

INTISARI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan pada Industri Kereta Api Indonesia atau PT INKA (Persero) Madiun yang merupakan satu-satunya perusahaan manufaktur kereta api yang dimiliki Indonesia yang juga sudah terintegrasi di kawasan Asia Tenggara yang berdiri pada 18 Mei tahun 1981. Perusahaan yang dijadikan sasaran Indonesia sebagai pengeksportir alat transportasi *high technology* ini berfokus pada kualitas produk serta layanan purna jualnya (*service after sales*) yang unggul. Untuk mencapai kesuksesan dalam praktik pemasaran jenis B2B (*Business to Business*), PT INKA menerapkan sebuah konsep manufaktur yang tersusun dari empat aspek di dalamnya, yaitu *Quality, Cost, Delivery, and Service* atau sering disebut konsep QCDS. Konsep ini digunakan dalam proses produksi untuk proyek ekspor ke berbagai negara termasuk proyek ekspor Bangladesh yang menjadi mitra terbanyak dalam pengadaan barangnya dengan total 450 gerbong kereta.

Konsep ini merupakan sebuah metode pendekatan yang tujuan utamanya adalah menghilangkan *waste* dalam kegiatan produksinya sehingga dapat meningkatkan nilai produk bagi pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara kepada 5 informan yang mewakili di setiap divisi yang berkaitan dengan proyek ekspor Bangladesh. Hasil yang didapat dalam penerapan konsep ini menunjukkan bahwa QCDS berpengaruh terhadap kepuasan Bangladesh, serta terciptanya loyalitas yang ditunjukkan dalam pembelian kontinu selama 3 kali pengadaan barang dari kurun waktu 16 tahun terakhir.

Kata kunci: B2B, QCDS, Kepuasan, dan Loyalitas.

ABSTRACT

This research is a qualitative descriptive research conducted at the Indonesian Railroad Industry or PT INKA (Persero) Madiun which is the only railroad manufacturing company owned by Indonesia which has also been integrated in the Southeast Asian region which was established on May 18, 1981. As a company that was targeted by Indonesia as an exporter of high technology transportation equipment, it focuses on superior product quality and after sales service (service after sales). To achieve success in B2B (Business to Business) marketing practices, PT INKA applies a manufacturing concept composed of four aspects, namely Quality, Cost, Delivery, and Service or often referred to as the QCDS concept. This concept is used in the production process for export projects to various countries, including the Bangladeshi export project, which has the most partners in the procurement of goods with a total of 450 train cars.

This concept is an approach method whose main goal is to eliminate waste in its production activities so as to increase product value for customers. In this research used the interview method to 5 informants representing each division related to the Bangladesh export project. The results obtained in the application of this concept show that QCDS has an effect on the satisfaction of Bangladesh, as well as the creation of loyalty shown in continuous purchases over 3 times in the procurement of goods from the last 16 years.

Keywords: B2B, QCDS, Satisfaction, and Loyalty.