

STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI OPTIMALISASI PROSES PRODUKSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK PADA PT. LEE YIN GAPURA GARMENT INDONESIA DI MAJALENGKA

Sugiyarto^{1*}, Dede Kurniawan², Riki Rikardo³, Monica Bramel Ari Azizah⁴

¹⁻⁴Program Pasca Sarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspipetek No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia
Email: ^{1*}Sugi_160679@yahoo.com, ²Bykurniawann@gmail.com, ³felicia.cia2011@gmail.com,

⁴monicaazizah@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi yang dapat diterapkan oleh PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia di Majalengka dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui optimalisasi proses produksi, harga, dan kualitas produk. Fokus utama penelitian adalah memahami bagaimana ketiga aspek tersebut dapat diintegrasikan secara efektif untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan di industri garmen. Optimalisasi proses produksi melibatkan perbaikan efisiensi operasional dan pemanfaatan teknologi terbaru. Penetapan harga yang kompetitif dilakukan dengan mempertimbangkan keseimbangan antara biaya produksi dan ekspektasi pasar. Kualitas produk ditingkatkan melalui pengendalian mutu yang ketat dan inovasi dalam desain serta bahan baku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi yang baik antara optimalisasi proses produksi, penetapan harga yang tepat, dan pengendalian kualitas yang konsisten dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bisnis perusahaan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Proses Produksi

Abstract. *This study aims to examine strategies that can be implemented by PT Lee Yin Gapura Garment Indonesia in Majalengka in improving customer satisfaction through optimizing production processes, prices, and product quality. The main focus of the research is to understand how these three aspects can be effectively integrated to create added value for customers and improve the company's competitiveness in the garment industry. Production process optimization involves improving operational efficiency and utilizing the latest technology. Competitive pricing is done by considering the balance between production costs and market expectations. Product quality is improved through strict quality control and innovation in design and raw materials. The results show that a good integration of production process optimization, appropriate pricing, and consistent quality control can significantly improve customer satisfaction and have a positive impact on the company's business growth.*

Keywords: Price, Product Quality, Production Process

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini persaingan dalam dunia industri sudah meningkat dengan pesat. Apabila ada suatu perusahaan tidak merubah dan meningkatkan strategi yang lebih efektif dan maju maka bersiap-siaplah untuk menghilang dari pasar, maka tidak heran semua perusahaan saling bersaing dalam dunia industri untuk meningkatkan produktivitas mereka dengan tujuan akhir untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan mereka masing-masing.

Hal tersebut juga dilakukan oleh PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia. PT Lee Yin Gapura Garment Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri pakaian jadi. Untuk tetap mendapatkan perhatian khusus dari pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya, PT. Lee Yin Gapura Garment juga melakukan terobosan dalam hal industri dengan memperbaiki sistem yang mereka gunakan. Sehingga proses produksi sebuah produk, negosiasi harga dan kualitas produk bisa mendapatkan hasil yang maksimal dan berjalan secara efisien. Dengan hal-hal tersebut makan kepuasan pelanggan akan tetap terjaga dengan baik.

Keputusan pelanggan adalah salah satu faktor kunci dalam keberhasilan dan keberlangsungan sebuah perusahaan, terutama dalam industri garmen yang sangat kompetitif. PT. Lee Yin Gapura

Garment Indonesia, sebagai salah satu pemain utama dalam industri ini, terus berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya melalui berbagai strategi yang efektif. Dalam konteks persaingan global dan tuntutan pasar yang semakin tinggi, optimalisasi proses produksi, penentuan harga yang kompetitif, dan peningkatan kualitas produk menjadi sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Optimalisasi proses produksi merupakan langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam setiap tahapan produksi. Melalui penerapan teknologi modern, manajemen rantai pasokan yang baik, dan pengembangan sumber daya manusia, perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang lebih rendah, waktu produksi yang lebih cepat, dan kualitas yang lebih tinggi. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memberikan kepuasan lebih bagi pelanggan melalui produk yang lebih baik dan lebih konsisten.

Masalah yang sering dihadapi dalam proses produksi adalah efisiensi dan produktivitas, manajemen bahan baku, sumber daya manusia. *Bottleneck* (Titik Kemacetan) merupakan masalah yang harus dihindari dalam produktivitas sebuah proses produksi, titik kemacetan dalam lini produksi dapat menghambat aliran produksi yang dapat menyebabkan penundaan dan ketidakefisienan. *Bottleneck* atau titik kemacetan adalah suatu tahap dalam proses produksi di mana kapasitas produksinya lebih rendah dibandingkan dengan tahap-tahap lainnya, sehingga menyebabkan hambatan aliran produksi keseluruhan. Identifikasi dan pengelolaan *bottleneck* sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas pabrik. Selain *bottleneck* pengelolaan waktu produksi yang salah juga akan mengakibatkan ketidaksesuaian jadwal pengiriman barang. Selain efisiensi dan produktivitas masalah yang sering dihadapi dalam proses produksi adalah Manajemen bahan baku. Ketergantungan kepada pemasok tertentu dapat menyebabkan masalah apabila terjadi keterlambatan atau kekurangan bahan baku. Selain itu juga kualitas bahan baku yang tidak konsisten akan menyebabkan produk akhir yang mempunyai kualitas yang berbeda pula. Masalah yang ketiga yang sering muncul dalam proses produksi adalah mesin yang digunakan dalam proses produksi sudah terlalu tua. Mesin, peralatan, dan sistem yang telah ketinggalan zaman dan tidak lagi memenuhi standar efisiensi, keandalan, atau kapabilitas saat ini. Sehingga dengan penggunaan mesin yang usang dapat mengurangi efisiensi, kualitas dan daya saing perusahaan. Masalah yang keempat yang sering dihadapi perusahaan dalam proses produksi adalah sumber daya manusia itu sendiri. Kurangnya keterampilan dan pelatihan yang memadai untuk pekerja dapat mengurangi kualitas dan efisiensi produksi.

Penentuan harga yang kompetitif juga menjadi aspek penting dalam strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan melakukan analisis biaya yang mendalam dan menerapkan strategi penetapan harga yang berbasis nilai, PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia menawarkan harga yang adil dan kompetitif kepada pelanggan. Diskon dan promosi yang tepat juga dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam konteks industri garmen, pengendalian biaya produksi melibatkan berbagai faktor, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead, dan teknologi produksi. Salah satu masalah utama adalah bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan proses produksi untuk menekan biaya tanpa mengorbankan kualitas produk. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku seperti kapas dan bahan kimia yang digunakan dalam proses pewarnaan dapat berdampak signifikan pada biaya produksi. Penetapan harga yang efektif juga merupakan tantangan besar. Perusahaan harus mampu menetapkan harga yang kompetitif untuk menarik pelanggan, sambil memastikan margin keuntungan yang cukup untuk menjaga kelangsungan bisnis. Dalam menghadapi pesaing yang juga berusaha menawarkan harga terbaik, PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia perlu mengembangkan strategi penetapan harga yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar. Selain itu, perusahaan harus mempertimbangkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Penetapan harga berbasis nilai (*value-based pricing*) memerlukan pemahaman mendalam tentang preferensi dan persepsi pelanggan terhadap produk. Kegagalan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat mengakibatkan penetapan harga yang tidak sesuai, yang pada gilirannya dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Masalah lain yang dihadapi adalah bagaimana memanfaatkan teknologi dan analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan harga. Teknologi seperti sistem Enterprise Resource Planning (ERP) dan analisis data dapat memberikan wawasan yang

berharga tentang biaya produksi dan perilaku pelanggan. Namun, implementasi dan integrasi teknologi ini sering kali memerlukan investasi yang signifikan dan perubahan budaya organisasi.

Kualitas produk adalah faktor krusial yang secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi tidak hanya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas terhadap merek. Melalui kontrol kualitas yang ketat, inovasi produk, dan penggunaan bahan berkualitas tinggi, PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia berkomitmen untuk terus memberikan produk yang unggul kepada pelanggannya.

Salah satu masalah utama yang dihadapi dalam menjaga kualitas produk adalah pengendalian mutu selama proses produksi. Proses produksi yang melibatkan banyak tahapan, mulai dari pemilihan bahan baku hingga penyelesaian akhir, memerlukan kontrol kualitas yang ketat di setiap tahapannya. Ketidaksiharian dalam salah satu tahapan produksi dapat berdampak negatif pada kualitas produk akhir, yang pada gilirannya dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, fluktuasi kualitas bahan baku juga menjadi tantangan besar. Sebagai perusahaan garmen, PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia sangat bergantung pada bahan baku seperti kain, benang, dan bahan pelengkap lain yang digunakan dalam pembuatan garmen. Variasi dalam kualitas bahan baku dapat mengakibatkan inkonsistensi dalam produk akhir. Meskipun perusahaan berusaha menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok yang dapat diandalkan, risiko kualitas yang tidak konsisten tetap ada. Teknologi produksi dan keterampilan tenaga kerja juga memainkan peran penting dalam menentukan kualitas produk. Meskipun investasi dalam teknologi produksi modern dapat meningkatkan kualitas, implementasi teknologi tersebut memerlukan pelatihan yang memadai bagi karyawan. Ketidakhampuan tenaga kerja dalam mengoperasikan mesin dan peralatan canggih dapat mengakibatkan cacat produksi dan produk yang tidak memenuhi standar kualitas. Selain itu, kepatuhan terhadap standar dan regulasi internasional seperti APEO dan AZO testing juga merupakan tantangan penting. Produk yang tidak memenuhi standar tersebut tidak hanya dapat merusak reputasi perusahaan, tetapi juga dapat mengakibatkan penarikan produk dari pasar dan hilangnya kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa semua produk memenuhi persyaratan kualitas dan keamanan yang ditetapkan oleh otoritas terkait.

Tiga hal tersebut diatas yang selalu dijaga oleh PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia sehingga pelanggan tetap loyal dengan perusahaan dan selalu memberikan order kepada PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia. Berikut ini adalah order yang diterima oleh PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia dalam waktu 3 Tahun terakhir:

Tabel 1. Jumlah Order Yang Diterima PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia Tahun 2021 - 2024

No.	Tahun	Bulan	Jumlah Order
1	2021	Januari - Desember	32,738,819
2	2022	Januari - Desember	28,362,917
3	2023	Januari - Desember	29,446,101
4	2024	Januari - Desember	34,152,030

Sumber PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia

Dari data tabel di atas menunjukkan bahwa order yang diterima oleh PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia tidak mengalami perubahan yang signifikan sehingga ada peningkatan order dari tahun ke tahun berikutnya. Ini menandakan bahwa pelanggan merasa puas sehingga tetap menaruh order di PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia.

KAJIAN LITERATUR

Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan. Pada industri garment, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk proses produksi, harga, dan kualitas produk. Kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi-strategi yang dapat digunakan oleh PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia di Majalengka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui optimalisasi ketiga faktor tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan yang menjadi target akhir oleh perusahaan sehingga bisnis yang mereka bangun akan meningkat dan juga profabilitas akan meningkat juga. Menurut Lupiyoadi dalam (Henny Mahmudah : 2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang akan suatu produk dan jasa yang dirasakan oleh pelanggan menandakan bahwa pelanggan tersebut merasa puas. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Henny Mahmudah : 2019) pelanggan yang merasa puas akan suatu produk dan jasa akan memberikan informasi yang baik kepada pelanggan yang lain.

Untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia melakukan optimalisasi pada proses produksi sehingga kualitas dan ketepatan waktu sesuai dengan apa yang diharapkan oleh customer. Salah satu faktor terpenting dalam proses produksi adalah kinerja mesin. Mesin merupakan alat utama dalam pembuatan produk. Kinerja mesin yang baik didapatkan dari perawatan mesin yang baik pula, begitupun sebaliknya. Sehingga perawatan mesin secara berkala tetap harus dijaga. Menurut Heizer (2011:356), pemeliharaan (maintenance) adalah mencakup semua aktifitas yang berkaitan dengan menjaga semua peralatan sistem agar dapat tetap bekerja. Sedangkan menurut Tampubolon (2004:247), pemeliharaan (maintenance) merupakan semua aktivitas termasuk menjaga sistem peralatan dan mesin selalu dapat melaksanakan pesanan atau pengelolaan peralatan dan mesin- mesin tetap siap pakai.

Selain optimalisasi proses produksi penetapan harga yang kompetitif dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa strategi penetapan harga yang efektif harus mempertimbangkan biaya produksi, nilai yang dirasakan oleh pelanggan, dan harga pesaing. Penetapan harga yang adil dan transparan dapat meningkatkan persepsi nilai pelanggan.

Strategi diskon dan promosi dapat meningkatkan daya tarik produk di mata pelanggan. Ailawadi, Lehmann, dan Neslin (2001) menunjukkan bahwa promosi yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan, asalkan tidak mengorbankan kualitas produk.

Penyesuaian harga dinamis berdasarkan permintaan dan kondisi pasar juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Elmaghraby dan Keskinocak (2003) menyatakan bahwa strategi penetapan harga yang fleksibel memungkinkan perusahaan menyesuaikan harga untuk mengoptimalkan pendapatan sambil mempertahankan kepuasan pelanggan.

Agar kepuasan pelanggan bisa lebih maksimal lagi perusahaan harus tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Menetapkan dan memelihara standar kualitas yang tinggi adalah kunci untuk kepuasan pelanggan. Garvin (1987) mendefinisikan kualitas produk berdasarkan delapan dimensi, termasuk performa, fitur, keandalan, dan daya tahan. Implementasi sistem manajemen kualitas seperti ISO 9001 dapat membantu perusahaan mencapai dan mempertahankan standar kualitas tersebut.

Pengendalian kualitas yang efektif melibatkan pemantauan dan pengujian produk untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar. Deming (1986) menekankan pentingnya penggunaan teknik pengendalian kualitas statistik untuk mengidentifikasi dan mengatasi cacat produk sebelum produk sampai ke pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) dan bersifat deskriptif. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang penting untuk memahami suatu fenomena sosial dan perspektif individu yang diteliti. Pendekatan kualitatif juga merupakan yang mana prosedur penelitiannya menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata yang secara tertulis ataupun lisan dari perilaku orang-orang yang diamati.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *case study research* (studi kasus). Menurut Suharsimi Arikunto studi kasus adalah pendekatan yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap gejala-gejala tertentu.

Pengertian studi kasus menurut Basuki adalah suatu bentuk penelitian atau studi suatu masalah yang memiliki sifat kekhususan, dapat dilakukan baik dengan pendekatan kualitatif maupun

kuantitatif, dengan sasaran perorangan ataupun kelompok, bahkan masyarakat luas. Sedangkan Stake menambahkan bahwa penekanan studi kasus adalah memaksimalkan pemahaman tentang kasus yang dipelajari dan bukan untuk mendapatkan generalisasi, kasusnya dapat bersifat kompleks maupun sederhana dan waktu untuk mempelajari dapat pendek atau panjang, tergantung waktu untuk berkonsentrasi.

Design yang digunakan adalah single case design yaitu suatu penelitian studi kasus yang menekankan penelitian hanya pada sebuah unit kasus aja. Jadi peneliti berfokus pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain dalam studi ini dikumpulkan dari beberapa sumber. Tujuan penelitian yang utama tidak terletak pada generalisasi hasil, melainkan keberhasilan suatu treatment pada suatu waktu tertentu. Keuntungan menggunakan desain penelitian ini adalah dapat digunakannya perubahan ditengah penelitian atau intervensi terhadap konseli.

Sudjana dan Ibrahim menjelaskan penelitian sebagai suatu kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpulkan data dengan menggunakan teknik tertentu dalam rangka mencari jawaban atas permasalahan yang dihadapi. Studi kasus yang baik harus dilakukan secara langsung dalam kehidupan sebenarnya dari kasus yang diselidiki. Walaupun demikian data studi kasus dapat diperoleh tidak saja dari kasus yang diteliti tetapi, juga dapat diperoleh dari semua pihak yang mengetahui dan mengenal kasus tersebut dengan baik. Menurut Bungin studi kasus yang menarik adalah kebebasan peneliti dalam meneliti objek penelitiannya serta kebebasan menentukan domain yang ingin dikembangkan.

Sedangkan sifat penelitiannya adalah prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif yang dapat diartikan sebagai penelitian lapangan yang berusaha untuk mengungkapkan gejala suatu objek tertentu dengan kata-kata sekaligus untuk mengembangkan atau mendeskripsikan fenomena tertentu sesuai apa adanya yang ditemukan di lapangan.

2.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia di Majalengka, Jawa Barat.

2.2 Subyek Penelitian

Peneliti menetapkan karakteristik subjek dalam penelitian ini adalah tiga orang konseli PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia yang menjabat sebagai seorang manajer.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi adalah merupakan suatu penelitian yang dilakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti. Dengan menggunakan alat indera (terutama mata) atas kejadian yang langsung dan dapat ditangkap pada waktu kejadian berlangsung. Menurut Nasution menyatakan observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu, fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Ryerson, menyebutkan ada beberapa observasi:

- a. Observasi Partisipan
- b. Observasi non partisipan
- c. Observasi dalam setting alami atau buatan
- d. Observasi terstruktur dan tidak terstruktur
- e. Observasi langsung dan tidak langsung

Dari beberapa macam metode observasi maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan., peneliti tidak terlibat langsung didalam kehidupan orang yang diobservasi, dan secara terpisah berkedudukan sebagai pengamat, observasi dalam hal ini merupakan pengamatan terstruktur, karena aspek yang diamati dari aktivitas relevan dengan masalah serta

tujuan penelitian dengan terlebih dahulu menentukan secara umum perilaku apa yang ingin diamati agar masalah yang dipilih dapat terpecahkan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara dapat digunakan apabila peneliti menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan peneliti berkeinginan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan informan lebih mendalam.

Dengan demikian mengadakan wawancara atau interview pada prinsipnya merupakan usaha untuk menggali keterangan yang lebih mendalam dari sumber yang relevan berupa pendapat, kesan, pengalaman pikiran dan sebagainya.

Menurut Sudjana wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya dengan pihak yang ditanya atau penjawab. Sedangkan Esterbeg mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, semiterstruktur dan tidak terstruktur. Jadi wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab.

Wawancara dilakukan dengan bentuk terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

3. Dokumentasi

Menurut Goothshalk para ahli sering mengartikan dokumentasi dalam dua pengertian yaitu pertama, sumber tertulis bagi informasi sejarah, lukisan, artefak. Peninggalan-peninggalan terlukis, dan petilasan arkeologis. Lalu yang kedua, diperuntukan bagi surat-surat resmi negara seperti surat perjanjian, undang-undang, hibah konsensi dan lainnya. Sebagai kebalikan dari pada dokumen dapat berbentuk tulisan, gambaran atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara akan lebih kredibel dan dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen-dokumen tertulis, gambar gambar serta rekaman audio visual.

2.4 Teknik Analisis Data

Miles dan huberman bahwa aktivitas dalam menganalisis data kualitatif di lakukan secara interaktif dan terus-menerus, aktivitas analisis data yaitu:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di pahami.

3. Verification

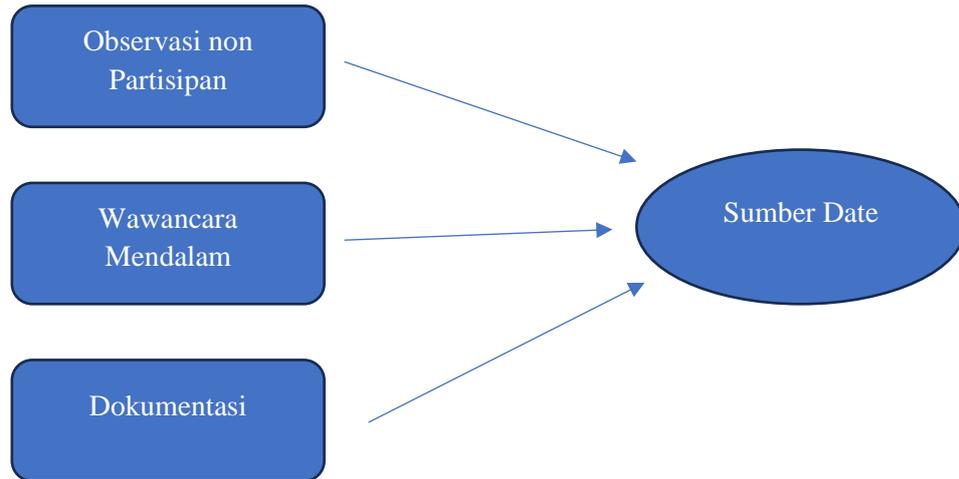
Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang di kemukakan bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak di temukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

2.5 Rencana Pengujian Keabsahan Data/Teknik Triangulasi

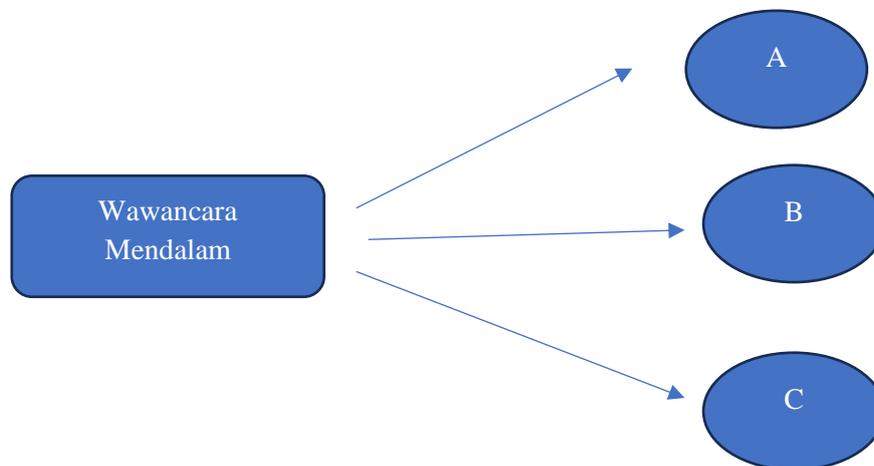
Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi sendiri diartikan sebagai teknik

pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada. Teknik triangulasi berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk data dari sumber yang sama.

Adapun wawancara yang dilakukan menggunakan triangulasi sumber, yang artinya peneliti mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Triangulasi dengan sumber yang dilakukan penelitian ini yaitu : membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Triangulasi dapat digunakan untuk mengecek kebenaran data ataupun untuk memperkaya data.



Gambar 1. Triangulasi “Teknik Pengumpulan Data”
(Bermacam – macam data dari sumber yang sama)



Gambar 2. Triangulasi “Teknik Pengumpulan Data”
(Bermacam – macam data dari sumber yang sama)

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Wawancara dilakukan dengan tiga narasumber dari PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan. Jawaban masing-masing dari nara sumber tentu akan berbeda-beda akan tetapi pada dasarnya akan menuju satu titik yang sama yang menjadi tujuan utama dari perusahaan tersebut. Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh

jawaban dari masing-masing nara sumber yang bekerja di PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia sebagai berikut :

1. Apa yang anda lakukan agar *Buyer* bisa mendapatkan kepuasan dengan PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia?

Jawaban dari ci Betty sebagai *Manager MD Development*

- Menjadi rekan kerja yang baik, dan fleksibel dengan permintaan *Buyer*. *Buyer* akan merasa puas jika mitra kerja mereka memiliki sifat fleksibel, artinya rekan kerja tidak terpaku dengan aturan yang ada akan tetapi masih bisa nego sesuai permintaan *Buyer* jika ada hal-hal yang mendesak
- Pro aktif dalam komunikasi dengan *Buyer* dan selalu melakukan pemantauan serta pelaksanaan dalam sebuah order yang baru perencanaan maupun yang sudah dipesan oleh pelanggan.

Jawaban dari Ibu Erin sebagai *Manager MD Production*

- *Quality Assurance*, dengan mempertahankan Langkah-langkah control kualitas yang ketat selama dalam proses produksi sehingga mampu menghasilkan pakaian yang memenuhi standard yang diharapkan oleh *Buyer* atau bahkan dapat melampaui standard tersebut.
- Komunikasi yang jelas, memastikan komunikasi yang transparan dan terbuka dari saat menerima pesanan sampai dengan pengiriman, dan segera menyelesaikan masalah yang terjadi sehingga masalah tersebut tidak berlarut-larut.
- Pengiriman tepat waktu, kirimkan pesanan tepat waktu sesuai dengan tanggal yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Hindari keterlambatan pengiriman yang akan membuat pelanggan kecewa.

Jawaban dari Mr. Nirnanjan sebagai *Manager QC*

- Produk berkualitas, menyediakan pakaian berkualitas tinggi yang memenuhi harapan pelanggan atau bahkan bisa melampaui harapan, diantaranya memastikan bahan yang berkualitas dan jahitan yang kuat dan *finishing* yang rapi.
- Pengiriman tepat waktu, selalu penuhi tanggal pengiriman sesuai dengan permintaan pelanggan, karena keterlambatan akan membuat pelanggan kecewa dan hilangnya kepercayaan dari pelanggan.
- Selalu menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan serta memberi tahu pelanggan jika ada potensi keterlambatan atau perubahan jadwal produksi.
- Dukungan setelah pembelian, pelayanan setelah pembelian dengan tetap melakukan komunikasi tindak lanjut sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga.

2. Apa yang anda lakukan agar *Buyer* tetap memberikan ordernya kepada PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia?

Jawaban dari ci Betty sebagai *Manager Development*

- Mampu mengidentifikasi suatu situasi yang tidak berjalan sesuai harapan atau munculnya hambatan dalam mencapai tujuan
- Mampu menyelesaikan masalah yang terjadi dengan baik
- Menjaga materials masuk tepat waktu dan Menjaga kualitas produk dengan baik.
- Melakukan pengiriman tepat waktu.

Jawaban dari Ibu Erin sebagai *Manager Merchandiser Production*

- Mempertahankan kualitas produk yang konsisten di semua pesanan sehingga pelanggan tidak merasa kecewa
- Memastikan keandalan produk yang dihasilkan sehingga tercipta kepercayaan. kepercayaan dari pelanggan.
- Menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas, yang artinya dengan harga yang kompetitif tapi tetap menghasilkan kualitas yang baik.

Jawaban dari Mr. Nirnan sebagai Manager QC

- Membangun kepercayaan dengan pelanggan sangat penting untuk bisnis yang mempunyai kelangsungan jangka Panjang.
- Menepati janji secara konsisten artinya pengiriman tepat waktu dan tidak terjadi keterlambatan dalam pengiriman.
- Menyediakan produk atau layanan berkualitas tinggi, dan menawarkan layanan pelanggan yang sangat baik sehingga mampu membangun kepercayaan dengan pelanggan.
- Menerapkan program loyalitas untuk memberi penghargaan kepada pelanggan tetap atas dukungan mereka serta Menawarkan diskon, penawaran eksklusif, atau fasilitas khusus untuk memberi insentif kepada pelanggan agar terus memberikan order.

4. KESIMPULAN

Penelitian mengenai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui optimalisasi proses produksi, harga, dan kualitas produk menunjukkan bahwa Proses produksi yang lebih efisien dan terstruktur berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh peningkatan kecepatan produksi, penurunan tingkat kesalahan, serta pengurangan waktu tunggu (*lead time*). Selain itu juga Harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai bagi pelanggan. Pengurangan biaya produksi melalui optimalisasi memungkinkan perusahaan menawarkan harga yang lebih menarik, sekaligus menjaga profitabilitas. Dengan harga yang kompetitif akan tetap kualitas produk yang selalu terjaga akan membuat pelanggan menjadi puas. Kualitas produk yang konsisten dan sesuai ekspektasi pelanggan adalah unsur penting dalam membangun loyalitas dan kepuasan jangka panjang. Optimalisasi kualitas dapat dilakukan melalui perbaikan bahan baku, kontrol mutu yang lebih ketat, serta inovasi produk yang mengikuti tren dan kebutuhan pasar.

Saran dari Penulis agar PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia tetap menjaga kualitas produk agar tetap mendapatkan perhatian khusus dari pelanggan, sehingga pelanggan akan tetap memberikan ordernya kepada PT. Lee Yin Gapura Garment Indonesia. Karena dengan kualitas yang bagus tentunya pelanggan akan merasa puas. Selain itu harga yang kompetitif dan pelayanan yang baik akan membuat pelanggan menjadi puas juga.

REFERENCES

- Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, N. K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, Vol 2(No 1), 48–57. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol 3(No 1) <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Fatimah Khilaliyah Azzahrha, Rianita Puspa Sari, M. D. R. F. (2021). Optimalisasi produksi tahu menggunakan metode branch and bound dan cutting plane. In *STRING (Satuan Tulisan Riset dan Inovasi Teknologi)*. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2515039&val=14904&title=Optimalisasi Produksi Tahu Menggunakan Metode Branch and Bound dan Cutting Plane](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2515039&val=14904&title=Optimalisasi%20Produksi%20Tahu%20Menggunakan%20Metode%20Branch%20and%20Bound%20dan%20Cutting%20Plane)
- Henny Mahmudah (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* 9 (2), 238-246
- Mardalia, Artiningsih, D. W., & Wicaksono, T. (2019). Analisis Pengendalian Kualitas dalam Meningkatkan Kualitas Produk. *Ekonomi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 393–399.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(No 1), 183–188.

- Ridwansyah, Y. S., & Anggraeni, ; Erike. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, Vol 5(No 3), 494–512.
- Rizky, I. ; F. (2021). Optimalisasi Persediaan Bahan Baku Atap Spandex dengan Metode Q. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, Vol. 23(No 1), 1–8. <https://doi.org/10.32734/jsti.v23i1.4906>
- Suci Hastary, Ayus ahmad Yusuf, & Robi Awaludin. (2021). Optimalisasi Proses Produksi Dengan Menggunakan Metode Overall Equipment Effectiveness. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol 14(No 1), 119–130. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.65>
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol 1(No 2), 168–172 <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.244>