

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil uraian pada bab-bab sebelumnya dan juga memperhatikan hasil penilaian yang diperoleh maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan masalah penilaian pada kategori fokus pasar dan pelanggan di PT. “X”

#### 6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penilaian yang dilakukan penulis, dapat dikemukakan sebagai berikut :

##### a. *Item Pengetahuan Pasar dan Pelanggan*

- Kekuatan-kekuatan yang dimiliki PT. “X” pada *item* pengetahuan pasar dan pelanggan adalah sebagai berikut :
  1. PT. “X” di dalam penentuan segmen dan target pelanggan melalui penggunaan data pengamatan industri, data informasi penjualan, dan data pasar lainnya.
  2. PT. “X” menggunakan berbagai metode pendengaran dan pembelajaran untuk menentukan kebutuhan-kebutuhan pelanggan seperti focus groups pelanggan, survei-survei kepuasan pelanggan, studi-studi industri dan pasar, dan pengamatan data keluhan.
  3. PT. “X” menggunakan tehnik statistika di dalam menganalisis masukan-masukan dari para pelanggan yang diterjemahkan dengan menggunakan metode *Quality Function Development* (QFD) menjadi produk baru atau produk yang telah dimodifikasi.
  4. PT. “X” melakukan evaluasi di dalam menjaga metode pendengaran dan pembelajaran untuk menilai tingkat keefektifan setiap metode tersebut.

- Area-area yang perlu diperbaiki oleh PT. “X” pada item pengetahuan pasar dan pelanggan adalah sebagai berikut :
  1. PT. “X” sebaiknya membedakan metode-metode di dalam menentukan kebutuhan-kebutuhan pelanggan untuk setiap kelompok pelanggan.
  2. Penggunaan informasi-informasi di dalam mengidentifikasi ciri-ciri produk sebaiknya dijelaskan lebih teliti di dalam perencanaan produk, pemasaran produk atau pengembangan bisnis lainnya.
  3. Informasi-Informasi sebaiknya dapat juga turut diberikan kepada seluruh fungsi-fungsi/bagian-bagian yang mempengaruhi keseluruhan perencanaan organisasi, seperti kepada para supplier atau kepada bagian pembelian/penjualan.

**b. *Item Hubungan dan Kepuasan Pelanggan***

- Kekuatan-kekuatan yang dimiliki PT. “X” pada *item* hubungan dan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :
  1. PT. “X” menggunakan berbagai pendekatan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Sebagai contoh adalah dengan menempatkan para insinyur ke daerah-daerah pelanggan utama, dengan memberikan pelayanan kontak pelanggan tingkat tinggi dengan organisasi.
  2. PT. “X” memiliki beberapa mekanisme kontak pelanggan dan mengumpulkan informasi atas kebutuhan kontak pelanggan melalui berbagai metode pendengaran dan pembelajaran.
  3. PT. “X” memiliki sistem manajemen keluhan yang baku yang akan memberikan respon balasan kepada pelanggan bahwa keluhan telah diterima oleh pihak PT. “X” dalam kurun waktu tidak lebih dari 24 jam setelah keluhan disampaikan.
  4. PT. “X” melakukan suatu proses analisis untuk menentukan arah-arrah kepuasan dan ketidakpuasan serta korelasi/hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan serta pendapatan yang diperoleh PT. “X”.

5. PT. "X" melakukan survei-survei di dalam mengawasi tingkat kepuasan pelanggan serta menggunakan informasi pembandingan untuk mengevaluasi performansi dan untuk menetapkan sasaran dan target.
  6. PT. "X" telah mengintegrasikan beberapa pendekatan untuk memperbaiki metode-metode dalam membangun hubungan dan menentukan kepuasan pelanggan ke dalam proses perencanaan strategis.
- Area-area yang perlu diperbaiki oleh PT. "X" pada *item* hubungan dan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :
    1. Sebaiknya pendekatan-pendekatan yang dipilih PT. "X" untuk membangun hubungan dengan pelanggan dapat juga bersumber dari para pelanggan potensial.
    2. Sebaiknya informasi yang dikumpulkan melalui kontak pelanggan di dalam menentukan kebutuhan utama kontak pelanggan disusun secara sistematis dan diuraikan dengan jelas.
    3. Sebaiknya adanya suatu pendekatan yang sistematis di dalam mengumpulkan data dari hasil survei kepuasan pelanggan untuk menentukan arah perbaikan tidak diuraikan dengan jelas.
    4. Sebaiknya terdapat suatu uraian yang jelas di dalam penggunaan informasi untuk penilaian keseluruhan performansi secara sistematis digabungkan dengan data lainnya dalam memastikan informasi tersebut diterjemahkan menjadi suatu umpan balik kepada organisasi

## 6.2 Saran

### 6.2.1 Saran bagi perusahaan

Untuk mendapatkan performansi yang lebih baik pada kategori fokus pasar dan pelanggan, maka PT. "X" sebaiknya menangani terlebih dahulu masalah-masalah yang disebutkan pada area-area yang perlu mendapatkan perbaikan (*opportunity for improvement*) dengan cara membentuk suatu tim

proyek (*project team*) yang akan bekerja secara bersama di dalam menentukan langkah-langkah di dalam perbaikan tersebut.

### **6.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya**

Untuk mendapatkan kualitas pengelolaan perusahaan yang lebih baik di PT. "X", maka sebaiknya penelitian dilanjutkan dengan penilaian pada kategori-kategori yang lain seperti kepemimpinan, perencanaan strategis, pengukuran, analisis dan manajemen pengetahuan, fokus sumber daya manusia, manajemen proses dan hasil bisnis. Dengan penilaian pada seluruh kategori yang terdapat pada *criteria for performance excellence 2004*, maka kualitas pengelolaan perusahaan dapat dilihat secara keseluruhan.