

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

Data umum perusahaan adalah data yang memberikan gambaran umum perusahaan yang menjadi objek laporan tugas akhir, meliputi:

3.1.1 Sejarah PT Cambrics Primissima

Sejarah berdiri dan berkembangnya PT Cambrics Primissima berawal saat negara kita masih kekurangan bahan baku untuk pembuatan kain batik halus. Selama ini pemerintah RI memenuhinya dengan mengimport dari Negara- negara seperti India, Cina dan Jepang. Lambat laun, kebutuhan bahan baku tersebut dirasa semakin tinggi dan biaya import yang tinggi pula, sedangkan pemerintah perlu menghemat devisa. Pemerintah mulai berfikir bagaimana dapat memenuhi kebutuhan bahan baku tersebut dan muncullah suatu gagasan untuk mendirikan perusahaan yang memproduksi kain *grey* dengan kualitas halus yang identik dengan kain *grey* cap "*Cent*" pada saat itu.

Pemerintah RI mengadakan kerjasama dengan perusahaan swasta nasional, yaitu Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI) pada tanggal 22 Juni 1971. Pada saat itulah berdirilah Pabrik Cambrics berkualitas halus dengan nama PT Cambrics Primissima, berdasarkan akta Notaris R. Surojo Wongsowidjojo, SH No. 31 Tahun 1971 di Jakarta.

Modal PT Cambrics Primissima adalah terdiri atas bantuan (*grant*) kerajaan Belanda kepada Pemerintah Indonesia dalam bentuk mesin, yang nilai mesin tersebut merupakan saham Pemerintah Republik Indonesia (Departemen Keuangan RI), sedangkan harga tanah, bangunan pabrik, perumahan dinas dan biaya pemasangan mesin ditanggung dari pihak GKBI yang merupakan saham Gabungan Koperasi Batik Indonesia. Pembangunan dalam rangka penanaman modal dalam negeri (PMDN) berdasarkan Peraturan Pemerintah RI nomor 54/1970 ditetapkan modal dasar sebesar Rp 1.230.000.000 yang terdiri atas saham Pemerintah RI sebesar RP 730.000.000 dan GKBI sebesar Rp 500.000.000 sehingga perbandingan saham saat didirikan adalah 59,35% saham Pemerintah RI dan 40,65% saham GKBI.

Setelah diresmikan oleh Menteri Koordinator Ekonomi, Keuangan dan Industri Sri Sultan Hamengku Buwono IX yang didampingi Menteri Perindustrian M. Yusuf pada tanggal 2 Februari 1972, pabrik ini mulai berproduksi dengan kapasitas 4 (empat) juta *yard* per tahun. Tahun demi tahun, permintaan konsumen semakin bertambah, sedangkan kapasitas mesin-mesin persiapan *pre spinning* masih belum maksimal, maka pada tahun 1974, PT Cambrics Primissima mengadakan perluasan Tahap I, dengan tambahan mesin pemintalan 22 mesin dan 11.088 mata pinta, 192 mesin tenun merek sama. Perluasan ini selesai pada tanggal 7 Agustus 1976 dan diresmikan oleh Presiden RI Soeharto. Perluasan tahap I disebut Pabrik II dan mampu meningkatkan produksinya 8.250.000 yard pertahun. Dengan didukung SDM yang terlatih. Disiplin dan berdedikasi tinggi, peningkatan efisiensi dan pemasaran yang mantap dan bermuara pada peningkatan

kesehatan serta nilai perusahaan, maka pada tahun 1981 PT Cambrics Primissima mampu tumbuh dan berkembang dengan membangun pabrik III berkapasitas 16.128 mata pital di pemintalan dan 320 ATM dipertenunan, sehingga kapasitas seluruhnya menjadi 36.288 mata pital dan 692 ATM. Pada tahun 1984 oleh Bapak Menteri Hartanto selaku Menteri Perindustrian, perluasan pabrik ini diresmikan dan mampu meningkatkan produksinya mencapai 18.250.000 meter per tahun. Biaya perluasan ini 45 % dari dana sendiri dan 55 % dari kredit investasi Bank Negara Indonesia 1946, disamping itu juga mendapat kredit modal kerja dari Pemerintah RI.

Pada tahun berikutnya penggemar batik lambat laut mulai berkurang, sehingga pasaran batik pun mulai berkurang padahal kapasitas produksi sudah terlanjur besar. Namun dibalik itu terlihat bahwa pasaran *export* cukup baik hanya saja diperlukan persyaratan yang ketat antara lain nomor-nomor benang Ne yang rendah berkisar Ne 40 S. Padahal pabrik ini didesain untuk nomor Ne 50 S ke atas. Hal ini merupakan tantangan yang dapat merangsang para teknisi. Maka ditempuh sebagai jalan keluar dengan cara:

1. Mesin-mesin permintalan di *setting* untuk nomor rendah yang berkisar Ne 40 S dan ternyata mampu.
2. Diterapkannya standar *grading* dipertenunan yang memenuhi persyaratan *export* yaitu *JAPAN INDUSTRY STANDART (JIS)*.

Pada awal tahun 1986 pencapaian *grade export* sangat rendah yaitu baru berkisar 25%, tetapi karena kegitan dan kegigihan semua pihak *grade export* berangsur-angsur meningkat hingga 70% dari semua jenis produk pada tahun

1992. Dari pencapaian itu didapat diekspor rata-rata 10 kontainer atau 1.200.000 meter perbulan.

Pada tahun berikutnya setelah tahun 1992 pencapaian mutu *eksport* produk pabrik I, selain itu juga dirasakan konsumen mulai meminta produk-produk kain dari mesin-mesin tenun tanpa *shuttle*. Oleh karena itu pada bulan April tahun 1994 diputuskan diadakan renovasi dan *replacement* untuk pabrik I, pertenunan yang 180 ATM *Shuttle* diganti dengan 60 ATM *air jet loom* (AJL) buatan *Picanol Belgia type delta* dan mulai berproduksi pada bulan Oktober tahun 1994. Awal tahun 1990 komposisi perbandingan saham PT Cambrics Primissima yaitu 52,79% dipegang pemerintah RI dan 47,21% dipegang oleh GKBI. Karena saham pemerintah RI lebih dari 50%, maka PT Cambrics Primissima berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Tujuan secara umum pada PT Cambrics Primissima adalah melakukan usaha dibidang tekstil serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perseroan untuk menghasilkan barang dan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat, serta mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip perseroan terbatas.

1. Visi Perusahaan

Menjadikan PT Cambrics Primissima sebagai produsen tekstil halus terkemuka di Indonesia yang produknya memiliki daya cipta nilai tinggi dan mampu bersaing pasar global.

2. Misi Perusahaan

Sesuai dengan pokok-pokok pembinaan BUMN, misi PT Cambrics Primissima sebagai perusahaan yang didirikan oleh Pemerintah Republik Indonesia dan Gabungan Koperasi Batik Indonesia dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Sebagai agen pembangunan yang berwawasan bisnis, berperan aktif dalam bidang industri tekstil dan menyediakan bahan baku bagi industri pembatikan.
- 2) Sebagai unit ekonomi yang dapat memberikan kontribusi bagi penerimaan Negara serta pemegang saham lainnya.
- 3) Menunjang program pemerintah dalam meningkatkan ekspor non migas, baik langsung maupun tidak langsung.

3.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi digunakan untuk mengetahui susunan dan hubungan antar tiap bagian posisi. Struktur organisasi dapat menggambarkan tugas dan wewenang oleh masing-masing bagian yang ada dalam organisasi. Demikian juga yang ada di PT Cambrics Primissima. Struktur organisasi dapat dilihat pada lampiran 3 (tiga).

3.1.4 Tugas dan Wewenang

PT Cambrics Primissima memiliki puncak pimpinan tertinggi yaitu Dewan Komisaris. Dewan Komisaris tersebut merupakan pemegang saham di PT Cambrics Primissima. Dari struktur organisasi tersebut dapat dijelaskan mengenai

tugas dan wewenang dari masing-masing bagian secara garis besar sebagai berikut:

1. Direktur Utama

a. Tugas

- 1) Mengatur dan mengarahkan kegiatan direktorat-direktorat.
- 2) Mengendalikan kegiatan-kegiatan perusahaan.

b. Wewenang

Menetapkan kebijakan umum perusahaan dalam kaitannya dengan penyusunan rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja perusahaan.

2. Direktur Administrasi dan Personalia

a. Tugas

- 1) Mengolah sistem administrasi dan menguasai serta mengamankan kekayaan milik perusahaan.
- 2) Mengelola sistem personalia dan organisasi serta organisasi perusahaan.

b. Wewenang

Mengatur kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam rangka perlindungan keselamatan kerja, melakukan hubungan dengan pihak luar yang berasal dari instansi pemerintah swasta, maupun pihak asing dalam kaitannya dengan kegiatan administrasi dan personalia.

3. Direktur Keuangan dan Pemasaran

a. Tugas

- 1) Menyusun RAPB perusahaan yang akan diajukan pada Rapat Umum Pemegang Saham berdasarkan rencana kerja yang telah ditetapkan oleh direksi.
- 2) Menyusun serta melaksanakan rencana-rencana dari penjualan tahunan.
- 3) Melaksanakan pengadaan barang-barang umum atas permintaan rektorat-rektorat lain.
- 4) Menetapkan pedoman-pedoman dalam kebijakan dalam pengadaan serta pengendalian pelaksanaan.

b. Wewenang

- 1) Menetapkan serta mengelola administrasi keuangan perusahaan.
- 2) Mengelola perbendaharaan perusahaan.
- 3) Mengatur penyediaan dan penggunaan dana.
- 4) Menetapkan pedoman dan kebijakan penjualan hasil produksi.
- 5) Mengkoordinasi pemberian dan permintaan jasa
- 6) Mengelola kegiatan penyelenggaraan riset dan promosi.
- 7) Membina sistem administrasi pemasaran dan pengadaan tanggung jawab.

4. Direktur Produksi

a. Tugas

- 1) Mengkoordinir kegiatan-kegiatan kesekretariatan yang meliputi pembuatan dan penerimaan surat-surat, pengadaan barang umum kebutuhan kantor, menyusun anggaran belanja kantor.
- 2) Menyelenggarakan notulen rapat dinas, menyimpan dokumen-dokumen kontrak asli.

b. Wewenang

Mengurusi hal-hal menyangkut pelayanan umum dan kerumahtanggaan kantor.

5. Kepala Departemen Personalia

a. Tugas

- 1) Menyusun rencana kebutuhan personil perusahaan.
- 2) Mengelola sistem penggajian dan jaminan social karyawan
- 3) Mengatur kerja serta mengurus mutasi, promosi, demosi, dan penilaian konduite untuk karyawan bagian personalia.

b. Wewenang

Melakukan analisa secara berkala atas perkembangan bidang personil, merencanakan program pendidikan dan latihan karyawan baik di dalam maupun luar negeri.

6. Kepala Departemen Permintalan (*spinning*)

a. Tugas

- 1) Mengatur dan merawat semua alat kerja yang ada di bagiannya.

- 2) Membantu pengadaan akan kebutuhan tenaga kerja, bahan baku, mesin-mesin dan alat produksi.
- 3) Memproduksi benang dengan kualitas dan kuantitas sebaik-baiknya sesuai rencana.

b. Wewenang

Mengadakan hubungan dengan kepala departemen lainnya di dalam lingkungan perusahaan demi lancarnya produksi.

7. Kepala Departemen Pertenunan (*weaving*)

a. Tugas

- 1) Merencanakan produksi dari tiap-tiap macam produksi dengan menyelesaikan rencana yang disusun oleh Direktorat Keuangan dan Pemasaran.
- 2) Menentukan alokasi mesin untuk macam-macam produksi.
- 3) Membuat percobaan produk baru yang sekitarnya akan laku di pasaran.
- 4) Menghitung kebutuhan benang baik nomornya maupun beratnya.
- 5) Menentukan *cutting* (pos).

b. Wewenang

Mengkoordinir semua aktivitas departemen.

8. Kepala Departemen Teknik Umum

a. Tugas

- 1) Mengatasi kegiatan mesin-mesin, reparasi listrik untuk mencapai hasil yang maksimal.
- 2) Menyelenggarakan kebutuhan suku cadang dan alat-alat proses produksi.

3) Perawatan, perbaikan dan penyempurnaan bangunan.

b. Wewenang

Mengadakan hubungan dengan kepala departemen lainnya di dalam perusahaan.

9. Kepala Departemen Keuangan

a. Tugas

1) Menyusun dan melaporkan posisi keuangan secara berkala.

2) Menyusun administrasi dan inventarisasi kekayaan perusahaan yang berupa aktiva dan pasiva perusahaan.

b. Wewenang

Melakukan kegiatan-kegiatan transaksi perusahaan dan menyusun administrasinya, termasuk pula kelengkapan dokumennya.

10. Kepala Departemen Pemasaran

a. Tugas

1) Mengelola penjualan barang yang meliputi hasil produksi perusahaan, *waste*, barang bekas (yang tidak terpakai), meneliti sah dan lengkap tidaknya jaminan (surat berharga sehubungan dengan penjualan kredit).

2) Mengelola pengadaan barang yang meliputi, penerimaan barang, penyimpanan dan pemeliharaan barang, barang inventaris, *tools*, dan bahan pembantu (penolong), *spare part* dan *accessories*.

b. Wewenang

Mengelola penelitian pasar dan promosi.

11. Kepala Biro Pengendalian Intern atau SPI (Satuan Pengawasan Intern)

a. Tugas

- 1) Mengkoordinir kepala-kepala bagian dalam pelaksanaan intern.
- 2) Mengadakan analisa atau evaluasi perusahaan di segala aspek kegiatan bulanan, triwulan, semester maupun tahunan.

b. Wewenang

Membutuhkan input berupa informasi mengenai hasil pengawasan intern kepada direktur utama, membina disiplin kerja agar tugas-tugas departemen dapat dilaksanakan secara efisien.

3.1.5 Hasil Produksi

PT Cambrics Primissima merupakan perusahaan yang berdiri pada bidang produksi tekstil. Beberapa konstruksi yang dihasilkan merupakan produk unggulan yang banyak diminati oleh konsumen, baik pangsa pasar domestic maupun luar negeri. Produksi unit pemintalan berupa benang 100% cotton, dan hasil dari pemintalan tersebut seluruhnya diproses lebih lanjut pada unit pertenunan menjadi kain *grey*. Produk yang dihasilkan berupa, kain *grey* (kain blacu), kain *cambrics* yang hasil finishingnya dilakukan dengan pihak ketiga, dan kain batik yang hasil finishingnya dilakukan pihak ketiga. Dalam proses produksi ini didukung dengan infrastruktur berupa:

1. Mesin pada departemen *spinning* berjumlah 63 set mesin pintal bermerk rieter, itu setara dengan 36,288 mata pintal.

2. Mesin pada departemen *weaving* yang berjumlah 422 set berupa mesin *shuttle* dan 104 set berupa mesin *Air Jet Loom* (ALJ)

Hasil produksi produk yang dihasilkan oleh PT Cambrics Primissima antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kain *Shuttle*

Kain *shuttle* merupakan produk dari PT Cambrics Primissima yang biasa digunakan untuk bahan dasar pembuatan batik. Produksi kain ini dilakukan secara terus menerus karena permintaan akan kain tersebut selalu ada dan PT Cambrics Primissima mengantisipasi terjadinya *stock out* dengan cara memproduksinya secara terus menerus.

2. Kain AJL (*Air Jet Loom*)

Kain AJL merupakan produk dari PT Cambrics Primissima yang biasa digunakan untuk produk garmen. PT Cambrics Primissima memproduksi kain tersebut apabila terdapat permintaan.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Strategi Kualitas Pelayanan di PT Cambrics Primissima

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan puas tidaknya pelanggan terhadap kualitas pelayanan tergantung dari dimensi kualitas pelayanan pada suatu perusahaan. Berdasarkan hasil laporan tugas akhir strategi kualitas pelayanan di PT Cambrics Primissima dengan menerapkan dimensi kualitas pelayanan. Jadi dimensi kualitas pelayanan ini menjelaskan mengenai kepuasan pelanggan yang diukur berdasarkan perbandingan tingkat harapan pelanggan dengan tingkat

kinerja yang diberikan PT Cambrics Primissima. Strategi kualitas pelayanan ini berdasarkan dimensi kualitas pelayanan berupa:

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Salah satu yang membuat pelanggan puas dalam hal pembelian produk dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan oleh karena itu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang dapat berdampak langsung pada citra perusahaan.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan ada 30 responden yang telah mengisi kuesioner strategi kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Combrics Primissima. Dari jumlah 30 responden yang telah mengisi kuesioner menyebutkan 19 responden dari laki-laki sedangkan 11 responden perempuan, untuk usia 30 responden berusia > 45 tahun, dari data responden bahwa rata-rata pendidikan terakhir SMA 24 responden dan 6 responden pendidikan terakhir SMP dan untuk pekerjaan ada 30 responden sebagai wiraswasta.

Tabel 3.1 Data Hasil Rekap Kuesioner *Tangible*

No	Skala	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	51	42,5 %
2.	Setuju	36	30 %
3.	Netral	33	27,5 %
4.	Tidak Setuju	0	0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
	Jumlah	120	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) 2018

Berdasarkan tabel 3.1 data hasil rekap kuesioner *tangible* bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Cambrics Primissima berupa:

a. Kenyamanan ruang tunggu

Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan harapan pelanggan ditujukan pada kenyamanan ruang tunggu yang nyaman, ber AC (*Air Conditioner*) dan tempat duduk yang memadai. Tetapi dalam interior PT Cambrics Primissima perlu melakukan penataan interior yang ada di dalam kantor PT primissima agar lebih menarik demi kenyamanan para pelanggan yang datang ke kantor karena hal ini juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ruang tunggu pelanggan dapat di lihat pada lampiran 6.

b. Penampilan karyawan

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan ditujukan pada kerapian berpakaian karyawan di PT Cambrics Primissima karena penampilan yang baik bagi seorang karyawan akan menciptakan citra baik bagi diri karyawan itu sendiri juga bagi perusahaan. Karena penampilan yang menarik adalah salah satu kunci sukses dalam bekerja, terutama pekerjaan yang berhubungan dengan orang lain. Orang lain yang berinteraksi akan merasa nyaman, betah dan senang.

c. Letak dan posisi mudah dijangkau

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan, letak dan posisi kantor yang dekat dengan jalan raya sehingga pelanggan mudah untuk mengetahui keberadaan kantor PT Cambrics Primissima dan alamatnya yang tertulis jelas. Sedangkan hasil lain pelanggan lebih memilih netral contohnya saja pada fasilitas tempat parkir dikantor PT Cambrics Primissima yang kurang mendapatkan hasil kepuasan pada pelanggan. Tempat parkir dapat di lihat pada lampiran 6.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan pada beberapa pelanggan yaitu:

Tabel 3.2 Data Hasil Rekap Kuesioner *Reliability*

No	Skala	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	42	35 %
2.	Setuju	47	39, 2 %
3.	Netral	31	25, 8 %
4.	Tidak Setuju	0	0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
	Jumlah	120	100 %

Sumber: Data Primer (Kuesioner) 2018

Berdasarkan tabel 3.2 data hasil rekap kuesioner *reliability* bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Cambrics Primissima berupa:

a. Pelayanan secara tepat dan akurat

Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan harapan pelanggan ditunjukkan pada pelayanan yang diberikan tepat dan akurat kepada

pelanggan, ketepatan dan kecepatan dalam pengiriman barang sehingga pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Semakin tepat dan akurat dalam memberikan pelayanan maka menunjukkan pelayanan yang semakin baik.

b. Sistem pembayaran yang mudah

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan ditunjukkan pada kemudahan dalam proses pembayaran karena PT Cambrics Primissima menyediakan layanan yang lain selain pembayaran *cash* contohnya seperti pembayaran transfer bank, BG (*Bilyet giro*), cek atau kredit. Sedangkan hasil lain pelanggan lebih memilih netral contohnya saja pada kemampuan dalam memecahkan masalah pelanggan dan menepati janji pada pelanggan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan sehingga tidak membiarkan pelanggan menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar pada beberapa pelanggan yaitu:

Tabel 3.3 Data Hasil Rekap Kuesioner *Responsiveness*

No	Skala	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	60	50 %
2.	Setuju	37	30,8 %
3.	Netral	23	19,2 %
4.	Tidak Setuju	0	0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
	Jumlah	120	100 %

Sumber: Data Primer (Kuesioner) 2018

Berdasarkan tabel 3.3 data hasil rekap kuesioner *responsiveness* bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Cambrics Primissima berupa:

a. Memperlakukan pelanggan sebagai partner

Tingkat paling yang paling tinggi dengan harapan pelanggan ditujukan pada memperlakukan pelanggan sebagaipartner di PT Cambrics Primissima sendiri tidak membeda-bedakan pelanggan semuanya sebagai partner.

b. Mudah dihubungi

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan dengan harapan pelanggan ditujukan pada mudah dihubungi dan selalu mengutamakan pelanggan sehingga pesan melalui telepon, *email* maupun *fax* akan selalu cepat direspon sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama balasan dari kantor PT Cambrics Primissima tetapi walaupun pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan PT Cambrics Primissima selalu meningkatkan strategi kualitas pelayanan yang baik secara langsung maupun tidak langsung.

c. Mendengarkan, merespon dan menindaklanjuti keluhan atau saran

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan, mendengarkan, merespon dan menindaklanjuti keluhan atau saran karyawan sebagai pemberi pelayanan menjadi tolak ukur karena berinteraksi langsung dalam memberikan tanggapan atau solusi terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Bagaimana daya tanggap

karyawan harus mampu memberikan dan menjelaskan semua informasi, peraturan dan prosedur yang dibutuhkan pelanggan dengan baik dan benar. Sedangkan hasil lain pelanggan lebih memilih netral contohnya saja pada pelayanan yang cepat dan benar yang kurang mendapatkan hasil kepuasan pada pelanggan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan perasaan aman dan keramahan pelayanan yang bersumber dari pengetahuan karyawan yang luas, karyawan terpercaya, sopan serta ramah. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan pada beberapa pelanggan yaitu:

Tabel 3.4 Data Hasil Rekap Kuesioner Assurance

No	Skala	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	43	35,8 %
2.	Setuju	46	38,3 %
3.	Netral	31	25,9 %
4.	Tidak Setuju	0	0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
	Jumlah	120	100 %

Sumber: Data Primer (Kuesioner) 2018

Berdasarkan tabel 3.4 data hasil rekap kuesioner *assurance* bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Cambrics Primissima berupa:

a. Kesopanan dan keramahan karyawan

Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan harapan pelanggan ditunjukkan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan ditunjukkan pada keramahan dan kesopanan dari karyawan penerima pengaduan dalam

memberikan pelayanan. Kesantunan tutur kata, perbuatan atau tindakan dan penampilan yang sopan pelanggan akan merasa lebih dihargai.

b. Garansi barang

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan dalam setiap pembelian adanya garansi untuk mengganti produk yang tidak sesuai dengan persyaratan contohnya apabila produknya terdapat cacat maka produk bisa di ganti sesuai waktu yang telah ditentukan.

c. Pengetahuan produk

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan, pengetahuan karyawan terhadap produk setiap pelanggan ingin membeli produk yang berkualitas sesuai apa yang di inginkan karyawan PT Cambrics Primissima akan menjelaskan informasi secara detail mengenai produk yang dijual sehingga pelanggan akan merasa puas mengenai informasi produk yang didapat. Sedangkan hasil lain pelanggan lebih memilih netral contohnya saja pada petugas dapat diandalkan (profesional dalam bekerja) yang kurang mendapatkan kepuasan pelanggan.

5. Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala kebutuhan yang diinginkan konsumen. Untuk mengetahui puas tidaknya konsumen berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada beberapa konsumen yaitu:

Tabel 3.5 Data Hasil Rekap Kuesioner *Empathy*

No	Skala	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	54	45 %
2.	Setuju	42	35 %
3.	Netral	24	20 %
4.	Tidak Setuju	0	0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
	Jumlah	120	100 %

Sumber: Data Primer (Kuesioner) 2018

Berdasarkan tabel 3.5 data hasil rekap kuesioner *empathy* bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Cambrics

Primissima berupa:

a. Kepekaan karyawan

Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan ditunjukkan pada Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat pelanggan. misalnya seorang pelanggan yang ingin membeli produk cambrics tetapi pelanggan tersebut tidak tahu jenis cambrics yang akan dibeli maka sikap empati karyawan untuk memberikan solusi dengan menawarkan produk-produk yang yang berkualitas dengan harga yang sama di pasaran.

b. Mengetahui kebutuhan khusus pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan yaitu sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus pelanggan. Dengan karyawan mengetahui informasi tentang produk maka karyawan akan mengetahui kebutuhan khusus yang di inginkan pelanggan.

c. Menjaga hubungan baik kepada konsumen.

Tingkat kepuasan yang paling sesuai dengan harapan pelanggan, memperlakukan pelanggan sebagai parner PT Cambrics Primissima

sendiri menerapkan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan, baik didalam maupun diluar kantor. karena hal ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan di PT Cambrics Primissima. Sedangkan hasil lain pelanggan lebih memilih netral contohnya saja pelanggan diperhatikan dengan baik yang kurang mendapatkan kepuasan pelanggan.

3.2.2 Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di PT Cambrics Primissima

Kepuasan pelanggan merupakan sikap, penilaian dan respon pelanggan terhadap evaluasi yang dirasakan pelanggan sebelum proses pembelian dan sesudah proses pembelian produk atau jasa tersebut apakah sesuai dan terpenuhi atau tidak, apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut. Kepuasan pelanggan adalah kewajiban yang harus di lakukan perusahaan jika ingin usahanya unggul dalam hal persaingan usaha. Jika pelanggan puas terhadap produk atau pelayanan maka pelanggan tersebut akan kembali menggunakan produk atau jasa tersebut. Maka dari itu kepuasan pelanggan adalah kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Cara meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Cambrics Primissima yaitu:

1. Meningkatkan Kualitas Produk

Adapun cara meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Cambrics Primissima yaitu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan berupa kain *grey* lalu di pihak ketiga diproses menjadi kain *cambrics* yang

berwarna putih nantinya didistribusikan ke konsumen yang rata-ratanya merupakan pabrik pembuatan pakaian dan batik selain juga memiliki produk jenis kain serta batik yang berkualitas dan bermutu sebagai produk andalan. Kain batik tersebut dibuat dengan 3 (tiga) jenis pilihan dengan kualitas kain dan harga yang berbeda-beda yaitu kain Kereta Kencana, Gemilang Serimpi dan Berkolisima. Kain dan batik primissima dapat dilihat pada lampiran 7.

2. Harga yang Terjangkau

Harga yang ditawarkan dari hasil produksi PT Cambrics Primissima juga memiliki variasi harga. Oleh karena itu variasi harga tersebut tergantung dari kualitas kain, konstruksi kain, panjang dan lebar kain serta harga yang ditawarkan PT Cambrics Primissima tergolong memiliki harga yang relatif sama di pasaran.

3. Meningkatkan Kualitas pelayanan

Adapun cara meningkatkan kualitas pelayanan di PT Cambrics Primissima yaitu memberikan fasilitas-fasilitas yang memadai untuk pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan senang, karyawan juga mengetahui secara spesifik mengenai produk, menerima segala keluhan pelanggan lalu menindaklanjuti keluhan tersebut, kemudahan dalam pembayaran melalui bank, kredit dan BG (*Bilyet giro*).

4. Rasa Bangga

Di PT Cambrics Primissima sendiri perusahaan tekstil yang menjaga kualitas produk agar bermutu tinggi serta menjaga proses produksi kain agar dapat

mendapatkan hasil produksi yang berkualitas tinggi sehingga siapapun yang memakai produk primissima akan merasa bangga dan senang.

5. Kemudahan untuk mendapatkan produk

Di PT Cambrics Primissima sendiri dapat memesan produk atau barang melalui telepon, *fax* maupun *email* akan direspon secara cepat dan tepat sehingga pelanggan tidak perlu datang ke kantor. Barang atau produknya sendiri akan di antar kan sampai tujuan yang telah disepakati sehingga pelanggan tidak perlu membuang waktu dan tenaga. Pemesanan produk atau barang dalam jumlah besar pembayaran dapat di kredit selama 30 hari (piutang penjualan).

3.2.3 Kendala dalam Menerapkan Strategi Kualitas Pelayanan di PT Cambrics Primissima

Kendala dalam menerapkan strategi kualitas pelayanan berdasarkan wawancara dan pengamatan dalam proses magang sebagai berikut:

1. Bukti Fisik

Pada proses pembelian barang secara langsung antara departemen komersial, kasir dan gudang yang letaknya berjauhan membuat para pelanggan merasa kesulitan apalagi prosesnya pembelian sedikit rumit.

2. Kehandalan

Kendala dalam menerapkan strategi kualitas pelayanan pada proses pembayaran terkadang pelanggan terlambat melunasi atau membayar cicilan sehingga sudah jatuh tempo.

3. Daya tanggap

Kendala dalam menerapkan strategi kualitas pelayanan pada pemesanan dalam jumlah besar lalu *stock opname* di gudang tidak mencukupi sehingga pelanggan sedikit mempermasalahkan keterlambatan kedatangan barang tetapi karyawan PT Cambrics Primissima sendiri berusaha memberi solusi dengan merekomendasikan kain yang berkualitas sama namun jenis kainnya yang berbeda.

4. Jaminan

Kendala dalam menerapkan strategi kualitas pelayanan pada saat pelanggan *complain* terhadap produk kain yang terkena noda bukan cacat pada produk.

5. Empati

Kendala dalam menerapkan strategi kualitas pelayanan pada sifat pelanggan yang mempunyai karakteristik yang beda-beda membuat karyawan mengalami kesulitan dalam menghadapi keinginan pelanggan yang semanya sendiri dan banyak *complain* (keluhan).