

## ANALISIS KELUHAN PELANGGAN TERHADAP DISTRIBUSI MINYAK PELUMAS DI MANADO

Yohanes Venmard<sup>1)</sup>, Agung Sutrisno<sup>2)</sup>, Johan Neyland<sup>3)</sup>  
Jurusan Teknik Mesin Universitas Sam Ratulangi

### Abstrak

Kebutuhan pelumas berdasarkan jumlah pengguna yang sangat banyak dan peningkatan jumlah pelanggan yang signifikan setiap tahunnya membuat pelumas menjadi barang niaga yang menjanjikan dalam dunia permesinan. Pengendalian mutu perusahaan sangat berpengaruh dalam menjaga kepuasan pelanggan, salah satunya adalah proses distribusi.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis kualitas pelayanan jasa khususnya dalam hal distribusi, berdasarkan keluhan pelanggan. Pelanggan diminta untuk memberikan skor pada atribut-atribut yang telah dirumuskan dan mengisi form kuisisioner tentang pernah atau tidaknya mengalami jenis keluhan berdasarkan atribut-atribut tersebut.

Data yang didapatkan kemudian diolah menggunakan metode *Analisis Hierarchy Process* (AHP). Didapatkan atribut dengan nilai bobot tertinggi adalah Jaminan (*assurance*) dengan nilai 0,313 dan yang paling rendah adalah Wujud (*tangible*) dengan nilai 0,118. Sedangkan atribut dengan tingkat pelayanan yang paling kritis berdasarkan hasil kali nilai bobot dan jumlah kejadiannya adalah Keandalan (*reliable*) dengan nilai 0,09583. Nilai tersebut memiliki perbedaan yang tipis dengan atribut Pengertian (*understanding*) dengan nilai 0,09567.

Berdasarkan analisis keluhan pelanggan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja dari pihak distributor maupun produsen pelumas PT. Pertamina mengenai pelayanan jasa distribusi tergolong baik.

**Kata kunci:** *Pengendalian mutu, keluhan pelanggan, distribusi, pelumas, Analisis Hierarchy Process (AHP)*

### Abstract

The need of lubricant based on the huge number of users and the significant increase of customer each year has made lubricant as one of profitable mechanical thing. Quality control has a very important role in maintaining customer's satisfaction as well.

This research aims to analyze the service quality, mainly in distribution process, based on customer's complaint. Customers were asked to give score on some attributes and fill in a questionnaire about their experience related to various types of complaints.

Data taken were then analyzed using AHP method. The results show that "Assurance" has the highest weight score (0.313) and "Tangible" has the lowest score (0.118). The multiplication of weight score and faction resulting "Reliable" as the most critical attribute regarding service quality (0.9583)—close to "Understanding" (0.09567).

**Keywords:** *Quality control, customer's complaint, distribution, lubricant, Analysis Hierarchy Process (AHP)*

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kebutuhan minyak pelumas saat ini semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah mesin yang diproduksi termasuk sepeda motor dan mobil komersial. Distribusi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi ketersediaan pelumas di outlet. keterlambatan distribusi biasanya menjadi sumber utama ketidaktersediaan barang di lapangan yang berakibat pada beralihnya minat konsumen ke produk atau merk pelumas lainnya. Kondisi yang telah dijelaskan diatas melatar-belakangi penelitian ini, dimana permasalahan dalam distribusi pelumas sangatlah penting untuk dibahas. Metode analisis keluhan konsumen dapat menjadi suatu cara yang dinilai cukup efektif dalam mengidentifikasi persoalan yang dialami mengenai pendistribusian minyak pelumas dan cara yang tepat untuk menyelesaikannya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Keluhan apa saja yang disampaikan konsumen mengenai distribusi minyak pelumas pada segmen ritel, Permasalahan apa saja yang

umumnya terjadi pada distribusi minyak pelumas segmen ritel di Manado dan Bagaimana penanganan yang baik dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

### **1.3 Batasan Masalah**

1. Subjek penelitian, dalam hal ini konsumen, hanya meliputi wilayah Kota Manado.
2. Pelumas yang diteliti hanya produk PT. XYZ di segmen ritel.
3. Jumlah sampel ditetapkan pada 3 responden di setiap kecamatan.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut :

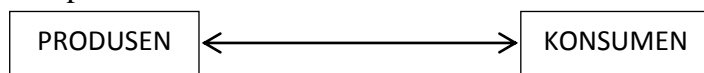
1. Mengetahui kualitas pelayanan minyak pelumas di Kota Manado khususnya pada segmen ritel.
2. Memberikan usulan konsep perbaikan kualitas pelayanan terhadap distributor minyak pelumas

## **II. LANDASAN TEORI**

### **2.1 Pendistribusian**

Pendistribusian adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar serta mempermudah penyampaian berupa produk dan jasa

dari produsen kepada konsumen, dimana produsen dan konsumen mempunyai kesenjangan spasial, waktu, nilai, keragaman, dan kepemilikan produk karena perbedaan tujuan serta persepsi masing-masing, sehingga penggunaannya sesuai (jenis, jumlah harga, tempat dan waktu) dengan yang diperlukan.



**Gambar 2.1** Diskrepansi spasial, waktu, nilai, keragaman dan kepemilikan

## 2.2 Keluhan Pelanggan

Keluhan merupakan sebuah harapan yang belum terpenuhi (Barlow & Moller, 1996). Keluhan Komplain awalnya berasal dari bahasa latin yaitu “*Plangere*” yang artinya memukul dan ditujukan pada bagian dada seseorang. Dapat diartikan sebagai sebuah penderitaan yang mengganggu dan membuat tidak nyaman. Keluhan / Komplain pelayanan adalah ekspresi perasaan ketidakpuasan pelanggan terhadap standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada pelanggan. keluhan berdasarkan tujuannya ada 2 tipe, yaitu :

a. **Instrumental Complain**, yaitu keluhan yang disampaikan dengan

tujuan agar perusahaan dapat merubah atau memperbaiki situasi yang tidak diinginkan oleh si pelanggan

b. **Non-Instrumental Complain**, keluhan yang dilontarkan tanpa ekspektasi khusus bahwa situasi yang tidak diinginkan akan berubah. Instrumental complain yang disampaikan kepada pihak ketiga dan bukan pada pihak yang menimbulkan masalah merupakan bagian dari non-instrumental complain.

ada 4 aspek dalam penanganan keluhan , yaitu :

1. Empati terhadap pelanggan yang marah
2. Kecepatan dalam penanganan keluhan
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan
4. Kemudahan bagi pelanggan dalam menghubungi perusahaan.

agar penanganan keluhan dapat berjalan dengan efektif, maka dilakukan :

1. Identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan mengeluh.

2. Mengatasi dan menindak lanjuti sumber masalah agar tidak terjadi lagi di masa yang akan datang.
3. Memeriksa apakah tindakan perbaikan telah dilakukan dengan baik.
4. Analisis strategi terhadap keluhan yang ada, yaitu dengan *service recovery* yang efektif dalam menangani keluhan-keluhan tersebut.
5. Mengembangkan sistem informasi manajemen, dimana perusahaan dapat mendata setiap keluhan yang disampaikan dan belajar dari kesalahan yang pernah dilakukan.

### 2.3 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Metode AHP yang dikembangkan oleh Dr. Thomas Saaty dari Wharton School Of Bussines pada tahun 1970-an, merupakan suatu metode yang digunakan untuk membantu subjek (perusahaan, pemerintahan bahkan per-orangan) dalam masalah pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan pada metode AHP ini umumnya dilakukan secara bertahap dari tingkat terendah hingga puncak.

Perhitungan bobot input dalam baris/kolom

$A_{ij} = w_i / w_j$  untuk  $i = 1,2,3,\dots,n$   
dan  $j = 1,2,3,\dots,n$

$w_i$  = Bobot input dalam baris

$w_j$  = Bobot input dalam kolom

Perhitungan matriks baris berpasangan  $w_1, w_2, \dots, w_n$  adalah set elemen pada suatu tingkat keputusan dalam hierarki. Kuantifikasi pendapat dari hasil, komparansi berpasangan membentuk matriks  $i \times j$ . Nilai  $A_{ij}$  merupakan nilai matriks pendapat hasil komparansi yang mencerminkan nilai kepentingan  $w_i$  terhadap  $w_j$  seperti pada contoh dibawah ini

**Gambar 2.5** Matriks perkalian dalam mencari bobot nilai

### 2.4 Dimensi Kualitas

Penelitian ini berfokus kepada 5 (lima) dimensi kualitas yang menjadi parameter keluhan pelanggan, yaitu:

1. Wujud (*Tangible*)
2. Keyakinan (*Credibility*)
3. Empati (*Empathy*)
4. Keandalan (*Reliability*)
5. Pengertian (*Understanding*)

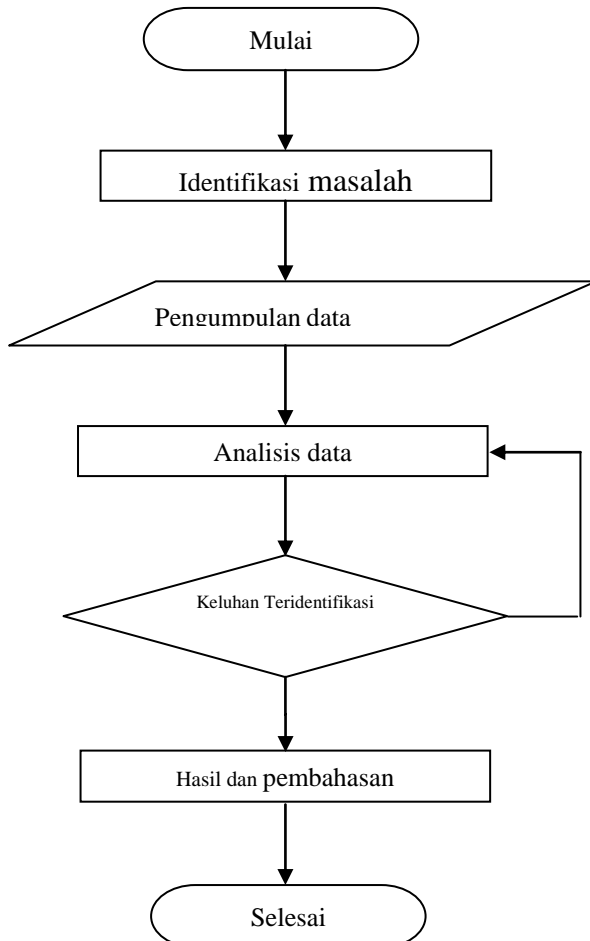
## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Manado. Waktu penelitian dimulai pada bulan Februari sampai dengan Juni 2015.

### 3.2 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini dijelaskan secara skematik dalam diagram alir di bawah ini.



**Gambar 3.1** Diagram alir prosedur penelitian

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Pola Model Distribusi Minyak Pelumas

Berdasarkan data yang telah didapatkan dari hasil observasi, berikut ini adalah penjelasan tentang distribusi minyak pelumas PT. Pertamina, mulai

dari pembuatan hingga ke tangan pelanggan.

Ada dua jenis penjualan Pertamina Lubricants, yaitu :

1. *Direct selling* atau penjualan langsung ke *industry customer* dengan kebutuhan pelumas perbulan yang sangat besar. Agar lebih efisien, maka produk dijual langsung dari Pertamina ke pelanggan. Contohnya adalah penjualan produk ke PLN.
2. *Indirect selling* atau penjualan tidak langsung. Jenis penjualan ini dilakukan melalui perantara, contohnya distributor resmi Pertamina atau agen. Jadi distributor yang beli pelumas ke Pertamina lalu distributor juga yang akan jual ke end user (bengkel).

### 4.3 Perhitungan bobot nilai keluhan

Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan bobot nilai berdasarkan data pada kuisisioner hasil survei:

**Tabel 4.8** Daftar Bobot nilai dari kuisisioner 1 sampai 12

Bobot Nilai Dimensi (Wi / n)												
Dimensi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12
W	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	3	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0
	8	9	6	6	4	3	4	1	5	5	8	8
	7	8	0	0	4	6	4	2	3	2	1	7
J	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.

	1	4	4	3	1	5	1	3	3	2	3	3
	4	4	8	7	4	0	2	1	4	6	1	1
	2	2	1	7	6	3	4	3	1	4	0	3
E	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	1	0	1	1	3	0	3	1	1	2	1	1
	9	9	2	2	1	8	3	2	6	8	6	5
	7	4	5	5	1	0	6	3	4	4	8	4
K	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	0	2	2	2	1	2	1	3	2	1	3	3
	8	7	6	6	3	3	6	3	5	0	1	1
	9	9	9	7	0	1	7	8	7	2	0	3
U	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	1	0	0	1	3	1	1	1	0	2	1	1
	8	8	6	7	6	5	8	1	8	9	3	3
	4	6	9	0	7	0	4	2	4	7	0	3

Dari tabel di atas dapat dihitung nilai rata-rata untuk setiap bobot dimensi yang ada, berikut adalah nilai rata-rata tiap bobot dimensi :

$$W = 0.118$$

$$J = 0.313$$

$$E = 0.180$$

$$K = 0.230$$

$$P = 0.164$$

#### 4.4 Perhitungan bobot Frekuensi

Keluhan berdasarkan dimensi dapat dilihat pada Tabel 4.9 dan hasil kalinya dengan bobot nilai rata tercantum pada Tabel 4.10.

**Tabel 4.9** Hasil nilai fraksi

	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	T	F
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	o	r
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	t	a
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	5	k
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	5	s
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	5	i
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	5	/

															1	
																2
J	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	/
																6
E	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3	/
																4
K	0	1	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	5	/	
																1
U	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	2	1	7	/		
																1
																2

**Tabel 4.10** Hasil akhir

Dimensi	Bobot Nilai	Fraksi	Nilai
Wujud	0.118	5/12	0.00492
Jaminan	0.313	1/6	0.05216
Empati	0.180	1/4	0.045
Keandalan	0.230	5/12	0.09583
Pengertian	0.164	7/12	0.09567

#### 4.5 Pembahasan

Bentuk pecahan pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dimensi pembandingan dianggap lebih penting dibandingkan dengan dimensi yang dibandingkan. Contohnya pada baris wujud dan jaminan, kuisisioner dua (k2) memiliki angka 1/2 hal tersebut menunjukkan bahwa jaminan dianggap 2 poin lebih penting dibandingkan wujud. Kebalikannya angka 2 (dua) sampai dengan 9 (Sembilan) pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dimensi yang dibandingkan lebih penting dari pada dimensi pembandingan, sedangkan angka

1 (satu) menunjukkan bahwa dimensi yang dibandingkan memiliki bobot yang sama pentingnya dengan dimensi pembandingan.

Hasil yang tertera pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa menurut responden pertama (kuisisioner satu) dimensi wujud adalah yang paling dianggap penting dibandingkan dimensi lainnya. Artinya apabila terjadi keluhan pada atribut dimensi tersebut akan lebih fatal akibatnya dibandingkan dengan atribut dimensi lainnya. Perhitungan bobot nilai dimensi pada 12 (dua belas) kuisisioner terhimpun pada tabel 4.8. Nilai-nilai tersebut kemudian diambil rata-ratanya dan didapatkan nilai dengan urutan berikut : Jaminan (0.313) ; Keandalan (0.230) ; Empati (0.180) ; Pengertian (0.164) ; dan yang terakhir adalah wujud (0.118). Sesuai dengan urutan tersebut jaminan merupakan dimensi yang dianggap penting berdasarkan seluruh hasil kuisisioner. Hasil tersebut terbilang cukup signifikan dengan peringkat terbawah yaitu dimensi wujud dengan bobot nilai rata-rata sebesar 0.012.

Tabel 4.9 menunjukkan jumlah terjadinya keluhan pada atribut yang dipaparkan pada kuisisioner dibagi

dengan jumlah kuisisioner yang ada yaitu 12 (dua belas). Pada satu dimensi terdapat beberapa atribut yang dirumuskan dan ditanyakan pada responden apakah atribut tersebut pernah terjadi di bengkel / *outlet* yang bersangkutan, hasilnya kemudian ditambahkan sesuai dimensi pada seluruh kuisisioner. Pada dimensi wujud contohnya, terjadi keluhan 1 kali di k10 , 2 kali di k11 dan 1 kali di k12 sehingga jumlahnya adalah 5 dibagi dengan 12 =  $5/12$ . angka tersebut disebut dengan nilai fraksi.

Nilai perkalian dari Bobot nilai dengan nilai fraksi menunjukkan angka urgencitas dimensi-dimensi tersebut, artinya dimensi dengan nilai tertinggi merupakan dimensi yang mengalami keluhan yang paling berakibat fatal apabila tidak dilakukan perbaikan mutu. Maka dari tabel 4.10 dapat dilihat bahwa dimensi keandalan dan pengertian dengan selisih angka yang kecil merupakan dimensi yang harus dilakukan perbaikan mutu dibandingkan dimensi lainnya. Dimensi wujud justru dianggap paling aman diandingkan dimensi lainnya.

## V. PENUTUP

Dari hasil perhitungan didapatkan bahwa atribut yang paling dianggap esensial oleh responden di kota Manado adalah atribut Jaminan dengan bobot nilai 0.313, disusul oleh atribut Keandalan dengan bobot nilai= 0.230, kemudian Empati = 0.180, Pengertian = 0.164 dan yang terakhir adalah Wujud dengan bobot nilai = 0.118. Secara teknis maka apabila terjadi keluhan pada dimensi jaminan maka hal itu akan berpengaruh lebih besar dibandingkan dengan dimensi lainnya.

Melalui metode AHP (*analytical hierarchy process*) berdasarkan jenis dan jumlah keluhan yang dialami oleh konsumen serta bobot nilai dimensi, diperoleh bahwa isu keluhan mengenai keandalan dan pengertian merupakan subjek yang paling kritis dengan nilai masing-masing 0,09583 dan 0,09567 seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.10. Artinya dari atribut-atribut yang telah dirumuskan, keluhan terhadap kedua hal tersebut (Keandalan dan Pengertian) merupakan yang paling tinggi, baik secara jumlah kejadian maupun secara bobot nilai dimensi itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, N. 2012. *Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan Oleh Instalasi Pemasaran Dan Humas Rumah Sakit Umum Pusat Fatmawati*. UI Depok
- Amelia, S. et al. 2009. *Integrasi Kebijakan Persediaan Transportasi*. ITB Bandung
- Djumaati, F. 2009. *Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Dalam pemilihan Lokasi Pengambilan Material (Studi Kasus Pada Proyek Pembangunan Gedung Kantor Pelayanan Penyuluhan Dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Amurang)*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Garside, et al. 2011. *Integrasi Produksi-Distribusi Pada Supply Chain*. JTI
- Ginting, A. 2006. *Perumusan Strategi Perusahaan PT. X Menggunakan Matriks Evaluasi Faktor*. USU Medan
- Janelle Barlow and Claus Moller. 1996. *A Complain is A Gift*. Berret-Kohler Publisher
- Manila, B. 2014. *Penerapan Metode Analytical Hierarchy Procces (AHP) Untuk Identifikasi Preferensi Konsumen Pada Pemilihan Minyak Pelumas Sepeda Motor Tipe 4-TAK*. UNSRAT Manado
- Ngatawi dan Setyaningsih, I. 2011. *Analisis Pemilihan Supplier Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Jurnal Ilmiah Teknik Industri. Volume .10, No. 1
- Purnamawati, E. 2008. *Analisis Kualitas Layanan Dengan*



- Metode Servqual dan AHP Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Di Surabaya. Teknik Industri FTI-UPN. Jatim
- Yansyach, Mury. 2014. ***Penentuan Rute Distribusi Pupuk Menggunakan Metode Clarke-Wright Algorithm Di PT. Pupuk Sriwidjaja Provinsi***. Universitas Widyatama bandung
- Zuheindra, D.2013.***Perencanaan Dan Penjadwalan Akitifitas Distribusi Menggunakan Distribution Requirement Planning (DRP)***. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Anonymous.,2015. Jumlah penjualan motor tahun 2014. [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id) 14 Pebruari 2015 pada pukul 18.30 WITA
- Anonymous.,2015. Statistik penjualan mobil tahun 2014. [www.astra.or.id](http://www.astra.or.id) 14 Pebruari 2015 pada pukul 18.30 WITA
- Anonymous.,2015. Kebutuhan pelumas dalam negeri. [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com) 5 Desember 2015 pada pukul 20.30 WITA
- Anonymous.,2015. Pendistribusian. [www.elearning.gunadarma.ac.id](http://www.elearning.gunadarma.ac.id) 14 Pebruari 2015 pada pukul 18.30 WITA