

**SNTI**  
**2009**  
seminar nasional  
teknologi industri



# e-proceedings



“Sinergi Perguruan Tinggi dan Industri  
Melalui Peningkatan Kualitas Riset  
dan Inovasi Teknologi”

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**  
**Universitas Islam Sultan Agung**  
**(UNISSULA)**

## **INFORMASI SEMINAR**

**Tema** : **Sinergi Perguruan Tinggi dan Industri Melalui Peningkatan Kualitas Riset dan Inovasi Teknologi**

**Waktu pelaksanaan** : Rabu, 5 Agustus 2009

**Panitia Pelaksana** : Fakultas Teknologi Industri,  
Universitas Islam Sultan Agung

**Tempat** : Hotel Pandanaran Semarang  
Jl. Pandanaran No. 58 Semarang

**Sekretariat** : Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri,  
Universitas Islam Sultan Agung  
Jl. Raya Kaligawe km 4 Semarang  
Tlp (024) 6583584 ext 363  
Fax (024) 6582455  
Email : [snti2009@gmail.com](mailto:snti2009@gmail.com)

**Website seminar** : <http://www.snti2009.com/>

## **SUSUNAN PANITIA DAN REVIEWER**

### ***Reviewer call for paper:***

- Prof. Dr. Ir. Udi Subakti Ciptomulyono, M.Eng. (ITS)
- Dr. Ir. Hermawan, DEA. (UNDIP)

<b>Pengarah</b>	: Ir. H. Sukarno Budi Utomo, MT.
<b>Ketua</b>	: Nurwidiana, ST., MT.
<b>Wakil Ketua</b>	: Gunawan, ST., MT.
<b>Bendahara</b>	: Luqman Assaffat, ST.
<b>Sie Kesekretariatan</b>	: Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng. : Achmad Tjaturputranto Nugroho, ST. : Wahyu Widyastuti, SS.
<b>Sie Acara</b>	: Novi Marlyana, ST., MT. : Eka Nuryanto Budi Susila, ST., MT. : Indah Setiawati.
<b>Sie Call for Paper</b>	: Irwan Sukendar, ST., MT. : Ali Wedo Sarjono, ST. : Munaf Ismail, ST.
<b>Sie Publikasi</b>	: Muhammad Khosyi'in, ST., MT. : Tjatur Setyono
<b>Sie Pendanaan</b>	: Mochammad Taufik, ST., MIT.
<b>Sie Dek &amp; Dok</b>	: Rino Purwanto, ST. : Kistianto
<b>Sie Konsumsi</b>	: Ir. Eli Mas'idah, MT. : Yogawati Prihatin
<b>Sie Perlengkapan</b>	: Munadi, SH.
<b>Driver</b>	: Purwadi

**ANALISIS PERSAINGAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE  
IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS DAN  
CORRESPONDENCE ANALYSIS  
(STUDI KASUS : T REFILL CENTRE, BANDUNG)**

**Ely Sarvia<sup>1</sup>, Melina Hermawan<sup>2</sup>, Sheilah<sup>3</sup>**  
**Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha,**  
**Jl. Prof. Suria Sumantri 65, Bandung – 40164**  
**Telepon : (022)2012186, fax : (022)2005914**  
**Email: eltyarvia@yahoo.com<sup>1</sup>**  
**fei\_yen02@yahoo.com<sup>2</sup>**

**Abstrak**

*T Refill Centre merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yang menyediakan refill tinta printer, jasa perbaikan printer, serta menjual berbagai jenis printer dan cartridge. T Refill Centre mengalami penurunan penjualan terbesar pada bulan Agustus 2008, hal ini mungkin disebabkan adanya persaingan Refill Centre, banyaknya konsumen yang belum mengetahui keberadaan dan adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan.*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap T Refill Centre, persaingan antara Refill Centre, segmentasi, targeting dan positioning serta upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan daya saing terhadap T Refill Centre.*

*Dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan pihak manajemen dan penyebaran kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan jasa T Refill Centre (sebagai objek penelitian), Veneta System dan X4 Print (sebagai pesaing). Teknik sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling dan pembuatan kuesioner mengacu kepada konsep bauran pemasaran 7P.*

*Dengan menggunakan data kepentingan dan kepuasan hasil kuesioner dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan T Refill Centre. Setelah itu dilakukan penggambaran diagram Importance-Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen serta pembuatan Correspondence Analysis (CA) untuk mengetahui posisi T Refill Centre dibandingkan pesaingnya.*

*Berdasarkan hasil pengolahan, diperoleh 27 variabel yang secara signifikan dinyatakan belum puas. Usulan terhadap variabel yang belum puas didasarkan pada urutan prioritas perbaikan hasil analisis gabungan antara CA & IPA dimana prioritas pertama adalah variabel pada rangking 3 dan kuadran 2. Segmentasi didasarkan pada demografis, geografis dan perilaku konsumen dengan target mahasiswa/pelajar yang tinggal di sekitar Bandung Utara. Positioning yang dipilih adalah memberikan kemudahan dengan delivery service dalam pembelian cartridge maupun dalam pengisian tinta. Salah satu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan dan persaingan berdasarkan urutan prioritas perbaikan dalam hal produk adalah menyediakan tinta yang tidak mengeluarkan aroma sehingga nyaman saat digunakan.*

**Kata kunci :** Importance-Performance Analysis(IPA), Correspondence Analysis (CA), 7P, Segmentasi, Targeting dan Positioning

## **1. Pendahuluan**

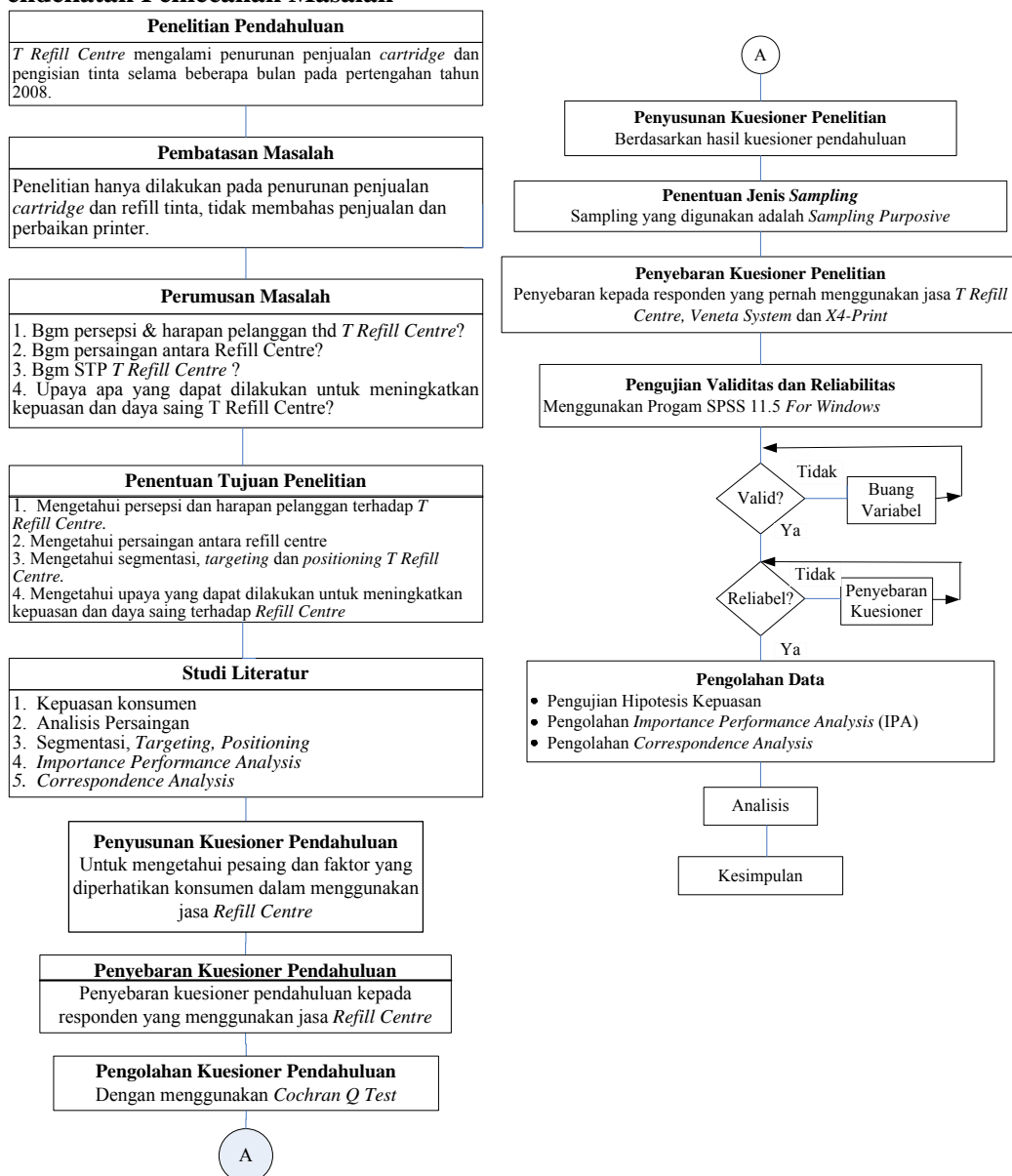
Perkembangan teknologi saat ini menjadi penyebab munculnya berbagai jenis perusahaan yang bergerak di bidang produk/jasa. Kondisi yang seperti inilah yang membuat setiap perusahaan harus memikirkan cara agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya. Untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut, para pelaku bisnis harus mulai mencari cara untuk meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan.

Salah satu hasil perkembangan teknologi adalah komputer. Saat ini, dengan adanya berbagai macam *software* yang terdapat dalam komputer sangat membantu dalam jasa percetakan (*digital*

printing). Sebagai contoh, penggunaan sistem *digital printing* digunakan setiap perusahaan untuk memasarkan produk maupun jasa, baik melalui pembuatan brosur, baliho, *banner*, dan sebagainya. Selain itu, dalam kegiatan akademik, sistem *digital printing* digunakan untuk membuat gambar 3 dimensi dan pembuatan tugas lainnya. Bagi beberapa orang, sistem *digital printing* digunakan dalam menyalurkan hobi yaitu mengedit foto dan mencetaknya dengan *printer*. Oleh karena itu, kebutuhan akan jasa *refill* tinta yang semakin tinggi menyebabkan terjadinya persaingan antar *refill centre*.

*T Refill Centre* salah satu perusahaan jasa yang menyediakan *refill* tinta *printer*, jasa perbaikan *printer*, dan menjual berbagai jenis *cartridge*. *T Refill Centre* baru berjalan sejak 2 Mei 2007. *T Refill Centre* mengalami penurunan selama beberapa bulan pada pertengahan tahun 2008. Penurunan hasil penjualan terbesar pada bulan Agustus 2008 sebagian besar berasal dari pengisian tinta dan penjualan *cartridge*. Pendapatan bulan Agustus 2008 untuk pengisian tinta dan penjualan *cartridge* Rp. 15.000.000,00, sedangkan penurunan penjualannya sebesar Rp 6.500.000,00 yaitu sebesar 43.33%.

## 2. Pendekatan Pemecahan Masalah



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep bauran pemasaran 7P. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan menyebarkan kuesioner penelitian. Wawancara dilakukan untuk mengetahui susunan organisasi, *job description*, dan strategi yang sudah dilakukan.

Tujuan pembuatan kuesioner pendahuluan adalah untuk mengetahui pesaing dan variabel yang diperhatikan konsumen dalam memilih *Refill Centre*. Jenis *Sampling* yang digunakan adalah *Sampling Purposive*, yaitu responden yang pernah menggunakan jasa *Refill Centre* dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden. Penyebaran kuesioner pendahuluan ditujukan kepada responden yang pernah menggunakan jasa *Refill Centre*.

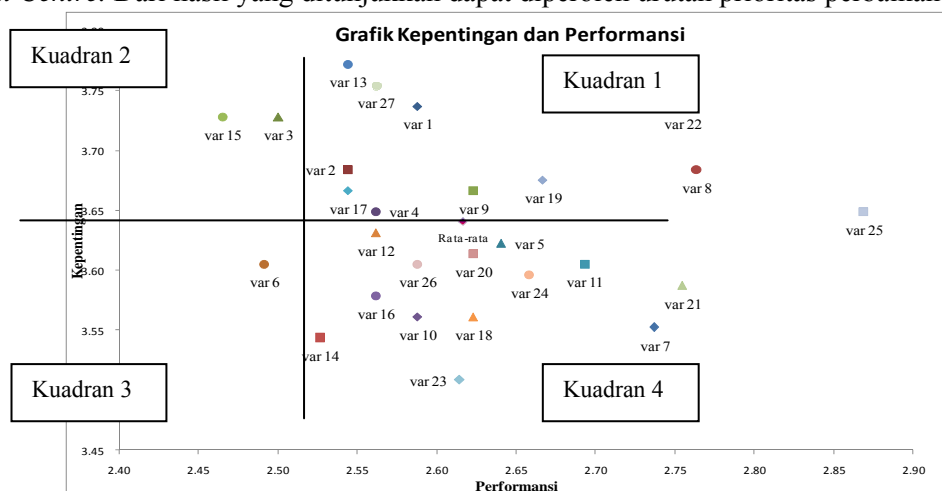
Pada kuesioner penelitian terdapat 2 bagian, yaitu: Bagian 1 yang bertujuan menanyakan profil responden untuk pembagian segmentasi, *targeting* dan *positioning*; Bagian 2 bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan harapan responden terhadap *T Refill Centre* serta penilaian responden terhadap *T Refill Centre* (sebagai objek penelitian), *Veneta System* (sebagai pesaing) dan *X4-Print* (sebagai pesaing) berdasarkan variabel hasil kuesioner pendahuluan. Jenis *Sampling* yang digunakan adalah *Sampling Purposive*, yaitu responden yang pernah menggunakan jasa *T Refill Centre*, *Veneta System* dan *X4-Print*. Penyebaran kuesioner penelitian ditujukan kepada 125 responden yang pernah menggunakan jasa *T Refill Centre*, *Veneta System* dan *X4-Print*. Oleh karena itu pengisian ini dilakukan oleh responden yang berlokasi di daerah Ciumbuleuit dan daerah pesaingnya yaitu di Dipati Ukur dan sekitar BEC, dengan menanyakan kepada responden apakah responden pernah menggunakan ketiga jasa *Refill Centre* tersebut.

### 3. Pengolahan Data

Dari 125 kuesioner yang disebar, terdapat 11 kuesioner yang memiliki jawaban yang tidak lengkap, maka data yang dapat diolah sebanyak 114 data. Setelah terbukti valid dan reliabel, data diolah dengan menggunakan data kepentingan dan kepuasan hasil kuesioner dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan *T Refill Centre*. Berdasarkan hasil pengolahan, diperoleh 27 variabel yang secara signifikan dinyatakan belum puas. Setelah itu dilakukan penggambaran diagram *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen serta pembuatan *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui posisi *T Refill Centre* dibandingkan pesaingnya. Dari hasil pengolahan data, dilakukan analisis gabungan untuk mendapatkan usulan strategi yang tepat bagi *T Refill Centre*.

#### 3.1 Importance-Performance Analysis

Hasil pengumpulan data menunjukkan rata-rata performansi dan harapan responden terhadap *T Refill Centre*. Dari hasil yang ditunjukkan dapat diperoleh urutan prioritas perbaikan.



Gambar 2. Importance-Performance Matrix

### 3.2 Correspondence Analysis

Pemberian ranking dilakukan pada *T Refill Centre* (sebagai objek penelitian), *Veneta System* (sebagai pesaing) dan *X4-Print* (sebagai pesaing) dimana ranking 1 menyatakan penilaian yang baik, ranking 2 cukup baik dan ranking 3 kurang baik. Pengolahan data *Correspondence Analysis* dengan menggunakan bantuan SPSS 11.5 for Windows, Pengujian *Correspondance Analysis* dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan posisi sebuah objek penelitian, apakah objek tersebut pada posisi unggul, bersaing ataupun perbaikan

Tabel 1. Kesimpulan hasil CA

No	Variabel	Unggul	Bersaing	Perbaikan
1	Ketersediaan tinta refill untuk semua jenis <i>cartridge</i>	Veneta	<b>T Refill</b>	X4-Print
2	Harga produk secara keseluruhan lebih murah dibandingkan dengan toko lain	Veneta	<b>T Refill</b>	X4-Print
3	Promosi melalui pembagian brosur	<b>T Refill</b>	X4-Print	Veneta
4	Ketersediaan <i>cartridge</i> untuk semua jenis printer	<b>T Refill</b>	Veneta	X4-Print
5	Tinta <i>refill</i> tidak mengeluarkan aroma	Veneta	X4-Print	<b>T Refill</b>
6	Hasil <i>print</i> yang rapi (tidak meleber)	<b>T Refill</b>	Veneta	X4-Print
7	Proses pengisian tinta yang rapi (tidak bocor)	X4-Print	Veneta	<b>T Refill</b>
8	Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen	<b>T Refill</b>	Veneta	X4-Print
9	Pengetahuan teknisi terhadap proses pengisian tinta	Veneta	<b>T Refill</b>	X4-Print
10	Tersedia kursi tunggu	<b>T Refill</b>	X4-Print	Veneta
11	Kehandalan teknisi dalam mengoperasikan mesin pengisian tinta	<b>T Refill</b>	Veneta	X4-Print
12	Kekentalan tinta yang konsisten	Veneta	<b>T Refill</b>	X4-Print
13	Ketepatan waktu pengisian tinta	X4-Print	Veneta	<b>T Refill</b>
14	Jam operasi toko yang konsisten	<b>T Refill</b>	X4-Print	Veneta
15	Ruangan toko yang bersih	Veneta	<b>T Refill</b>	X4-Print
16	Kesesuaian hasil <i>print</i> dengan warna <i>refill</i> yang diisi	Veneta	<b>T Refill</b>	X4-Print
17	Kesesuaian harga yang harus dibayar dengan <i>price list</i>	<b>T Refill</b>	X4-Print	Veneta
18	Waktu pengisian tinta bisa ditunggu	Veneta	X4-Print	<b>T Refill</b>
19	Bukti pembayaran tercantum dengan jelas	<b>T Refill</b>	Veneta	X4-Print
20	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas	<b>T Refill</b>	X4-Print	Veneta
21	Menyediakan jasa pesan antar yang bebas ongkos kirim ( <i>Delivery Service</i> )	X4-Print	<b>T Refill</b>	Veneta
22	Lokasi yang dekat dengan keramaian (universitas, kantor-kantor, dll)	X4-Print	<b>T Refill</b>	Veneta
23	Karyawan bersikap sopan kepada setiap konsumen	X4-Print	<b>T Refill</b>	Veneta
24	Bukti pembayaran tercantum dengan tepat jumlah yang dibeli	X4-Print	Veneta	<b>T Refill</b>
25	Kesesuaian pengisian tinta refill dengan <i>cartridgenya</i>	<b>T Refill</b>	X4-Print	Veneta
26	Kemampuan <i>customer service</i> dengan menjelaskan proses pengisian tinta	X4-Print	<b>T Refill</b>	Veneta
27	Keramahan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen	X4-Print	<b>T Refill</b>	Veneta

## 4. Analisis

### 4.1 Analisis Berdasarkan *Importance-Performance Analysis*

- Kuadran 1 (*Maintain Performance*) menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan akan variabel yang ada pada daerah ini tinggi dan kinerja perusahaan mengenai variabel tersebut tinggi, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan harus mempertahankan kinerja untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

- Kuadran 2 ( *Focus Improvement Effort Here* )  
Daerah ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan akan variabel yang ada pada daerah ini tinggi dan kinerja perusahaan mengenai variabel tersebut rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan harus meningkatkan kinerja untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tinggi akan variabel tersebut.
- Kuadran 3 ( *Medium-Low Proirity* )  
Daerah ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan akan variabel yang ada pada daerah ini rendah dan kinerja perusahaan mengenai variabel tersebut rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan tidak perlu meningkatkan kinerja untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.
- Kuadran 4 ( *Reduce Emphasis* )  
Daerah ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan akan variabel yang ada pada daerah ini rendah dan kinerja perusahaan mengenai variabel tersebut tinggi, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan perlu melakukan kinerja yang baik karena tingkat kepentingan pelanggan akan variabel tersebut rendah.

kepentingan	Tinggi	1	Ketersediaan tinta refill untuk semua jenis <i>cartridge</i>	8	Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen.
		2	Harga produk secara keseluruhan lebih murah dibandingkan dengan toko lain.	9	Pengetahuan teknisi terhadap proses pengisian tinta.
		3	Promosi melalui pembagian brosur.	19	Bukti pembayaran tercantum dengan jelas
		4	Ketersediaan <i>cartridge</i> untuk semua jenis <i>printer</i>	22	Lokasi yang dekat dengan keramaian (universitas, kantor-kantor,dll)
		13	Ketepatan waktu pengisian tinta	25	Kesesuaian pengisian tinta <i>refill</i> dengan <i>cartridge</i> nya
		15	Ruangan toko yang bersih.		
		17	Kesesuaian harga yang harus dibayar dengan <i>pricelist</i>		
	27	Keramahan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen.			
	Rendah	6	Hasil <i>print</i> yang rapi (tidak meleber)	5	Tinta <i>refill</i> tidak mengeluarkan aroma
		10	Tersedia kursi tunggu	7	Proses pengisian tinta yang rapi ( tidak bocor )
		12	Kekentakan tinta yang konsisten	11	Kehandalan teknisi dalam mengoperasikan mesin pengisian tinta
		14	Jam operasi toko yang konsisten.	18	Waktu pengisian tinta bisa ditunggu.
		16	Kesesuaian hasil <i>print</i> dengan warna <i>refill</i> yang diisi	20	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas.
		23	Karyawan bersikap sopan kepada setiap konsumen.	21	Menyediakan jasa pesan antar yang bebas ongkos kirim ( <i>Delivery Service</i> ).
26		Kemampuan <i>customer service</i> dalam menjelaskan proses pengisian tinta	24	Bukti pembayaran tercantum dengan tepat jumlah yang dibeli	
		Rendah	Kinerja	Tinggi	

Gambar 3. Importance-Performance Analysis

#### 4.2 Analisis Correspondence Analysis

Dari pengujian dapat diketahui keunggulan tiap *Refill Centre* yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Keunggulan setiap *Refill Centre*

No	Variabel	Centre
3	Promosi melalui pembagian brosur	<b>T Refill</b>
4	Ketersediaan <i>cartridge</i> untuk semua jenis printer	
6	Hasil <i>print</i> yang rapi (tidak meleber)	
8	Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen	
10	Tersedia kursi tunggu	
11	Kehandalan teknisi dalam mengoperasikan mesin pengisian tinta	
14	Jam operasi toko yang konsisten	
17	Kesesuaian harga yang harus dibayar dengan <i>price list</i>	
19	Bukti pembayaran tercantum dengan jelas	
20	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas	
25	Kesesuaian pengisian tinta refill dengan <i>cartridgenya</i>	



Tabel 2. Keunggulan setiap Refill Centre (lanjutan)

No	Variabel	Centre
1	Ketersediaan tinta refill untuk semua jenis <i>cartridge</i>	Veneta System
2	Harga produk secara keseluruhan lebih murah dibandingkan dengan toko lain	
5	Tinta <i>refill</i> tidak mengeluarkan aroma	
9	Pengetahuan teknisi terhadap proses pengisian tinta	
12	Kekentalan tinta yang konsisten	
15	Ruangan toko yang bersih	
16	Kesesuaian hasil <i>print</i> dengan warna <i>refill</i> yang diisi	
18	Waktu pengisian tinta bisa ditunggu	
7	Proses pengisian tinta yang rapi (tidak bocor)	
13	Ketepatan waktu pengisian tinta	
21	Menyediakan jasa pesan antar yang bebas ongkos kirim ( <i>Delivery Service</i> )	
22	Lokasi yang dekat dengan keramaian (universitas, kantor-kantor, dll)	
23	Karyawan bersikap sopan kepada setiap konsumen	
24	Bukti pembayaran tercantum dengan tepat jumlah yang dibeli	
26	Kemampuan <i>customer service</i> dengan menjelaskan proses pengisian tinta	
27	Keramahan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen	

#### 4.3 Analisis gabungan hasil hipotesis, IPA, dan CA

Urutan pertimbangan menitikberatkan pada segi persaingannya yaitu dari penilaian berdasarkan ranking, hal ini dikarenakan hasil hipotesis menyatakan rata-rata kepuasan berada dibawah rata-rata kepentingan sedangkan Hasil pengolahan dengan IPA juga menunjukkan bahwa penyebaran datanya kurang merata yaitu tingkat kepentingan yang tinggi dan tingkat performansi rendah. Artinya setiap variabel dipentingkan oleh konsumen sedangkan konsumen belum merasakan kepuasan sehingga semua variabel yang dipentingkan konsumen perlu dilakukan perbaikan Berikut ini adalah variabel pada setiap prioritas yang dikelompokkan berdasarkan bauran pemasaran 7P.

Tabel 3 Urutan Prioritas berdasarkan Bauran Pemasaran 7P

Prioritas	Faktor 7P	Variabel
1	Product	5 Tinta <i>refill</i> tidak mengeluarkan aroma
		7 Proses pengisian tinta yang rapi ( tidak bocor )
	Process	13 Ketepatan waktu pengisian tinta
		18 Waktu pengisian tinta bisa ditunggu.
		24 Bukti pembayaran tercantum dengan tepat jumlah yang dibeli
2	Product	1 Ketersediaan tinta <i>refill</i> untuk semua jenis <i>cartridge</i>
		12 Kekentalan tinta yang konsisten
		16 Kesesuaian hasil <i>print</i> dengan warna <i>refill</i> yang diisi
	Price	2 Harga produk secara keseluruhan lebih murah dibandingkan dengan toko lain.
	People	9 Pengetahuan teknisi terhadap proses pengisian tinta.
		23 Karyawan bersikap sopan kepada setiap konsumen.
		26 Kemampuan <i>customer service</i> dalam menjelaskan proses pengisian tinta
		27 Keramahan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen.
	Physical Evidance	15 Ruangan toko yang bersih.
	Place	22 Lokasi yang dekat dengan keramaian (universitas, kantor-kantor,dll)
Promotion	21 Menyediakan jasa pesan antar yang bebas ongkos kirim ( <i>Delivery Service</i> ).	
3	Promotion	3 Promosi melalui pembagian brosur.
	Product	4 Ketersediaan <i>cartridge</i> untuk semua jenis printer
		6 Hasil <i>print</i> yang rapi (tidak meleber)
	People	8 Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen.
		11 Kehandalan teknisi dalam mengoperasikan mesin pengisian tinta
	Physical Evidance	10 Tersedia kursi tunggu
		14 Jam operasi toko yang konsisten.
	Price	17 Kesesuaian harga yang harus dibayar dengan <i>pricelist</i>
		20 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas.
	Process	25 Kesesuaian pengisian tinta <i>refill</i> dengan <i>cartridge</i> nya
19 Bukti pembayaran tercantum dengan jelas		

#### 4.4 Segmentasi Pasar, *Targeting*, dan *Positioning*

Segmentasi pasar dari *T Refill Centre* dibagi berdasarkan segmen demografis yaitu dari jenis pekerjaannya, segmen geografis mengenai tempat tinggal dan lokasi pekerjaan serta perilaku konsumen, dan yang menjadi target pasar *T Refill Centre* adalah mahasiswa/pelajar yang bertempat tinggal dengan lokasi pekerjaan di sekitar Bandung Utara. *Positioning* sebagai Refill Centre yang memberikan kenyamanan bagi konsumen melalui *Delivery Service* dan penyediaan kualitas tinta yang baik. Upaya yang dapat dilakukan *T Refill Centre* dalam meningkatkan tingkat kepuasan dan daya saing.

1. Prioritas Pertama
  - ✓ *Product*: kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta yang tidak mengeluarkan aroma konsumen nyaman dalam menggunakannya
  - ✓ *Process*: memanfaatkan teknologi untuk mempercepat pengisian tinta, dengan adanya teknologi ini, dapat mengetahui ketepatan waktu pengisian tinta, melakukan pengisian, teknisi harus teliti sehingga tidak terjadi kebocoran tinta serta untuk menjaga kepercayaan pelanggan karyawan harus teliti untuk meminimasi kesalahan pada bukti pembayaran.
2. Prioritas kedua
  - ✓ *Product*: kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta yang sesuai dengan semua jenis *cartridge* dan selalu menjaga persediaan *cartridge* untuk *printer* dengan merek *Canon* dan jenis tinta *Color*, memperhatikan frekuensi pengisian tinta, melakukan kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta dengan memperhatikan kekentalan tinta yang konsisten dan selalu melakukan *test print* sehingga mendapatkan hasil *print* warna yang sesuai.
  - ✓ *Price*: survei mengenai pasaran harga setiap produk, khususnya pada pesaing utamanya
  - ✓ *People*: mempelajari metode proses pengisian tinta baik melalui studi pustaka dan mengikuti *training*, teknisi dapat menentukan proses pengisian tinta yang efektif dan efisien. Memberikan pengertian dan pelatihan kepada karyawan untuk bersikap sopan dan ramah kepada konsumen Selain itu juga memberikan pembekalan kepada *customer service* tentang proses pengisian tinta sehingga dapat memerikan penyelesaian kepada konsumen.
  - ✓ *Physical Evidance*: Melakukan pengecekan kondisi ruangan toko secara berkala, misalnya dengan melakukan pembersihan toko sebelum dan sesudah toko dibuka. Ruangan toko yang bersih akan menciptakan suasana yang nyaman sehingga dapat menimbulkan citra yang baik bagi pelanggan.
  - ✓ *Place*: Agar lebih dikenal masyarakat dan meningkatkan penjualan, *T Refill Centre* sebaiknya membuka cabang baru, yaitu daerah Bandung Tengah dan Bandung Barat. Pada daerah tersebut juga memperhatikan tempat yang dekat dengan universitas karena target utamanya adalah mahasiswa.
  - ✓ *Promotion*: Dengan adanya jasa pesan antar yang bebas ongkos kirim, perusahaan perlu menyediakan kendaraan berupa motor untuk mempermudah dalam pengantaran atau pada saat perekrutan, perusahaan mencari kurir yang mempunyai motor minimal dapat mengendarai motor sebagai syarat utama.
3. Prioritas ketiga
  - ✓ *Promotion*: penyebaran brosur dapat dilakukan wilayah Bandung Utara yang merupakan target utama, Bandung Tengah dan Bandung Barat yang berpotensi menjadi target, sehingga pada brosur memberikan promosi khusus untuk mahasiswa misalnya dengan membuat paket pengisian tinta (pengisian tinta *color* dan *black*) atau promosi dengan melakukan pengisian beberapa kali dalam jangka waktu tertentu diberikan gratis 1x pengisian. Surat kabar juga dapat membantu penyebaran brosur karena surat kabar merupakan konsumsi masyarakat luas.
  - ✓ *Product*: kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan *cartridge* yang sesuai untuk semua jenis *printer* dan memperhatikan perkiraan waktu penyediaan barang karena frekuensi pengisian tinta adalah 3 bulan dan rata – rata konsumen akan membeli *cartridge*. Melakukan kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta yang sesuai dengan semua jenis *cartridge* dengan memperhatikan kekentalan tinta yang konsisten dan sehingga mendapatkan hasil *print* yang rapi (tidak meleber).

- ✓ *People*: Memberikan pembekalan kepada teknisi mengenai mesin pengisian tinta baik melalui studi pustaka dan mengikuti *training*, sehingga teknisi dapat mengambil tindakan dengan cepat agar proses pengisian tinta tidak terhenti.
- ✓ *Physical Evidance*: Menyediakan ruang tunggu yang nyaman dengan desain ruangan yang menarik sehingga dapat memberikan inspirasi bagi mahasiswa yang mempunyai nilai seni (misalnya mahasiswa jurusan arsitek dan desain) serta memberikan hiburan berupa televisi sehingga konsumen tidak merasa bosan selama menunggu pengisian tinta. Mengusahakan agar jam operasi berjalan sesuai jadwal.
- ✓ *Price*: Menentukan periode penetapan harga sebelum penyebaran *pricelist*. Untuk mengantisipasi terjadinya perubahan harga, sebaiknya perusahaan mencantumkan peringatan bahwa harga dapat berubah sewaktu – waktu.
- ✓ *Process*: Untuk menjaga kepercayaan pelanggan, karyawan harus teliti untuk meminimasi kesalahan pada pengisian tinta pengecekan dilakukan berdasarkan jenis tinta dan *Cartridge* yang sesuai.

## 5. Kesimpulan dan Saran

1. Persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan T Refill Centre dapat dilihat pada gambar 3.
2. Persaingan antara *Refill Centre* dapat dilihat pada tabel 2.
3. Segmentasi pasar dari *T Refill Centre* dibagi berdasarkan segmen demografis, geografis dan perilaku konsumen, dan yang menjadi target pasar *T Refill Centre* adalah mahasiswa / pelajar yang bertempat tinggal dengan lokasi pekerjaan di sekitar Bandung Utara, *positioning* yang tepat adalah sebagai *Refill Centre* yang memberikan kenyamanan bagi konsumen melalui *Delivery Service* dan penyediaan kualitas tinta yang baik.
4. Upaya yang dapat dilakukan *T Refill Centre* dalam meningkatkan tingkat kepuasan dan daya saing berdasarkan urutan prioritas perbaikan pada tabel 3.

## 6. Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2002, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan ke-5. Alfa Beta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi.2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi revisi ke-5. Jakarta: PT Rineka Cipta, November.
- Kotler, P.,1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1, Edisi 9, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P.;2004, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Milenium, PT Indeks, Jakarta.
- Sugiyono. 2006, *Metode Penelitian Administrasi*, Edisi ke-14, Alfabeta, Bandung.
- Rust, Roland; Anthony J.Z; Timothy L Keinigham. 1996, *Service Marketing*, Harper Collins College Pubashers.