TINJAUAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK FERRONICKEL PT ANTAM, TBK TAHUN 2012-2017

CUSTOMER SATISFACTION REVIEW ON FERRONICKEL PRODUCT PT ANTAM, TBK IN 2012-2017

Lina Fatimah Lishobrina[1], Nellyaningsih, Dra., M. M[2]

[3]Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

[1]linafatimah.lishobrina@yahoo.com, [2]nellyaningsih@yahoo.com.

Abstrak

PT ANTAM, Tbk merupakan perusahaan pertambangan bidang logam dan mineral yang berorientasi ekspor. ANTAM memiliki berbagai bidang usaha bisnis mulai dari eksplorasi, penggalian, pengolahan hingga pemasaran bijih nikel, feronikel, emas, perak, bauksit dan batubara.

(www.kompas.com) Antam mencatatkan kinerja produksi feronikel mencapai 21.762 ton nikel (TNi) dalam feronikel. Penjualan feronikel mengalami pertumbuhan 4 persen mencapai 21.813 TNi. Penjualan feronikel pada 2017 merupakan kontributor terbesar kedua dari total penjualan bersih Antam, dengan kontribusi sebesar Rp 3,22 triliun atau 25 persen dari total penjualan bersih tahun 2017. Untuk komoditas emas, Antam mencatatkan total volume produksi emas dari tambang Pongkor dan Cibaliung sebesar 1.967 kilogram (63.240 ounce).

Menurut Kotler dan Keller (2013:177) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang. Dutka(2008:11) dalam Saidani Arifin (2012:04) terdapat 3 dimensi mengukur kepuasan pelanggan : *attributes related to product* , *attributes related to service*, *attributes related to purchase*, berdasarkan itu maka media pengukur kepuasan pelanggan yag dipilih adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan,Kualitas Product,Kualitas Pelayanan

Abstract

Abstract

PT ANTAM, Tbk is a company engaged in the export-oriented metals and minerals. ANTAM has various lines of business ranging from exploration, excavation, processing, to nickel ore, ferronickel, gold, silver, bauxite and coal.

(www.kompas.com) Antam posted ferronickel production performance of 21,762 tonnes of nickel (TNi) in ferronickel. Ferronickel sales rose 4% to 21,813 tonnes. Antam's ferronickel sales in 2017 are the second largest contributor of Antam's total net sales, with a total of Rp 3.22 trillion or 25 percent of total net sales in 2017. For gold, Antam recorded a total gold production volume from the Pongkor and Cibaliung mines of 1,967 kilograms (63,240 ounces).

According to Kotler and Keller (2013: 177) satisfaction is the feeling of pleasure or disappointment of someone who emerges from the perceived right outcome or the outcome of one's expectations, if performance is below expectations, the customer is not satisfied, if calculated, , if crossed the expectations of customers are very satisfied or happy. Dutka (2008: 11) in Saidani Arifin (2012: 04) there are 3 dimensions of customer satisfaction: the attributes related to the product, the attributes associated with the service, attributes related to the purchase, reaching it then the media of customer satisfaction gauge yag Selected are product quality and service quality.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality, Service Quality

1. Pendahuluan

PT ANTAM, Tbk sebagai objek penelitian merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha tambang logam dan mineral. ANTAM memiliki beberapa unit bisnis yang tersebar di wilayah indonesia terutama pada bagian yang memiliki kandungan logam dan mineral tinggi, kegiatan yang berada di unit bisnis ANTAM mulai dari eksplorasi, penggalian, pengolahan hingga pemasaran bijih nikel, feronikel, emas, perak, bauksit dan batubara. Perusahaan ini memiliki pelanggan setia jangka panjang di Eropa dan Asia.

Antam mencatatkan kinerja produksi feronikel mencapai 21.762 ton nikel (TNi) dalam feronikel. Penjualan feronikel mengalami pertumbuhan 4 persen mencapai 21.813 TNi. Penjualan feronikel pada 2017 merupakan kontributor terbesar kedua dari total penjualan bersih Antam, dengan kontribusi sebesar Rp 3,22 triliun atau 25 persen dari total penjualan bersih tahun 2017. Untuk komoditas emas, Antam mencatatkan total volume produksi emas dari tambang Pongkor dan Cibaliung sebesar 1.967 kilogram (63.240 ounce).

Sebagai perusahaan tambang yang menjual produk ferronickel kepada pembeli business to business (B2B), kerap kali konsumen komplain terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil interview dengan sales manager Antam hal tersebut membuat perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Antam memiliki pelanggan yang loyal terutama dari negara bagian Asia dan Eropa hal ini disebabkan karena antam selalu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga pelanggan antam merasa puas akan kebutuhan yang terpenuhi oleh perusahaan ini.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba mengadakan penelitian mengenai: "Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada Produk Ferronickel PT. Aneka Tambang, Tbk Tahun 2012-2017."

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Landasan Teori

Menurut Kotler dan Keller (2013:177) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang.

Menurut Dutka, (2008: 11) dalam Saidani dan Arifin (2012: 04) terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan konsumen secara universal yaitu:

1. *Attributes relate to product* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
2. *Attributes relate to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan.
3. *Attributes relate to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:203), dimensi kualitas produk terdiri dari:

1. Bentuk
2. Ciri –ciri produk
3. Kinerja
4. Kesesuaian
5. Daya tahan
6. Keandalan
7. Kemudahan perbaikan
8. Gaya
9. Desain

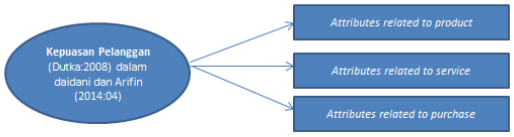
Dan menurut Lupiyoadi (2014:216) dimensi kualitas pelayanan terdiri dari:

1. Tangible
2. Empathy
3. Reability
4. Resposibility
5. Assurance

Menurt Kotler dan Amstrong (2012:176) dimensi pembelian adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah\
2. Pecarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

2.2 Kerangka Pemikiran



3.Metodologi penelitian

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif. Studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Tujuan studi deskriptif adalah memberikan kepada peneliti sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri, atau lainnya (Sekaran, 2014:159). Dalam penelitian ini, akan dideskripsikan mengenai Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada Produk FerroNickel PT ANTAM, Tbk Tahun 2012-2017.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan dengan metode kualitatif.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Pembatasan masalah dalam penelitian sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman dan penafsiran yang berbeda terhadap rumusan judul. Perlu pembatasan ruang lingkup masalah yang akan diteliti, sekaligus masalah yang akan diteliti menjadi jelas. Berdasarkan hal tersebut dirumuskan batasan dan fokus masalah penelitian ini sebagai berikut :

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah *Vice President, Ferronickel Manager, sales manager,* dan *Ferronickel staff* dari divisi *sales and marketing* bagian tambang mineral PT ANTAM, Tbk.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan pada produk ferronickel PT ANTAM, Tbk tahun 2012-2017.

3.3 Pengumpulan Data

3.3.1 jenis data

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi informasi dari *Vice President, Ferronickel Manager, sales manager, Ferronickel staff, and a buyer from china minmetals company* dari divisi *sales and marketing* bagian tambang mineral PT ANTAM, Tbk.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh dengan cara mengumpulkan data berupa teori, penelitian terdahulu (berupa jurnal nasional, skripsi terdahulu), artikel, internet, *customer satisfaction survey* perusahaan dan sumber informasi lainnya yang dianggap relevan terhadap penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research)* yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada kantor yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Observasi

   Merupakan pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung pada objek yang sedang diteliti, diamati atau kegiatan yang sedang berlangsung. Peneliti melakukan kunjungan dan turut serta dalam aktivitas kantor setiap harinya atau magang.

2. Wawancara

   Merupakan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan *Vice President, Ferronickel Manager, sales manager, Ferronickel staff, and a buyer from*

china minmetals company dari divisi *sales and marketing* bagian tambang mineral PT ANTAM, Tbk terkait dengan variabel yang diteliti.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah data dan dokumen yang terdapat dan terkait dengan kepuasan pelanggan pada produk ferronickel PT ANTAM, Tbk tahun 2012-2017.

4. *Customer satisfaction survey*

PT ANTAM, Tbk memiliki survei mengenai kepuasan pelanggannya yang dilakukan setiap tahun guna menganalisis dan sebagai bahan evaluasi perusahaan kedepannya.

5. Studi Pustaka

Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara mengumpulkan teori tentang variabel-variabel yang dijadikan ukuran dalam penelitian, dalam hal ini tentang aktivitas penjualan.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (Sugiyono, 2014: 244)

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. (Sugiyono, 2014: 245)

a) Analisis Sebelum di Lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian, fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.

b) Analisis Data di Lapangan Model Miles dan Huberman

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Menurut Model Miles dan Huberman bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yang dimaksud yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification* adalah sebagai berikut :

1) Data *Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2) Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk

3) *Conclusion Drawing/Verification*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif

adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskriptif atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

3.6 Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji kredibilitas, uji transferability, uji depenability, dan uji konfirmability. Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan uji kredibilitas. Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan triangulasi, menggunakan bahan referensi, dan membercheck.

a) Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

b) Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud dengan bahan referensi di sini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti.

c) Membercheck

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data

BAB IV

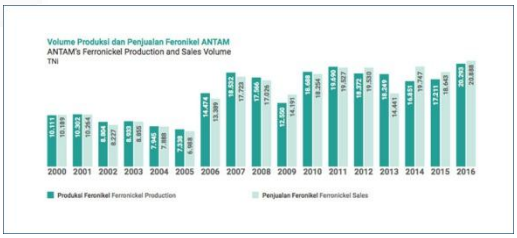
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV peneliti akan menjelaskan fokus dari penelitian ini yaitu mengenai tinjauan kepuasan pelanggan pada produk ferronickel PT ANTAM, TBk tahun2012-2017. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif.

Pada penelitian kualitatif peneliti dituntut untuk dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan, dan dilakukan oleh sumber data. Pada penelitian ini peneliti bukan sebagaimana seharusnya apa yang dipikirkan oleh peneliti tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh sumber data.

Dengan melakukan penelitian melalui pendekatan deskriptif maka peneliti harus memaparkan, menjelaskan, menggambarkan data yang telah diperoleh oleh peneliti melalui wawancara mendalam dan dokumen kuisioner yang tersedia yang dilakukan dengan para informan. Pada bab ini dibagi menjadi dua bagian agar lebih sistematis dan terarah yaitu deskripsi informan penelitian dan deskripsi hasil dan pembahasan penelitian.

1. Pemasaran yang dilakukan oleh PT ANTAM, Tbk adalah dengan menggunakan media digital seperti web dan email. Dalam situs webnya yaitu www.antam.com mengandung konten informasi lengkap terkait perusahaan dan informasi produk, di dalam nya juga tercantum kontak person yang bisa duhubungi terkait dengan kebutuhan yang *buyer* perlukan. Selain itu mereka biasa melakukan penawaran langsung dengan pembeli ketika ada event seperti lelang atau mengenai jumlah produk yang tersedia.
2.



PT ANTAM, Tbk memiliki produk unggulannya yaitu emas dan ferro nickel hal ini dapat dilihat dari penjualan produk emas dan FeNi yang sangat tinggi dibandingkan produk lainnya terutama pada tahun

2017 ini.

3. Standar kualitas dan pelayanan antam terdapat pada sop dan dilkukan dengna baik oleh para pegawainya karena ada evaluasi pegawai tiap triwulan.
4. Bedasarkan data wawancara mendalam dan data *customer satisfaction survey* milik PT ANTAM, Tbk pelanggan PT Antam, Tbk sudah merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan hal ini dapat dilihat dari angka *customer satisfaction survey* yang mencapai angka (- 3,15) tanda minus meandakan bahwa pelanggan lebih cenderung merasa puas terhadap pelyanan yang diberikan oleh perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Sales and Marketing PT ANTAM, Tbk bagian mineral memiliki salah satu produk yang ditawarkan yaitu ferronickel, dimana untuk bagian tambang mineral ferronickel merupakan produk dengan tingkat penjualan tertinggi. Selain itu pelanggan dari ferronickel berasal dari berbagai negara seperti: Chinna, Korea Selatan, Shanghai, India, Inggris,Singapura dan lain sebagainya yang merupaka negara bagian Asia dan Eropa. Pelanggan melakukan pembelian kepada Antam dikarenakan Antam memberikan kualitas produk dan pelayanan yang memuaskan hal ini dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menari kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk membangun kepuasan pelanggan perusahaan menawarkan berbagai faktor seperti dari kualitas produk dan pelayanan dilihat dari kepuaasan pelanggan yang ada pada PT ANTAM, Tbk pelanggannya merasa lebih terpuaskan oleh kualitas pelayanan yang di berikan oleh Antam, hal ini dapat dilihat dari pemaparan para informan yang mengatakan bahwa mereka memberikan kualitas pelayanan yang lebih dimana kualitas pelayanan dapat selalu di tingkatkan sedangka, untuk produk tambang yang diambil dari alam cenderung lebih sulit, selain itu hasil dari kuisioner dimana dari skala 1-4 berada pada nilai 3,36 dibandingkan dengan skor rata rata dari kualitas produk yang tidak beda jauh yaitu 3,21. Kepuasan pelanggan akan kualitas yang diberikan oleh PT ANTAM, Tbk memang cenderung kepada faktor pelayanan hal ini juga terlihat dari uji beda t yang menunjukan angka -3,15 yang berarti cenderung ke arah pelayanan.
2. Tingkat kepuasan perusahaan Antam telah mecapai kategori memuaskan bahkan menuju sangat memuaskan, hal ini terlihat dari jawaban para informan yang mengatakan bahwa konsumennya telah merasa puas dengan perusahaan hanya saja ada beberapa hal yang kurang di perbaiki seperti pendistribusian produk, selain itu juga terbukti dengan data pada kuisioner yang menggunakan skala 1-4 berada pada posisi 3,15 yang berarti puas dan menuju sangat puas.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Terkait dengan kualitas produk sebaiknya mencari lokasi pertambangan baru yang memiliki kualitas bahan tambang yang lebih baik, sehingga kualitas produk dapat ditingkatkan.

Terkait dengan komplain yang paling sering terjadi pada perusahaan yaitu dalam masalah pendistribusian. Sebaiknya perusahaan memiliki departemen khusus untuk bagian ini karena jika hanya divisi kecil dalam departemen pemasaran maka pendistribusian akan kewalahan sehingga kurang efektif. Selain itu perlunya kerjasama dengan jasa distribusi lainnya sehingga penjualan tetap berjalan lancar dan konsumen merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga

Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall

Lupiyoadi,Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*,Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. (2014). Mtode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fendy. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi

Alma, Buchar. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Keller. (2016). *Marketing Management.* 15e, Boston, Pearson Education.

Lovelock, Wirtz, Mussry. (2012). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi:Perspektif Indonesia*. Jakarta: Airlangga.

Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal, Skripsi, dan Tugas Akhir

Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Vol. 3 No. 1.

Website

www.antam.com, 2018

www.kompas.com, 2018

www.anggaran.depkeu.go.id, 2018