

P – SAL – 02

PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN

Disusun oleh :		Diperiksa Oleh:	Disetujui Oleh:
Sales Manager		Sales & Marketing Manager	General Manager
Status Doc. : CONTROLLED	No Copy :		

REVISION NOTES

No.	Revision No	Issue Date	Description
1	00	5-Apr-2013	Initial Release
2	01	27-Okt-2015	<ul style="list-style-type: none">• Perubahan kode dokumen• Perubahan keterangan jabatan sesuai dengan struktur organisasi terbaru• Penambahan dokumen referensi berkaitan dengan manajemen lingkungan

1. TUJUAN

Untuk menetapkan dan memelihara sistem dalam memonitor informasi-informasi mengenai persepsi pelanggan terhadap produk atau pelayanan yang diberikan, guna mendekatkan diri pada pemenuhan kepuasan pelanggan.

2. LINGKUP

Prosedur ini mencakup perencanaan, pelaksanaan pengukuran, analisa data terhadap persepsi pelanggan dan tindak lanjutnya.

Pelanggan adalah semua pihak luar yang menggunakan produk atau pelayanan yang diberikan oleh PT. SCG Pipe & Precast Indonesia.

3. TANGGUNG JAWAB

3.1. Bagian Marketing bertanggung jawab dalam merencanakan metode dan menganalisa data dalam pengukuran kepuasan pelanggan.

3.2. Staff Marketing bertanggung jawab untuk mengumpulkan data hasil; customer survey ke dalam sistem yang ada.

4. PROSEDUR

4.1 Perencanaan Survey

Perencanaan survey kepuasan pelanggan dilakukan oleh Bagian Marketing. Perencanaan survey mencakup antara lain :

- Penentuan sasaran dan target pelanggan,
- Metode yang digunakan,
- Waktu pelaksanaan dan cara analisa data.

Data awal untuk perencanaan survey dapat diambil dari data keluhan pelanggan dan informasi-informasi dari Bagian Penjualan.

Rencana survey yang sudah disusun kemudian diajukan kepada General Manager untuk persetujuan pelaksanaan.

4.2 Pelaksanaan Survey

Survey atas persepsi pelanggan terhadap hasil produk dan pelayanan dilakukan oleh internal (sumber dari dalam) ataupun dapat dibantu oleh konsultan dari luar.

Daftar pertanyaan yang telah disusun untuk tujuan survey dibagikan kepada pelanggan melalui surat, fax atau e-mail, apabila diperlukan akan dilakukan interview langsung kepada pelanggan agar didapat hasil yang lebih maksimal.

Jumlah pelanggan atau sample dan pelanggan yang dipilih harus cukup mewakili sebagian besar pelanggan perusahaan.

Survey kepuasan pelanggan tersebut paling tidak dilakukan minimal 1x setahun.

4.3 Analisa Data Survey

Data hasil survey akan dikumpulkan oleh staff Marketing.

Teknik statistik yang sesuai akan diterapkan untuk menganalisa data-data hasil survey.

Hasil analisa hendaknya dapat menggambarkan mengenai

- a) gap antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap produk dan pelayanan.
- b) prioritas kepentingan pelanggan.
- c) Prioritas perbaikan atas produk atau pelayanan yang diberikan
- d) Pengukuran terhadap hasil perbaikan yang telah dilakukan oleh manajemen

Laporan lengkap mengenai data dan analisa dipresentasikan dalam management Meeting, laporan tersebut akan dijadikan dasar untuk mengambil tindakan perbaikan atau peningkatan yang berkelanjutan.

- 4.4 Bagian Marketing akan meninjau efektifitas dari pelaksanaan survey secara terus menerus, sehingga pelaksanaan pengukuran kepuasan pelanggan akan bermanfaat bagi kinerja perusahaan dalam usaha untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

5. DOKUMEN REFERENSI

- 5.1 Manual Sistem Manajemen Terintegrasi (MI-00)
- 5.2 Standar ISO 9001:2008 Klausul 5.2, 7.2, 8.3, 8.5.2
- 5.3 Standar ISO 14001:2004 Klausul 4.5.1
- 5.4 Contoh Daftar Pertanyaan Pengukuran Kepuasan Pelanggan