adalah sebesar 3,54. Hal ini berarti konsumen masih mentolerir terjadinya ketidaktepatan waktu yang diterima. Hasil ini tentunya perlu menjadi perhatian pihak manajemen perusahaan agar segera mengatasi permasalahan yang muncul, sehingga kepuasan konsumen/pelanggan dapat lebih ditingkatkan.

Hasil wawancara dengan informan YF selaku marketing di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *kalau bicara estetika ya Aceplas kan punya standar pembuatan produk sesuai pesanan konsumen, bahan, cutting, dan warna sudah ada aturannya*. Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan

jika *produk Aceplas memang terbaik, karena warna bahan tidak mudah ditiru, jenis bahan langsung kami datangkan dari luar negeri, dan model disesuaikan sama permintaan pasar*.

Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *estetika produknya ya menurut saya sangat menarik karena bisa custom*. Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *produknya bermutu mas bisa custom*. Hal senada diungkapkan konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *produknya baik, semuanya sudah ada standar pabrik dek, jadi kita tinggal order atau bawa sampel*. Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan jika estetika di PT Aceplas Indonesia mampu berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan standar bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dan konsumen dapat melakukan *order by request* sesuai kebutuhan. Selain itu, berdasar hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata estetika sebesar 3,38, hal ini berarti konsumen dapat menerima estetika di PT Aceplas Indonesia dengan baik/puas.

Persepsi kualitas produk ditinjau dari kewajaran sejatinya mengerucut pada kewajaran harga yang ditawarkan oleh PT Aceplas. Kewajaran harga yang diukur melalui harga yang sesuai dengan kualitas layanan, referensi tingkat, harga yang ditetapkan dapat diterima dan harga yang ditetapkan adalah sebuah etika yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil wawancara dengan informan YF selaku marketing di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *ya masih wajar sih dek, kan disini harga pelayanan bukan ecer tapi ada standar batas dan kalkulasinya relative murah*.

Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan jika *kewajaran harganya sangat wajar, kan yang kami layani bukan pembeli eceran tapi perusahaan-perusahaan bonafit yang memang memesan dalam jumlah besar*. Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *ya kalau kalkulasi harga dari produk dengan kualitas yang diberikan ya harganya relative wajar, sangat wajar malah menurut saya*. Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *harga wajar dek, sesuai dengan kualitas yang diberikan*.

Hal senada diungkapkan konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *harga relative wajar, kualitasnya unggul dan harga justru relative terjangkau kalau menurut perusahaan kami*. Berdasarkan uraian dapat dijelaskan jika kewajaran di PT Aceplas Indonesia berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dari pernyataan para informan jika kewajaran disini dari segi harga pihak PT Aceplas mampu memberikan harga sesuai dengan kualitasnya. Kewajaran harga adalah suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses yang dapat diterima oleh pelanggan. Kewajaran harga dapat diukur sebagai harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas layanan,

merupakan suatu kondisi dimana harga jasa di PT Aceplas Indonesia yang ditetapkan dianggap sesuai dengan kualitas layanan yang diterima pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata nilai kewajaran sebesar 3,62, yang berarti konsumen memandang adanya kewajaran yang memang dapat diterima dengan sangat baik.

Persaingan bisnis yang semakin meningkat menuntut para pengusaha untuk memberikan hal pembeda pada usahanya, Solusi untuk mengatasi masalah persaingan, pengusaha perlu mengetahui strategi yang baik. Hasil wawancara dengan informan YF selaku *marketing* di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *bukti langsungnya ya tempat relative strategis gak terlalu masuk kedalam kawasan, lainnya kami melakukan promosi jemput bola jika ada promo atau diskon tertentu. Oh iya jemput bola itu maksudnya kami mengunjungi perusahaan yang sudah menjadi pelanggan untuk menawarkan produk baru atau pas ada penawaran harga terbaik sekaligus membangun relasi dengan pelanggan.* Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan jika *bukti langsungnya ya tempat mudah ditemukan, ada ruang tunggu, ada ruang konsultasi jadi lebih privat dan leluasa, terus pelanggan dapat melihat ke produksi terhadap produk yang dipesan.*

Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *bukti langsungnya ya orderan dipacking dan diantar ke tempat pelanggan, pelanggan dapat melihat proses produksi yang di kerjakan.* Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *kalau saya lebih ke tempat sih dek, ya mudah ditemukan, tau sendiri di kawasan industri areanya luas dan banyak perusahaan.* Hal senada diungkapka konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *tempat strategis, ada ruang tunggu, kita juga bisa melihat di produksi terkait produk yang kita pesan.*

Berdasarkan hasil wawancara di atas bukti langsung di PT Aceplas Indonesia dianggap mampu berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari lokasi yang strategis, terdapat ruang tunggu dan ruang konsultasi, serta pelanggan dapat melihat proses produksi terhadap barang yang di pesan. Bukti langsung (*tangibles*) dapat mendukung kualitas yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Bukti fisik juga sangat penting dalam memberikan kesan baik kepada pelanggan, hal ini berkaitan dengan perlengkapan penunjang dalam pemberian produk, fasilitas yang mendukung dalam kenyamanan pelanggan dan kebersihan tempat. Hal ini didukung dengan perolehan nilai rata-rata bukti fisik sebesar 3,11 yang menunjukkan bahwa bukti fisik mendukung kualitas layanan yang diberikan oleh PT Aceplas Indonesia.

Keandalan adalah proses dalam memberikan pelayanan dari perusahaan kepada pelanggan dengan ke hati-hatian dan juga akurasi yang baik sehingga menurunkan kesalahan, hal ini bisa berupa penerapan

SOP yang baik dalam pelayanannya dan evaluasi dari perusahaan. Hasil wawancara dengan informan YF selaku *marketing* di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *dari segi kehandalan kami sudah melaksanakan SOP perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi, yaitu tadi saya selalu bilang bahwa semua yang kami jalankan sudah ada SOPnya.* Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan jika *kehandalan dari PT Aceplas ya mampu memberikan pelayanan kepada konsumen dengan dasar SOP perusahaan.*

Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *kehandalan ya lebih ke pelayanan sih dek, ada tata cara dalam pemesanan yang memudahkan konsumen lebih kea rah itu sih.* Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *kehandalannya ya handal, karena kalau memesan kan ada prosedurnya, tertulis, dan mungkin ada beberapa waktu delay aja sih itu meski gak sering.* Hal senada diungkapka konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *secara keseluruhan handal, ya pelayanannya, ya hasil produksinya, cuma waktu aja kadang pernah delay dari jadwal yang di tentukan.*

Berdasarkan hasil wawancara di dapat dijelaskan jika keandalan di PT Aceplas Indonesia mampu berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dari pernyataan responden dimana PT Aceplas dianggap mampu memberikan pelayanan sesuai SOP perusahaan, tertulis, dan memberi kesan memudahkan konsumen. Hal ini juga didukung hasil penelitian yang menunjukkan nilai rata-rata keandalan adalah sebesar 3,28 yang berarti bahwa keandalan PT Aceplas Indonesia mendukung kualitas layanan dan pada akhirnya mempengaruhi kepuasan konsumen.

Daya tanggap adalah cara perusahaan dalam menyikapi atau bertanggungjawab terhadap hal-hal yang ada di luar perkiraan perusahaan sebelumnya dalam proses pelayanan kepada pelanggan, hal ini juga menekankan kepada sumber daya perusahaan agar siap menanggapi hal-hal yang tidak diperlukan sebelumnya. Daya tanggap bisa juga berkaitan dengan alur pemberian komplain pelanggan terhadap perusahaan. Hasil wawancara dengan informan YF selaku *marketing* di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *Daya tanggap lebih ke arah mengatasi masalah pelanggan ya dek, ya kalau itu sih kita hadapi gak main lempar sana lempar sini dek, kita jelaskan kondisinya dan seada-adanya.* Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan jika *biasanya complain masalah waktu sih, kami teman-teman memang selalu dianjurkan untuk mengahdapi tanpa lempar tanggungjawab meski kadang temen-temen planner suka rubah jadwal semauanya.*

Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *ya dihadapi, ditemui, didengar, karena complain kan masukan. Biasanya tentang waktu aja sih dek, kalau ada partai besar suka nyisip ke produksi karena yang memesan perusahaan prioritas, nah itu kadang yang membuat order lainnya*

delay. Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *pernah complain ya di tanggap bahkan karena delay itu saya dapat diskon untuk orderan yang di pesan perusahaan*. Hal senada diungkapkan konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *daya tanggapnya ya cukup baik mas, pernah complain malah pihak Aceplas ke kantor kami memberikan hadiah ucapan permintaan maaf dan orderan kami yang tertunda diberi diskon*.

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa daya tanggap di PT Aceplas Indonesia dianggap mampu berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dari sikap perusahaan yang mampu mengelola *complain* konsumen dengan baik. Selain itu, juga didukung dari hasil penelitian yang menunjukkan nilai rata-rata daya tanggap adalah sebesar 3,21, yang berarti daya tanggap di PT Aceplas Indonesia mendukung kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Jaminan adalah kemampuan perusahaan dalam memperlakukan pelanggan dengan sopan, percaya diri dan yang diberikan oleh karyawan dalam melakukan proses pelayanan kepada pelanggan, sehingga jaminan ini penting dalam menaikkan kepuasan pelanggan.

Hasil wawancara dengan informan YF selaku marketing di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *Jaminan yang diberikan ke pelanggan ya tentunya skill kami terhadap produk perusahaan dan kemampuan kami dalam meyakinkan konsumen untuk menggunakan produk PT Aceplas*. Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan jika *Jaminannya ya lebih ke kemampuan personil dan tim di lapangan mas, karena semua berkaitan*. Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *ya jaminan intinya ya jangan delay mbak, serta kalau ketemu klien baru kami harus menguasai produk yang ditawarkan perusahaan secara detail*. Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *jaminannya apa ya, pas awal ketemu marketingnya dulu sopan, mampu menjelaskan produk dengan baik, jadi itu yang membuat percaya memesan di PT Aceplas*.

Hal senada diungkapkan konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *lebih ke menguasai tentang produk yang ditawarkan karena ada kalanya saya ajak diskusi dan pihak Aceplas sangat membantu*. Berdasarkan jaminan di PT Aceplas Indonesia dianggap mampu berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dari temuan wawancara karena para karyawan di PT Aceplas dianggap mampu menjelaskan produk dengan baik dan mampu memberikan masukan atau arahan kepada konsumen sebelum memesan produk. Selain itu, dari hasil penelitian juga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,18 yang berarti jaminan mendukung kualitas layanan dan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen.

Empati terhadap bisnis merupakan hal penting yang dapat dilakukan untuk memuaskan pelanggan dengan meningkatkan kepekaan dan kepedulian perusahaan

dalam memberikan pelayanan, salah satunya adalah dapat dilakukan dengan meningkatkan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Hasil wawancara dengan informan YF selaku marketing di perusahaan tersebut yang menyatakan jika *Ya intinya kalau ada delay sebelum mereka tanya kami sudah menghubungi 2 hingga 3 hari sebelumnya*. Hal senada juga diungkapkan informan Hsn menjelaskan jika *lebih ke komunikasi sih dek, karena kalau pas delay itu yang mereka butuhkan hanya penjelasan konkrit*.

Lebih lanjut dalam wawancaranya informan Ad menjelaskan bahwa *ya komunikasikan ke konsumen kalau missal ada orderan delay, kalau konsumen setuju biasanya ada rekonsiliasi baru*. Temuan wawancara tersebut sejalan dengan temuan wawancara konsumen PT Shimano, hasil wawancaranya sebagai berikut *komunikasi paling ya, biasanya saya di hubungi 3 hari sebelum pengambilan orderan, solusinya ya bikin kesepakatan baru*. Hal senada diungkapkan konsumen dari PT TDK, berikut wawancaranya *lebih sewaktu sih dek, kalau udah delay ya gimana lagi, biasanya ya di telepon kalau gak mereka yang ke kantor*.

Berdasarkan empati di PT Aceplas Indonesia dianggap mampu berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dari temuan wawancara karena para karyawan di PT Aceplas dianggap mampu menjelaskan memberikan rasa nyaman dan aman ketika produk yang dipesan mundur dari kesepakatan. Hal ini didukung juga berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan perolehan nilai rata-rata sebesar 3,28 yang maknanya bahwa konsumen merasakan adanya empati dari para pegawai PT Aceplas Indonesia, sehingga berdampak pada kepuasan yang diterimanya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas produk PT. Aceplas Indonesia berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan PT. Aceplas Indonesia berdampak pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas dapat diberikan saran sebagai berikut pada persepsi kualitas produk PT. Aceplas Indonesia disarankan hendaknya mendahulukan orderan sesuai dengan antrian. Pada kualitas pelayanan PT. Aceplas Indonesia disarankan hendaknya melakukan evaluasi berkala terhadap kritik dan saran yang membangun baik dari karyawan maupun dari pelanggan. PT. Aceplas Indonesia disarankan untuk melakukan pembenahan pada bagian *quality control* dan *packing* dengan menetapkan standar waktu yang diperlukan untuk pengecekan kualitas barang jadi sampai proses pengemasan sehingga layanan yang diberikan dapat memenuhi tepat waktu. PT. Aceplas Indonesia disarankan hendaknya melakukan evaluasi harian melalui briefing pagi kepada seluruh bagian agar permasalahan berkaitan dengan orderan dapat diantisipasi sedini mungkin.

Ucapan Terimakasih

Ibu Dr., Dra., Budi Astuti, M. Si., selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan arahan ataupun petunjuk selama penyusunan laporan magang ini. Terimakasih atas nasihat, saran yang telah diberikan selama penelitian ini. Kedua orangtua dan keluarga, terimakasih telah memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam hidup ini. Selalu memberikan segala dukungan baik moral maupun material sehingga akhirnya saya dapat kuliah dengan baik dan menyelesaikan laporan magang ini. Para pimpinan dan pengelola Prodi dan Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis & Ekonomika UII serta PT Aceplas Indonesia. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa saya ucapkan terimakasih telah membantu dan mendoakan sehingga laporan magang dapat diselesaikan dengan baik.

Daftar Rujukan

- [1] Janah, D., Muslihudin, M., Nurhuda, A., & Nurdianto, N. (2023). The Influence of Product Quality, Price, and Store Atmosphere on Consumer Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi LLDIKTI Wilayah 1 (JUKET)*, 3(2), 68–78. DOI: <https://doi.org/10.54076/juket.v3i2.402> .
- [2] Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). DOI: <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870> .
- [3] Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of Service Quality And Customer Satisfaction on Loyalty of Bank Customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847> .
- [4] Moosa, R., & Kashiramka, S. (2023). Objectives of Islamic Banking, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Empirical Evidence From South Africa. *Journal of Islamic Marketing*, 14(9), 2188–2206. DOI: <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0007> .
- [5] Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585> .
- [6] Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase Intention of E-Commerce Customers In Indonesia: An Overview of The Effect Of E-Service Quality, E-Word of Mouth, Customer Trust, And Customer Satisfaction Mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329–340. DOI: <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001> .
- [7] Agarwal, R., & Dhingra, S. (2023). Factors Influencing Cloud Service Quality and Their Relationship with Customer Satisfaction and Loyalty. *Heliyon*, 9(4). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15177> .
- [8] Lestari, K. T., & Ratnasari, R. T. (2022). Pengaruh Experiential Quality dan Experiential Value Terhadap Behavioral Intention Pada Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(1), 106. DOI: <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp106-117> .
- [9] Hakeem, G., & Ratnasari, R. T. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use Pada Aplikasi M-Banking Bank Umum Syariah dengan Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6), 696. DOI: <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp696-705> .
- [10] Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. DOI: <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464> .
- [11] Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. DOI: <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416> .
- [12] Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. DOI: <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251> .
- [13] Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyandana, A., & Megawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 56–68. DOI: <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.231> .
- [14] Prasetyorini, P., Redjeki, S., & Pratiwi, E. D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tabularasa Cafe Jember. *Literatus*, 5(1), 31–39. DOI: <https://doi.org/10.37010/lit.v5i1.923> .
- [15] Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127–146. DOI: <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271> .
- [16] Shukla, P. (2004). Effect of Product Usage, Satisfaction and Involvement on Brand Switching Behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 16(4), 82–104. DOI: <https://doi.org/10.1108/13555850410765285> .
- [17] Bryman, A., & Bell, E. (2007). Business Research Methods. (Anonymous, Ed.), *Methods* (Vol. 3, p. 595). Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.4135/9780857028044> .
- [18] Hair, J. F., & Brunsveld, N. (2019). Essentials of Business Research Methods. *Essentials of Business Research Methods* (pp. 1–507). Taylor and Francis. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429203374> .
- [19] J, M., & A, A. K. (2020). Business Research Methods. *Business Research Methods*. Skyfox Publishing Group. DOI: <https://doi.org/10.22573/spg.020.bk/s/026> .
- [20] Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Switching Costs On Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405. DOI: <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395> .