



PEDOMAN CUSTOMER COMPLAIN

Q U A L I T Y M A N A G E M E N T S Y S T E M

BY KHALISHA Q(2025)

Apa itu Customer Complain

Keluhan Pelanggan

Pernyataan ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diterima, baik dari segi kualitas, pengiriman, packaging atau pengalaman keseluruhan.

Keluhan Pelanggan

PT Zeus
Kimiutama
Indonesia



Customer



Tipe Customer Complain

Misconception

Customer salah mengerti

Skepticism

Customer skeptis

Real drawback

Customer merasa produk/layanan banyak kelemahannya

Real Complain

Customer mengalami pengalaman buruk dalam layanan atau produk

Penyebab Umum Keluhan Pelanggan

Ekspektasi atau harapan customer tidak terpenuhi, terjadi GAP antara harapan dan realitas

- 01 Pelayanan yang buruk atau tidak memuaskan.
- 02 Produk atau layanan tidak sesuai harapan
- 03 Keterlambatan pengiriman.
- 04 Kesalahan komunikasi atau informasi yang tidak jelas.
- 05 Biaya tambahan yang tidak transparan.

Mengapa penanganan Keluhan Pelanggan Penting?

- 01 Peningkatan Persaingan Pasar
- 02 Industri yang Sensitif
- 03 Mengukur Kepuasan Pelanggan
- 04 Memperbaiki Proses Internal



Dampak Buruk dari Keluhan yang Tidak Ditangani

01

Reputasi Perusahaan Terganggu

Keluhan yang tidak ditangani dengan baik dapat menyebar dengan cepat, terutama di era media sosial, dan merusak citra perusahaan.

02

Loyalitas Pelanggan Menurun

Pelanggan yang merasa tidak puas dengan penanganan keluhan mereka cenderung berpindah ke pesaing, yang dapat mengurangi pendapatan dan mempengaruhi hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

03

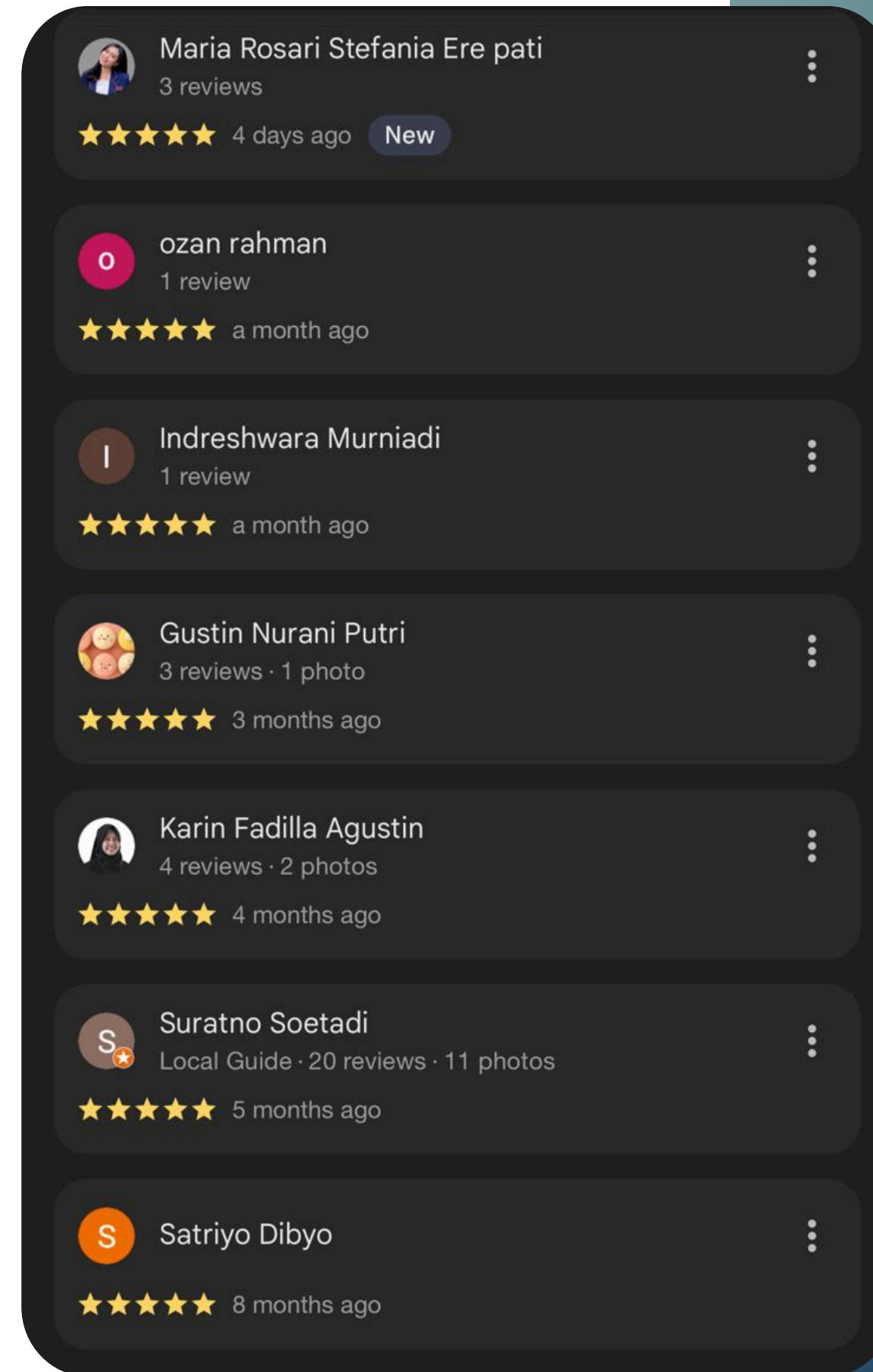
Risiko Hukum

Dalam industri bahan kimia, keluhan terkait keamanan atau ketidakpatuhan terhadap regulasi dapat menyebabkan tuntutan hukum, denda, atau bahkan penutupan operasi.

04

Biaya yang Meningkatkan

Menyelesaikan keluhan yang tidak ditangani dengan benar dapat memerlukan biaya tambahan untuk perbaikan produk, penggantian, atau kompensasi.



Google Review newest



Manajemen Keluhan Pelanggan

- Proses sistematis untuk menerima, menangani, dan menyelesaikan keluhan pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan.
- Tujuannya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperbaiki kualitas layanan

Pentingnya Manajemen Keluhan Pelanggan

01

Meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan

02

Menyediakan umpan balik untuk perbaikan produk atau layanan.

03

Mencegah penyebaran opini negatif yang dapat merusak reputasi perusahaan

04

Meningkatkan efisiensi operasional melalui identifikasi masalah berulang



Pentingnya Manajemen Keluhan Pelanggan

05

Efisiensi Kinerja

06

Mengidentifikasi titik lemah perusahaan / sistem dan proses

07

Meningkatkan penjualan

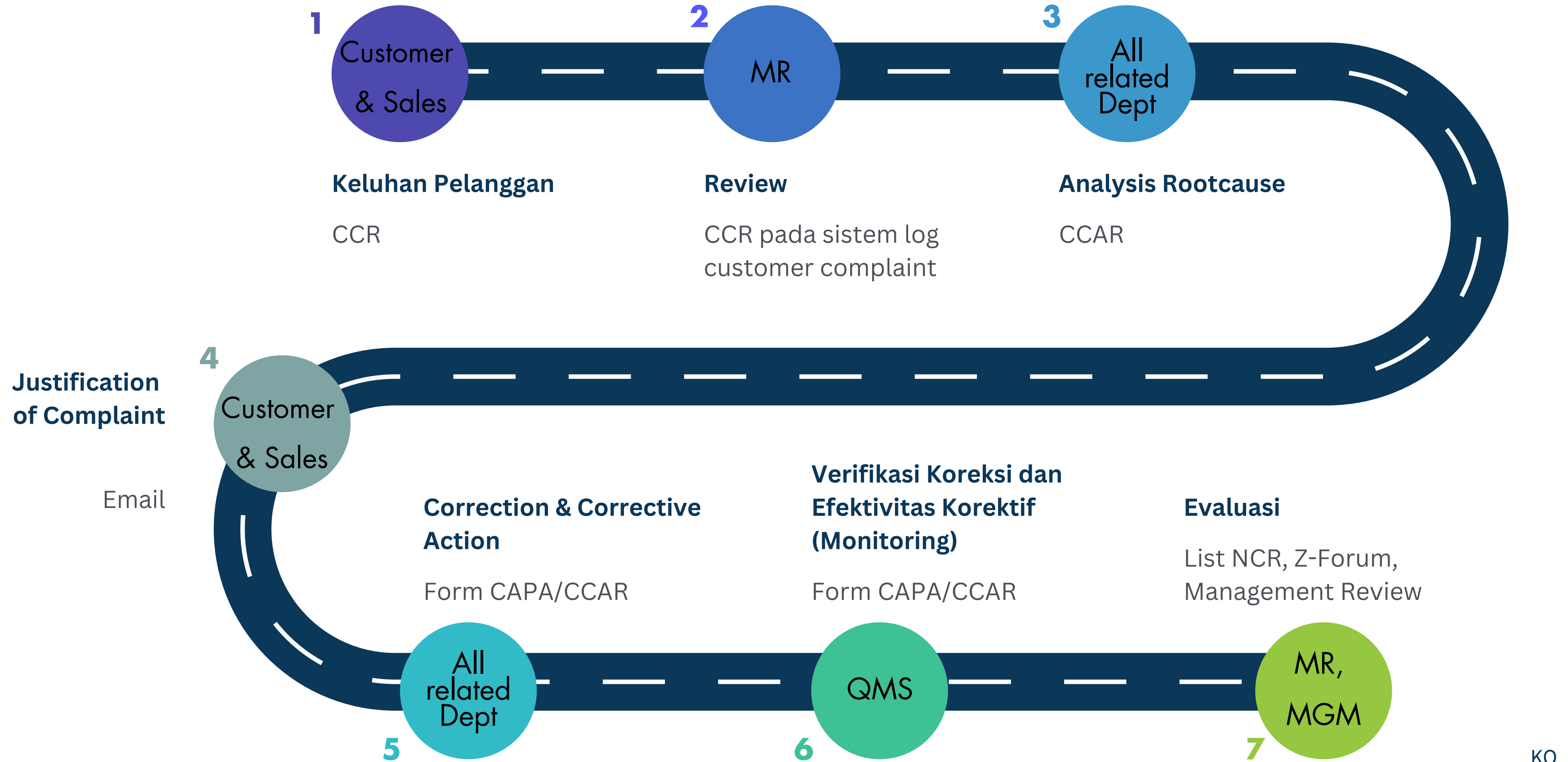




Tujuan SOP Customer Complain

Tujuan dari SOP keluhan pelanggan (*customer complain*) di PT Zeus Kimiatama Indonesia adalah untuk menetapkan prosedur penerimaan, dokumentasi, investigasi, dan penyelesaian keluhan pelanggan guna memastikan penanganan keluhan yang tepat waktu, efektif dan tidak terulang kembali, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan perbaikan berkelanjutan.

CCR	Customer Complain Report
CCAR	Correction & Correction Action Report
CAPA	Correction Action & Preventive Action
QMS	Quality Management Sistem
Hipotesis	Dugaan awal penyebab masalah yang dibuat oleh departemen terkait berdasarkan analisis awal.
Justifikasi	Proses verifikasi dan penilaian apakah keluhan pelanggan valid serta perlu ditindaklanjuti berdasarkan bukti dan data yang ada



CUSTOMER COMPLAIN

FLOWCHART



CUSTOMER

SALES & MKT

DIRECTOR

MR (QMS)

ALL DEPARTMENTS

START

COMPLAIN FROM CUSTOMER

COMPLAIN RECEIVED

FILLING OUT CCR

FILLING OUT GOOGLE FORM

1X24 HOURS

REVIEW CCR

CATEGORIZING COMPLAINT TYPES

DETERMINE THE DEPARTMENT PIC

FEEDBACK & SOLUTION

ANALYSIS & HYPOTHESIS PROBLEM

JUSTIFICATION OF COMPLAIN

REVIEW THE ROOT CAUSE HYPOTHESIS

VERIFIKASI ROOT CAUSE

RESOLVE COMPLAIN (CORRECTION)

FURTHER INVESTIGATION?

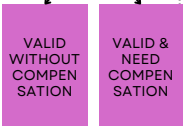
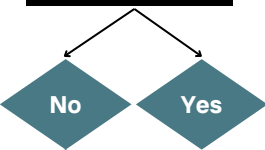
INVESTIGATION RESULTS

CORRECTIVE ACTION

MONITORING

EVALUATION

MANAGEMENT REVIEW & Z FORUM

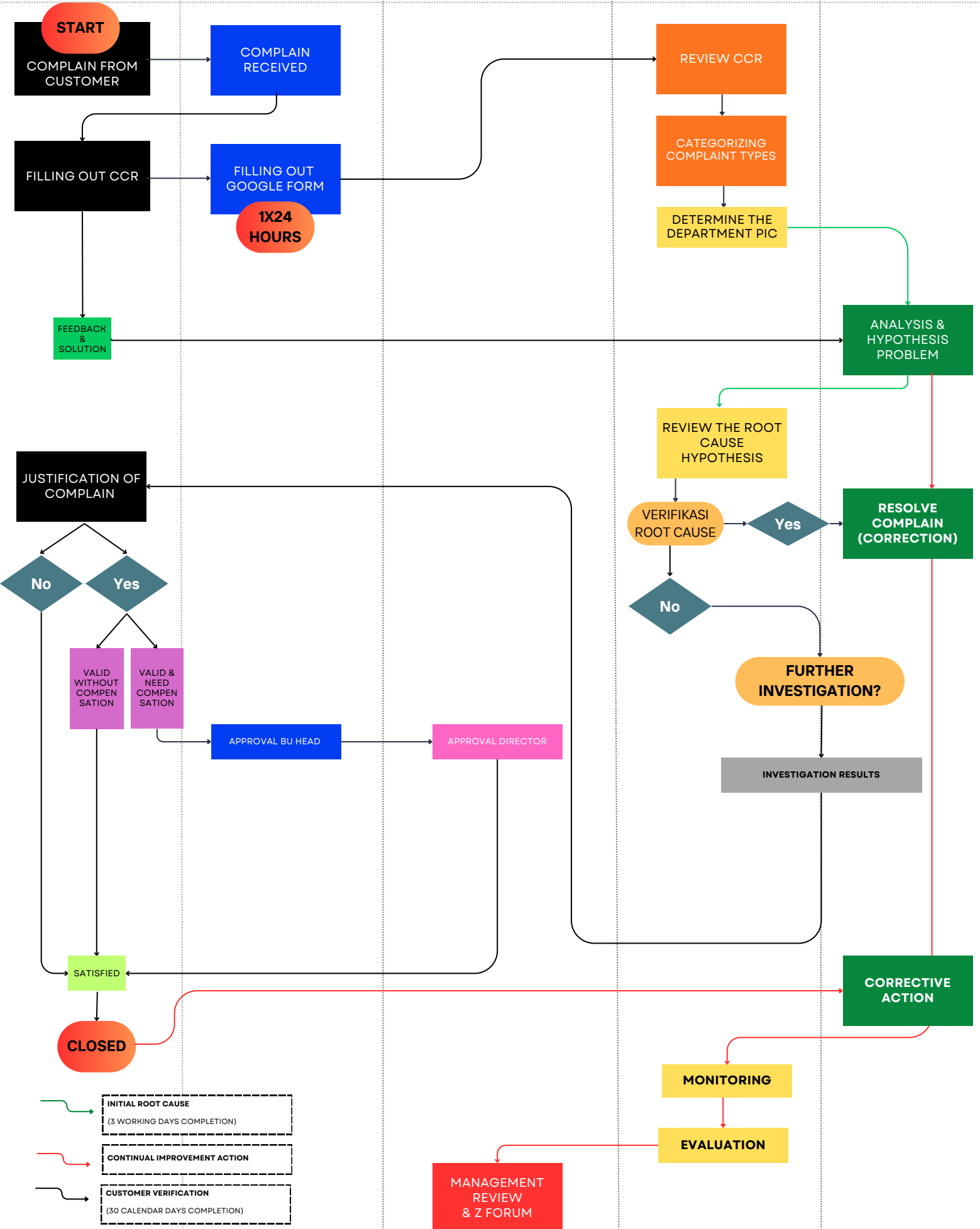
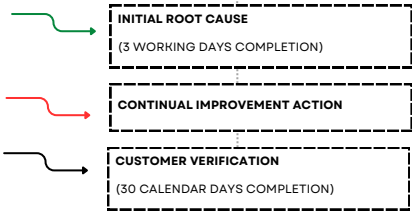


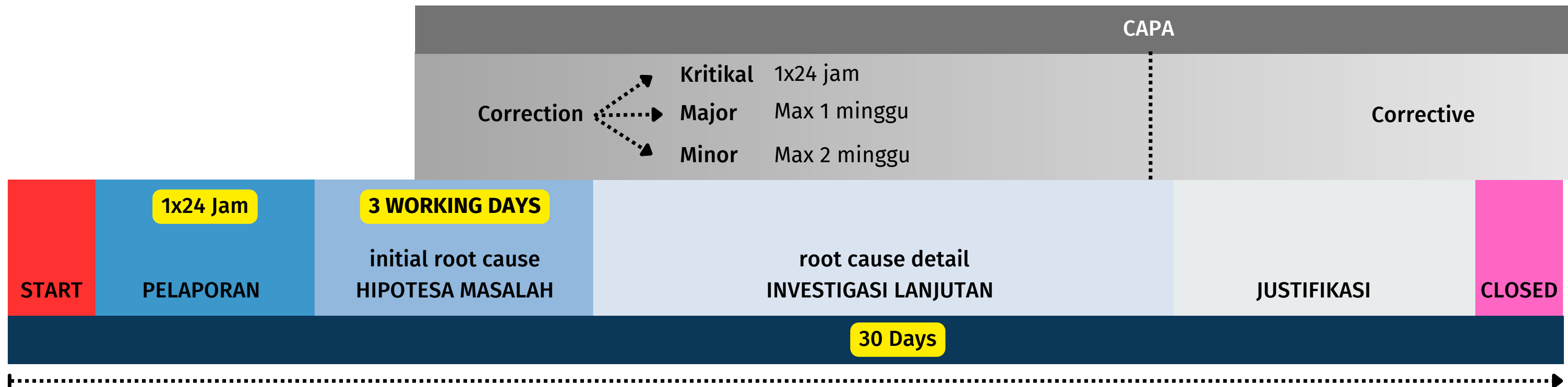
APPROVAL BU HEAD

APPROVAL DIRECTOR

SATISFIED

CLOSED





CATATAN PENTING

- Pelaporan Customer Complaint Report (CCR) melalui Google Form tetap wajib dilakukan secara tepat waktu. Namun, apabila keluhan dari customer terjadi pada hari libur atau akhir pekan, maka pelaporan diperbolehkan dilakukan pada hari kerja pertama setelah libur.
- Untuk kasus keluhan terkait kualitas produk (*quality issue*) yang memerlukan waktu lebih dalam proses analisa akar masalah (misalnya melalui pengujian laboratorium atau investigasi oleh tim QC), maka penyampaian laporan dapat dilakukan melebihi batas waktu 3 hari kerja, dengan catatan disertai penjelasan alasan keterlambatan secara jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.



DISCLAIMER

Meskipun batas waktu maksimal penyelesaian keluhan pelanggan (mulai dari pelaporan hingga justifikasi kepada customer) adalah 30 hari kalender, namun diharapkan seluruh tim dapat berupaya untuk menyelesaikan setiap keluhan secara cepat, efektif, dan efisien, tanpa mengabaikan kualitas analisis dan solusi yang diberikan.

Prinsip utama yang dijunjung adalah kepuasan pelanggan dan kecepatan respon, sehingga koordinasi lintas departemen menjadi kunci keberhasilan dalam penyelesaian setiap case yang terjadi.

Menerima Keluhan pelanggan

Sales & Marketing / Customer Service menerima keluhan pelanggan



Step 1 - Menerima Keluhan Pelanggan

Customer memberikan complain / feedback melalui saluran yang ditunjuk (misalnya telepon, email dan lisan)



Email



Lisan



Telepon

Step 1 - Menerima Keluhan Pelanggan

Customer Complain Report (CCR)

. ZEUS KIMIATAMA INDONES
CUSTOMER COMPLAINT REPORT (CCR)
Filled by Customer

*Date :

* COMPANY :
* ADDRESS :
* NAME/DEPARTMENT : /
* PRODUCT & BATCH NUMBER :
* PACKING SIZE :
* COMPLAINT DESCRIPTION: :
* ATTACHMENT/S:
 SAMPL E/S
* ATTACHMENT:
* SIGNED BY:
.....

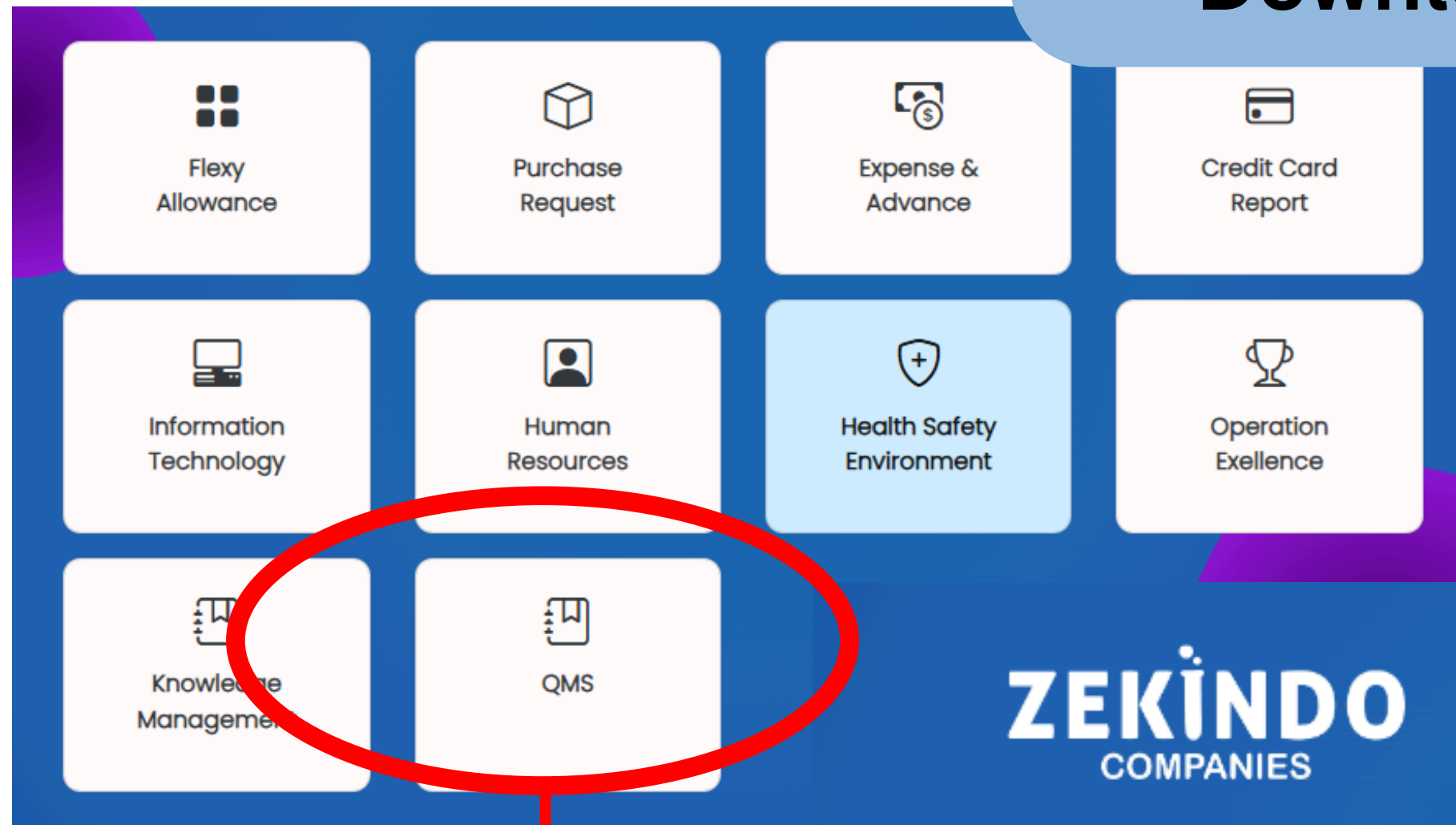
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1IlxLQEwYvG0mA-TFdM-ofQSKPFnQ6l-f/edit?gid=950026862#gid=950026862>

Mengisi Form Laporan Kronologis keluhan pelanggan

Sales & Marketing meminta customer untuk mengisikan keluhan pada lembar CCR dan kemudian ditandatangani oleh pihak customer.



Download Form in Digsys (click QMS)



Step 1

**Form and
log sistem**

ZEKINDO
COMPANIES

Quality Management System

Step 2

Log Customer
Complain

Customer
Complaint Report

Step 3

Form Customer
Complaint Report

Step 1 - Menerima Keluhan Pelanggan

Customer Complain Report (CCR)

PT. ZEUS KIMIATAMA INDONESIA
CUSTOMER COMPLAINT REPORT (CCR)

Filled by Customer

*Date : _____

* COMPANY : _____

* ADDRESS : _____

* NAME/DEPARTMENT/TITLE : _____ / _____ / _____

* PRODUCT NAME : _____

* BATCH NUMBER : _____

* INVOICE NUMBER : _____

* PACKING SIZE (QUANTITY) : _____

* TYPE OF COMPLAINTS:

QUALITY

PACKAGING

SHIPMENT/DELIVERY

DOCUMENT

*COMPLAINT DESCRIPTION: : _____

* ATTACHMENT/S:

SAMPLE/S

PHOTO/S

ANALYTICAL DATA

*ATTACHMENT:

*SIGNED BY: _____

(.....)

*disclaimer: Form CCR ini harap diisi oleh customer (dibantu oleh Sales dan Marketing). Report complain akan dianggap valid jika sudah ditanda tangan oleh customer

Issue date: tanggal customer complain

Nama Perusahaan customer yang complain

Alamat Perusahaan customer

Nama Customer (Dept/Jabatan)

Cantumkan Jenis/Tipe Produk

Batch Number

Invoice Number

Pail/ IBC / Drum (sertakan berat packaging)

Tipe komplain

Deskripsikan complain dengan jelas dan detail oleh customer

Lampirkan bukti-bukti pendukung keluhan

Customer wajib tanda tangan

Step 1 - Menerima Keluhan Pelanggan

Registrasi laporan keluhan pelanggan pada Google Form

Customer Complaint

Langkah-Langkah Pengisian Form Customer Complaint:

1. Mengisi form CCR: bit.ly/FormCCR
2. Mengisi form Customer Complaint dan melampirkan form CCR
3. Form ini diisi oleh Sales & Marketing PT Zeus Kimiatama Indonesia

The name, email, and photo associated with your Google account will be recorded when you upload files and submit this form

** Indicates required question*

Sales Name *


Your answer

Email *

Your answer

Departemen *

- Sales Export
- Sales Water Treatment
- Sales Automotive
- Sales OG
- Sales Formulator Other
- Sales Inter Company
- Other...



Sales & Marketing registrasi laporan keluhan pelanggan pada **Google Form** dengan mendokumentasikan rincian keluhan termasuk informasi nama sales, email, bagian business unit

Step 1 - Menerima Keluhan Pelanggan

Mengumpulkan data-data dari customer berdasarkan laporan kronologis

Complain
Description (optional)

Customer/Ekspedisi *
Short answer text

Produk
Long answer text

Subyek Permasalahan *
Uraian singkat permasalahan sebagai subyek Email, contoh: Complaint Z 1515 oleh PT Toyota
Long answer text

CCR *
Add file View folder

Attachment
Attachment (Lampiran) hanya maksimal 5 file dengan maksimum 100 MB
Add file View folder

Upload CCR, upload bukti keluhan seperti dokumen, foto, hasil pengukuran, atau catatan inspeksi yang mendukung laporan temuan (*if any*).

Registrasi detail keluhan informasi nama sales, email, bagian business unit, detail keluhan, nama customer/ekspedisi, nama produk, subjek permasalahan (*Complain_Nama produk_Nama customer*).



Step 1 - Menerima Keluhan Pelanggan

Mengupload laporan kronologi CCR
pada Google Form



DISCLAIMER

Tim sales & marketing wajib menginformasikan keluhan pelanggan dalam kurun waktu 1x24 jam setelah keluhan diterima.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSewuDNTLCwsbPO2t3LM5eDi1RZ1tO5dOgNCvaH5NK3FO6NZUA/viewform?usp=sharing>



MR menerima CCR (*Customer Complain Report*)

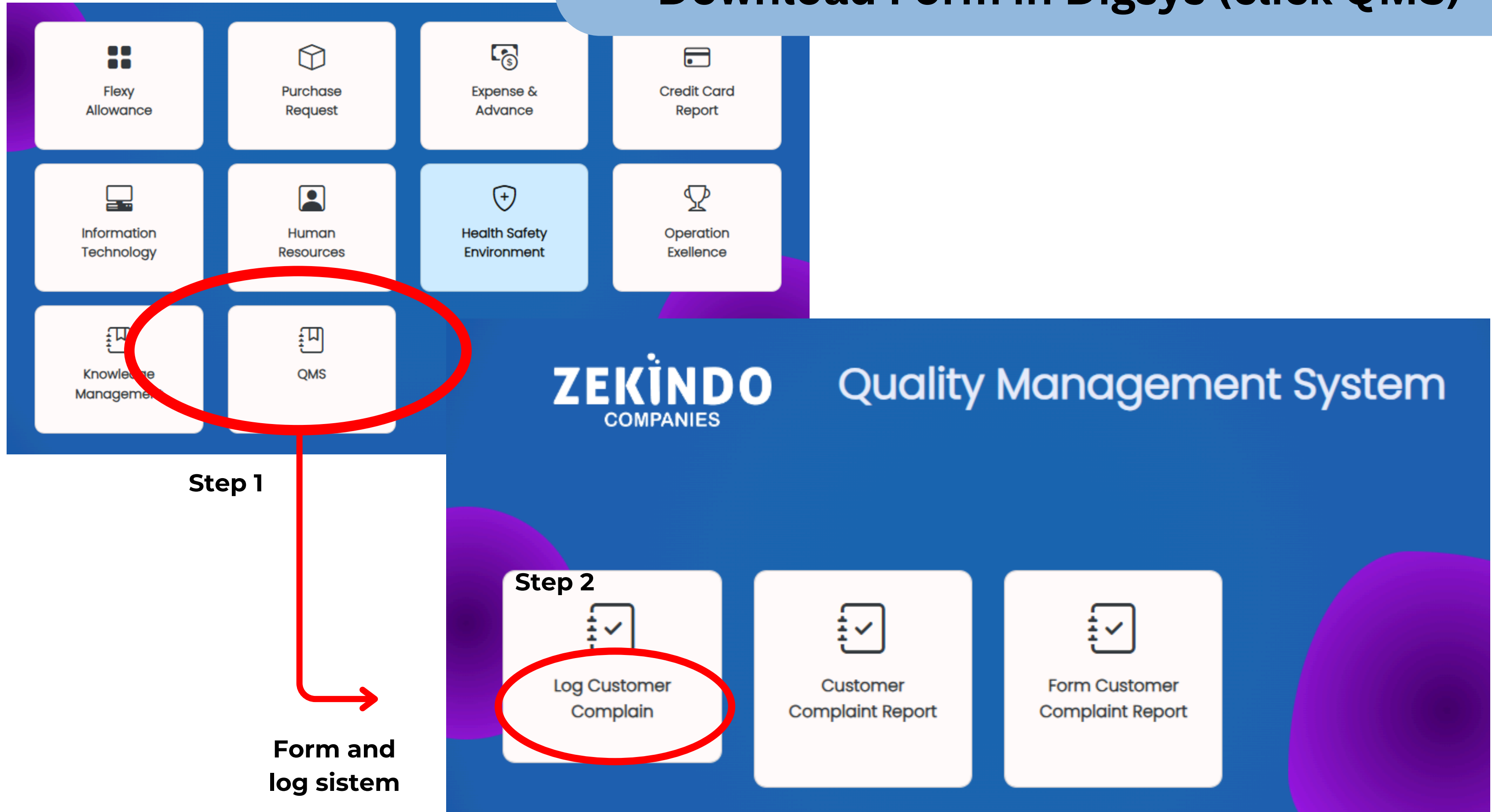
Menerima pengaduan dan keluhan CCR (Google form) ke dalam Log keluhan pelanggan (sistem otomatis)

CC ID	Work Status	Remaining Days	Due Date	Today Date	Timestamp	Sales Name	Email	Departemen	Customer/Ekspedisi	Produk	Subyek Permasalahan
001/ZKI-CCR/V/2025	Close		6/4/2025	5/6/2025	5/5/2025	Ela	percobaan@gmail.com	OP	A	A	A



*Catatan: Semua Departemen akan diberikan akses spreadsheet “Customer Complain” sebagai viewer agar dapat melihat status terupdate terkait complain customer yang

Download Form in Digsys (click QMS)



Step 2 - Review Keluhan

Detail Log Customer Complain #1

A	B	C	D	F	G	H	I	J	K
Form_Responses1	Work Status	Remaining Days	Due Date	Timestamp	Sales Name	Email	Departemen	Customer/Ekspedisi	Produk
001/ZKI-CCR/V/2025	Close		6/4/2025	5/5/2025	Ela	percobaan@gmail.com	OP	A	A

work Status
status yang menunjukkan tahapan terupdate

Due Date
Batas Waktu

Timestamp
penanda waktu awal NCR Terbit

Email Sales

Customer Name

Departemen Sales

Sales Name

Product Name

Remaining Days

= Due Date - Today Date

No ID NCR

Number ID/ZKI-CCR/Month/Year
Ex: 001/ZKI-CCR/I/2025

Step 2 - Review Keluhan

Detail Log Customer Complain #2

L	M	N	O	P	Q	T	U	W	X	Y
Subyek Permasalahan ▾ CCR ▾ Attachm ▾ Severity ▾ Klasifikasi ▾ Departemen Assigned ▾ CAPA? ▾ CAPA Link ▾ <input checked="" type="checkbox"/> Email? ▾ Kirim Email ▾ Trace Email ▾										
A	https://drive.google.com	Critical ▾	Docs ▾	CS,Sales,Procuremnet,Supply Chain,Product Stewardship,Finance,Accounting	<input checked="" type="checkbox"/>	https://docs.google.com	<input checked="" type="checkbox"/>	Kirim Email Pertama	Cari Email	

CCR Link
Link yang terhubung dengan CCR

Attachment
Bukti keluhan (Dokumen/ Foto/Video)

klasifikasi
Keluhan:

- Quality
- Packaging
- Docs
- Delivery

CAPA
CAPA Link

Checklist Email
Penanda step menginfokan keluhan melalui email kepada Dept.

Trace Email
Membantu tracing all email complain

Severity

- Critical
- Major
- Minor

Departement Assigned
Email PIC

Subjek Permasalahan

Uraian singkat permasalahan sebagai subyek Email, contoh: Complaint Z 1515 oleh PT Toyota

Kirim Email pertama #1
Otomatiasi Template Email confirmation complain

Mengkategorikan jenis keluhan pelanggan

MR & QMS mengkategorikan jenis keluhan pelanggan

Kategori Tingkat keparahan pelanggan

Kategori	Definisi	Contoh
Kritis (Critical)	Keluhan yang berdampak sangat serius, di mana produk atau layanan yang bermasalah dapat mengancam keselamatan, kesehatan, lingkungan, operasional pelanggan secara kritis.	Pencemaran atau Kontaminasi bahan kimia yang berbahaya, produk gagal yang menghentikan produksi pelanggan, ketidaksesuaian dengan regulasi industri, kesalahan labeling produk berisiko tinggi, produk yang tercampur (<i>mixed-up product</i>)
Mayor (Major)	Keluhan dengan dampak signifikan, namun masih dalam kendali sehingga memungkinkan untuk perbaikan dengan tindakan korektif.	Kesalahan formulasi yang memengaruhi performa tetapi masih bisa diperbaiki, keterlambatan pengiriman yang mengganggu produksi pelanggan, kebocoran kemasan, faktor eksternal yang mempengaruhi performa produk
Minor (Minor)	Keluhan kecil yang tidak berdampak signifikan pada penggunaan produk atau operasional pelanggan.	Kesalahan minor pada kemasan, informasi produk kurang lengkap, Perbedaan warna atau estetika, perbedaan pengukuran yang masih sesuai dengan rentang spesifikasi, kesalahan administratif dalam dokumen pengiriman.

Step 2 - Review Keluhan

Mengkategorikan jenis keluhan pelanggan



DISCLAIMER

Jika temuan ketidaksesuaian terjadi berulang dalam waktu satu tahun maka status kategori tingkat keparahan akan dinaikan dari tingkat sebelumnya

MENERIMA KELUHAN PELANGGAN

APAKAH DAMPAK KOMPLAIN SANGAT SIGNIFIKAN TERHADAP:
1. KESELAMATAN, KESEHATAN (RISIKO CEDERA SERIUS, KERUSAKAN)
2. LINGKUNGAN (PENCEMARAN, PELANGGARAN REGULASI BESAR)
3. MUTU PRODUK/JASA (KEGAGALAN PROSES KRITIKAL, KERUGIAN REPUTASI)

Yes

No

EVALUASI TINGKAT DAMPAK:
APAKAH RISIKO/ KERUGIAN TERSEBUT SANGAT BESAR DAN MENGANCAM KEBERLANGSUNGAN?

KATEGORI MINOR (DAMPAK MINIMAL, PERBAIKAN MUDAH)

KOMPLAIN DENGAN DAMPAK YANG KECIL, UMUMNYA BERSIFAT ADMINISTRATIF ATAU PERBAIKAN MUDAH YANG TIDAK MENGGANGGU OPERASI SECARA SIGNIFIKAN.

EX: KESALAHAN MINOR PADA KEMASAN, INFORMASI PRODUK KURANG LENGKAP, PERBEDAAN WARNA ATAU ESTETIKA, KESALAHAN ADMINISTRATIF DALAM DOKUMEN PENGIRIMAN.

Yes

No

KATEGORI KRITIKAL

KATEGORI MAJOR

DAMPAKNYA SANGAT BESAR, MISALNYA MENGANCAM KESELAMATAN DAN KESEHATAN PEKERJA, MENYEBABKAN PENCEMARAN BESAR, ATAU MENGGANGGU KUALITAS PRODUK SECARA KRITIKAL, MENGANCAM REPUTASI PERUSAHAAN SECARA DRASTIS

EX: KONTAMINASI BAHAN KIMIA YANG BERBAHAYA, PRODUK GAGAL YANG MENGHENTIKAN PRODUKSI PELANGGAN, KETIDAKSESUAIAN DENGAN REGULASI INDUSTRI, KESALAHAN LABELING PRODUKSI BERISIKO TINGGI

DAMPAK SIGNIFIKAN NAMUN MASIH DALAM KENDALI SEHINGGA MEMUNGKINKAN UNTUK PERBAIKAN DENGAN TINDAKAN KOREKTIF.

EX: KESALAHAN FORMULASI YANG MEMENGARUHI PERFORMA TETAPI MASIH BISA DIPERBAIKI, KETERLAMBATAN PENGIRIMAN YANG MENGGANGGU PRODUKSI PELANGGAN.

Mengkategorikan jenis keluhan pelanggan

MR mengkategorikan jenis keluhan pelanggan

Kategori keluhan berdasarkan aspek yang terlibat

Kategori	Definisi	Contoh
Quality	Keluhan terkait mutu dan spesifikasi produk.	Produk tidak sesuai dengan spesifikasi, kontaminasi bahan, perubahan warna atau tekstur.
Delivery	Keluhan terkait pengiriman dan ketepatan waktu.	Keterlambatan pengiriman, pengiriman tidak sesuai pesanan, kondisi barang rusak saat diterima.
Packaging	Keluhan terkait kemasan produk.	Kemasan bocor, kemasan rusak, kesalahan dalam jumlah produk dalam satu kemasan.
Document	Keluhan terkait dokumen yang menyertai produk.	Invoice salah, COA (<i>Certificate of Analysis</i>) tidak sesuai, MSDS (<i>Material Safety Data Sheet</i>) tidak tersedia.

Step 2 - Review Keluhan

Mengidentifikasi departemen yang bertanggung jawab

Setiap keluhan akan di klasifikasi jenis keluhannya terlebih dahulu dan diemail kepada departemen yang sesuai dengan jenis keluhan

Klasifikasi	Departemen	PIC	Email PIC
Quality	QC	Utari	utari.shintya@zekindo.co.id
Quality	QA	Aisyatul	aisyatul.fajriani@zekindo.co.id
Quality	Produksi	Aulia, Gustin	aulia@zekindo.com, gustin.nurani@zekindo.co.id
Quality	PPD	Ema, Shodiq	ema.halimah@zekindo.com, shodiq.wardana@zekindo.com
Quality	MR	Josephine	josephine@zekindo.co.id
Quality	Opex	Herdi, Ela	herdi.martiadi@zekindo.co.id, ela.khairunisa@zekindo.com
Packaging	WH	Alma	almaida.yulianti@zekindo.co.id
Packaging	Produksi	Aulia, Gustin	aulia@zekindo.com, gustin.nurani@zekindo.co.id
Packaging	Delivery	Mourdani	exportimport@zekindo.co.id
Packaging	Supply Chain	Yusuf	yusuf.azzam@zekindo.co.id
Packaging	MR	Josephine	josephine@zekindo.co.id
Packaging	Opex	Herdi, Ela	herdi.martiadi@zekindo.co.id, ela.khairunisa@zekindo.com
Docs	CS	Intan	nadya.intan@zekindo.co.id
Docs	Sales		
Docs	Procuremnet	Firman, Aya	firman.addhino@zekindo.co.id, nur.cahya@zekindo.com
Docs	Supply Chain	Yusuf	yusuf.azzam@zekindo.co.id
Docs	Legal	Gilang	gilang.nurul@zekindo.co.id
Docs	Product Stewardship	Widuri	widuri.anggraeni@zekindo.co.id
Docs	Finance	Mega	mega.sigalingging@zekindo.co.id
Docs	Accounting	Zainal	zainal.arifin@zekindo.co.id
Delivery	Delivery	Mourdani	exportimport@zekindo.co.id
Delivery	CS	Intan	nadya.intan@zekindo.co.id
Delivery	Supply Chain	Yusuf	yusuf.azzam@zekindo.co.id
Delivery	MR	Josephine	josephine@zekindo.co.id
Delivery	Opex	Herdi, Ela	herdi.martiadi@zekindo.co.id, ela.khairunisa@zekindo.com

P	Q	S	T
<div style="background-color: #4b4b8b; color: white; padding: 5px;"> Klasifikasi ▾ Departemen Assigned ▾ Email PIC ▾ CAPA? ▾ </div>			
Packagi...	WH,Produksi,Delivery,Supply Chain,MR,Opex	almaida.yulianti@zekind	<input checked="" type="checkbox"/>

Department	Nama Atasan	Email Atasan
Sales Export	Ria	ria.kusuma@zekindo.co.id
Sales Water Treatment	Ria	ria.kusuma@zekindo.co.id
Sales Automotive	Ria	ria.kusuma@zekindo.co.id
Sales OG	Pak Is	istiyarso@zekindo.co.id
Sales Formulator Other		
Sales Inter Company	Aulia	aulia@zekindo.com
Sales Explosive	Rana	rana.manggala@zekindo.co.id

Departement Assigned

Detail Log Customer Complain #3

Z	AA	AB	AC	AD	AE
<div style="background-color: #4b4b8b; color: white; padding: 5px;"> Complaint Status Email Justified? Kirim Status Closed CAPA Closed </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> Justified With Com... <input checked="" type="checkbox"/> Kirim Email Closed 5/5/2025 <input checked="" type="checkbox"/> </div>					

Complaint Status

- Justified with compensation
- Justified without compensation
- Not Justified

Checklist Email Justified

Status

- Closed
- Pending
- Overdue

Closed Date

Checklist CAPA Closed

Email informasi dan propose approval about justifikasi

Kirim Email Kedua #2

Step 3 - Analisis Root Cause

Analisa awal terhadap bukti

Departemen terkait menganalisis penyebab keluhan pelanggan berdasarkan data dan informasi yang tersedia sesuai dengan kriteria standar yang telah ditetapkan (misalnya standar keselamatan, mutu, atau lingkungan). Tahapan ini membantu evaluasi menyeluruh untuk mengonfirmasi bahwa masalah yang dilaporkan memang terjadi.

Penyusunan Hipotesa

Departemen terkait menyusun hipotesis awal pada form CCAR/ CAPA kolom root cause analisis terkait penyebab masalah berdasarkan data yang telah terverifikasi dan menyampaikan hasil analisis kepada MR



DISCLAIMER

(Hipotesa sebagai dugaan awal penyebab masalah dengan batas waktu melakukan hipotesis masalah adalah max 3 hari kerja).



Step 3 - Analisis Root Cause

Root Cause Analysis (RCA)

Setiap Departemen mengisi analisa root cause (Hipotesa awal) dan CAPA pada spreadsheet CCAR berikut:

PT ZEUS KIMIATAMA INDONESIA									
CCAR - Correction & Corrective Action Report									
No. CCR:									
Tanggal:									
Link CCR									
Temuan/ Ketidaksesuaian:									
Fishbone Diagram (Ishikawa) Root Causes – penyebab dasar yang menjadi akar dari mengapa penyebab langsung bisa terjadi. Correction Action – Tindakan untuk memperbaiki masalah yang sudah terjadi Corrective Action – Tindakan untuk mencegah masalah serupa terjadi kembali.									
KATEGORI (FISHBONE)	Root Causes (Akar Penyebab)	Correction Action (Tindakan Perbaikan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Corrective Action (Tindakan Pencegahan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Status	Notes
Man (Manusia)									
Machine (Mesin/Alat)									
Method (Metode)									
Material (Bahan)									
Measurement (Pengukuran)									
Environment (Lingkungan)									

T	U	W	X	Y
CAPA?	CAPA Link	Email?	Kirim Email	Trace Email
<input checked="" type="checkbox"/>	https://docs.google.com	<input checked="" type="checkbox"/>	Kirim Email Pertama	Cari Email

CAPA

CAPA Link

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ViVmdYDX-MgB7BUodKMCDgg30sBk3zSBHyYy09WTw70/edit?gid=0#gid=0>

Step 3 - Analisis Root Cause

Root Cause Analysis (RCA)

Setiap Departemen mengisi analisa root cause (Hipotesa awal) dan CAPA pada spreadsheet NCR berikut:

Batas waktu pengerjaan root cause analysis - 3 Hari Kerja

PT ZEUS KIMIATAMA INDONESIA										
CCAR - Correction & Corrective Action Report										
No. CCR:										
Tanggal:										
Link CCR										
Temuan/ Ketidaksesuaian:										
Fishbone Diagram (Ishikawa) Root Causes – penyebab dasar yang menjadi akar dari mengapa penyebab langsung bisa terjadi. Correction Action – Tindakan untuk memperbaiki masalah yang sudah terjadi Corrective Action – Tindakan untuk mencegah masalah serupa terjadi kembali.										
KATEGORI (FISHBONE)	Root Causes (Akar Penyebab)	Correction Action (Tindakan Perbaikan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Corrective Action (Tindakan Pencegahan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Status	Notes	
Man (Manusia)										
Machine (Mesin/Alat)										
Method (Metode)										
Material (Bahan)										
Measurement (Pengukuran)										
Environment (Lingkungan)										

No NCR
 Tanggal / issue data
 Link CCR (please put the link here)

CARA MENGISI TABEL:

1. Telusuri Root cause: Gunakan metode 5 Whys untuk menggali lebih dalam kenapa hal itu bisa terjadi (akar permasalahannya).
2. Diskusikan secara tim lintas departemen: Pastikan setiap pihak (QC, Produksi, dll.) mengisi secara objektif.

Root Cause Analysis (RCA)

Setiap Departemen mengisi analisa root cause (Hipotesa awal) dan CAPA pada spreadsheet NCR berikut:

Batas waktu pengerjaan root cause analysis - 3 Hari Kerja

PT ZEUS KIMIATAMA INDONESIA									
CCAR - Correction & Corrective Action Report									
No. CCR:									
Tanggal:									
Link CCR									
Temuan/ Ketidaksesuaian:									
Fishbone Diagram (Ishikawa) Root Causes – penyebab dasar yang menjadi akar dari mengapa penyebab langsung bisa terjadi. Correction Action – Tindakan untuk memperbaiki masalah yang sudah terjadi Corrective Action – Tindakan untuk mencegah masalah serupa terjadi kembali.									
KATEGORI (FISHBONE)	Root Causes (Akar Penyebab)	Correction Action (Tindakan Perbaikan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Corrective Action (Tindakan Pencegahan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Status	Notes
Man (Manusia)								▼	
Machine (Mesin/Alat)								▼	
Method (Metode)								▼	
Material (Bahan)								▼	
Measurement (Pengukuran)								▼	
Environment (Lingkungan)								▼	

Root Causes (Akar Penyebab):

Jelaskan alasan dasar atau akar penyebab mengapa penyebab awal tersebut bisa terjadi. Gunakan metode "5 Why" jika perlu.
 *Example / Contoh: Tidak adanya pelatihan ulang terkait prosedur persetujuan produk sebelum packing.

Correction (Perbaikan Sementara):

Tindakan segera untuk mengendalikan masalah agar tidak memburuk.

Corrective Action (Pencegahan):

Tindakan sistemik untuk mencegah masalah serupa di masa depan, meskipun belum terjadi.

PIC (Person In Charge):

Siapa yang bertanggung jawab menjalankan tindakan tersebut. Bisa lebih dari satu orang per tindakan.

Target Waktu:

Waktu realistis yang ditentukan oleh PIC untuk menyelesaikan masing-masing tindakan.

Status / Tanggal Selesai:

Ditulis setelah tindakan selesai. Misalnya: Selesai / 10 Mei 2025 atau Dalam Proses.

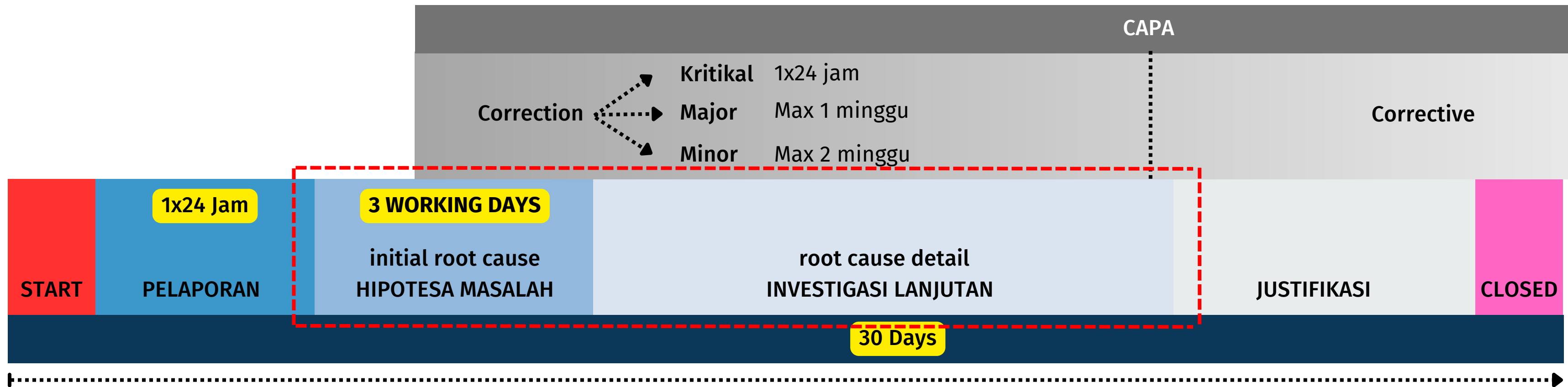
Verifikasi Hipotesa

MR (QMS) meninjau hipotesa yang telah disusun oleh departemen terkait dan melakukan verifikasi Hipotesa

- **Jika Ya:** Temuan dianggap valid dan dapat dilakukan resolve complain / correction action
- **Jika Tidak:** Temuan dinyatakan tidak valid (misalnya bisa menjadi false positive) atau perlu investigasi tambahan untuk memperoleh bukti yang lebih lengkap.

Investigasi lanjutan

- **Jika diperlukan diskusi lanjutan,** MR akan mengkoordinasikan meeting investigasi lanjutan dengan departemen terkait untuk membahas lebih lanjut hasil analisis (dapat menggunakan metode analisis akar penyebab (misalnya, 5 Why, fishbone diagram, dll) untuk mendalami dan menemukan faktor utama yang menyebabkan masalah.
- **Jika meeting tidak diperlukan,** makan analisis akan dilakukan secara transparan melalui Q&A via email antara MR (QMS), dan Departemen terkait



CATATAN PENTING

- Selamat 3 hari, Departemen terkait melakukan investigasi RCA (Initial root cause) untuk mengumpulkan data terlebih dahulu
- Jika initial rootcause masih belum mencapai mufakat penyelesaian masalah maka selanjutnya akan dilakukan meeting internal untuk membahas rootcause detail (Investigasi lanjutan).
- **Meeting akan dijadwalkan oleh MR dengan persetujuan bersama departemen terkait**

Step 3 - Analisis Root Cause



DISCLAIMER

Sales & Marketing berperan sebagai perantara diskusi internal antara departemen terkait dengan customer.

Hasil investigasi dan analisis dicatat dan disusun sebagai rekomendasi solusi untuk menyelesaikan keluhan pelanggan (CAPA/CCAR).

Justifikasi Komplain

Hasil investigasi dan analisis masalah akan dijustifikasi dan diinformasikan oleh sales & marketing kepada customer. Gunakan komunikasi yang empatik dan transparan, jelaskan bahwa produk yang dikomplain telah melalui pemeriksaan ketat dan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

Kategori Justifikasi

- **Yes, need compensation:** Keluhan valid dan memerlukan kompensasi, yang dapat berupa *credit note* atau *good replacement*. Pemberian kompensasi membutuhkan approval dari BU Head dengan nilai < 5 Juta; dan approval Director dengan nilai > 5 Juta.
- **Yes, without compensation:** Keluhan valid tetapi tidak memerlukan kompensasi. Selanjutnya, kasus dianggap selesai.
- **No:** Keluhan tidak valid dan kasus ditutup.

Step 4 - Justification of complain

Justifikasi Keluhan kepada Customer

- **Jika keluhan dinyatakan valid**, proses selanjutnya adalah CAPA (Correction and Corrective Action)
- **Jika keluhan tidak valid**, sales & marketing akan memberikan penjelasan kepada customer dengan alasan yang jelas, sopan dan profesional tentang kemungkinan kesalahan yang terjadi, berikan tips atau rekomendasi terkait penggunaan yang benar.



DISCLAIMER

- Proses penyelesaian hingga justifikasi pelanggan ditargetkan maksimal 30 hari kalendar, kecuali untuk kasus yang kompleks dan memerlukan penanganan lebih lanjut.

Step 5 - Correction & Corrective (CAPA)



Correction Perbaikan

Merupakan langkah cepat yang diambil untuk mengatasi keluhan pelanggan saat ini dengan memastikan pelanggan menerima solusi segera, seperti penggantian barang atau kompensasi.



Corrective Pencegahan

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menghindari terjadinya keluhan serupa di masa depan. Ini merupakan bentuk *preventive action* dalam sistem manajemen mutu dan layanan pelanggan.

Step 5 - Correction & Corrective (CAPA)

Correction Action (Tindakan Perbaikan)

- **Tujuan:** Menghilangkan penyebab masalah yang sudah terjadi agar tidak terjadi lagi.
- **Fokus:** Memperbaiki akar penyebab masalah nyata.
- **Contoh:** Jika ditemukan produk cacat karena kesalahan mesin, tindakan korektif bisa berupa perbaikan mesin.

Corrective Action (Tindakan Pencegahan)

- **Tujuan:** Menghilangkan penyebab potensi masalah yang belum terjadi agar tidak sampai terjadi.
- **Fokus:** Antisipasi risiko sebelum menjadi masalah nyata.
- **Contoh:** Melakukan inspeksi berkala atau penggantian suku cadang sebelum rusak, untuk mencegah kerusakan produk.

Aspek	Correction Action	Preventive Action
Masalah	Sudah terjadi (ketidaksesuaian nyata)	Belum terjadi (potensi risiko)
Fokus ISO	Improvement setelah audit, insiden, dsb	Risk-based thinking
Contoh ISO	RCA (<i>Root Cause Analysis</i>) dan perubahan prosedur	Penilaian risiko, pelatihan pencegahan

- **Perbaikan:** Mengatasi keluhan yang sudah masuk.
- **Pencegahan:** Menghindari agar keluhan tidak muncul.

Step 5 - Correction & Corrective (CAPA)

CAPA

Departemen terkait menerapkan solusi yang telah disepakati dan Tim Sales & Marketing menginformasikan kepada pelanggan terkait solusi yang telah diberikan.

PT ZEUS KIMIATAMA INDONESIA									
CCAR - Correction & Corrective Action Report									
No. CCR:									
Tanggal:									
Link CCR									
Temuan/ Ketidaksesuaian:									
Fishbone Diagram (Ishikawa) Basic Causes – penyebab dasar yang menjadi akar dari mengapa penyebab langsung bisa terjadi. Correction Action – Tindakan untuk memperbaiki masalah yang sudah terjadi Corrective Action – Tindakan untuk mencegah masalah serupa terjadi kembali.									
KATEGORI (FISHBONE)	Basic Causes (Penyebab Dasar)	Correction Action (Tindakan Perbaikan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Corrective Action (Tindakan Pencegahan)	PIC	Tenggat Waktu Penyelesaian	Status	Notes
Man (Manusia)									
Machine (Mesin/Alat)									
Method (Metode)									
Material (Bahan)									
Measurement (Pengukuran)									
Environment (Lingkungan)									

T	U	W	X	Y
CAPA?	CAPA Link	Email?	Kirim Email	Trace Email
<input checked="" type="checkbox"/>	https://docs.google.com	<input checked="" type="checkbox"/>	Kirim Email Pertama	Cari Email

CAPA

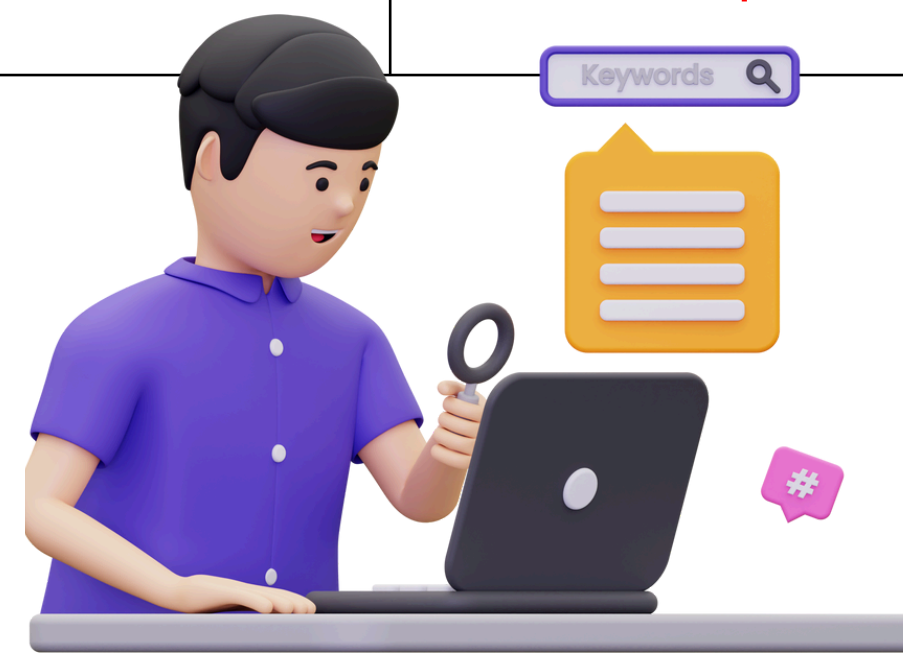
CAPA Link

Step 5 - Correction & Corrective (CAPA)

Waktu Penyelesaian CAPA

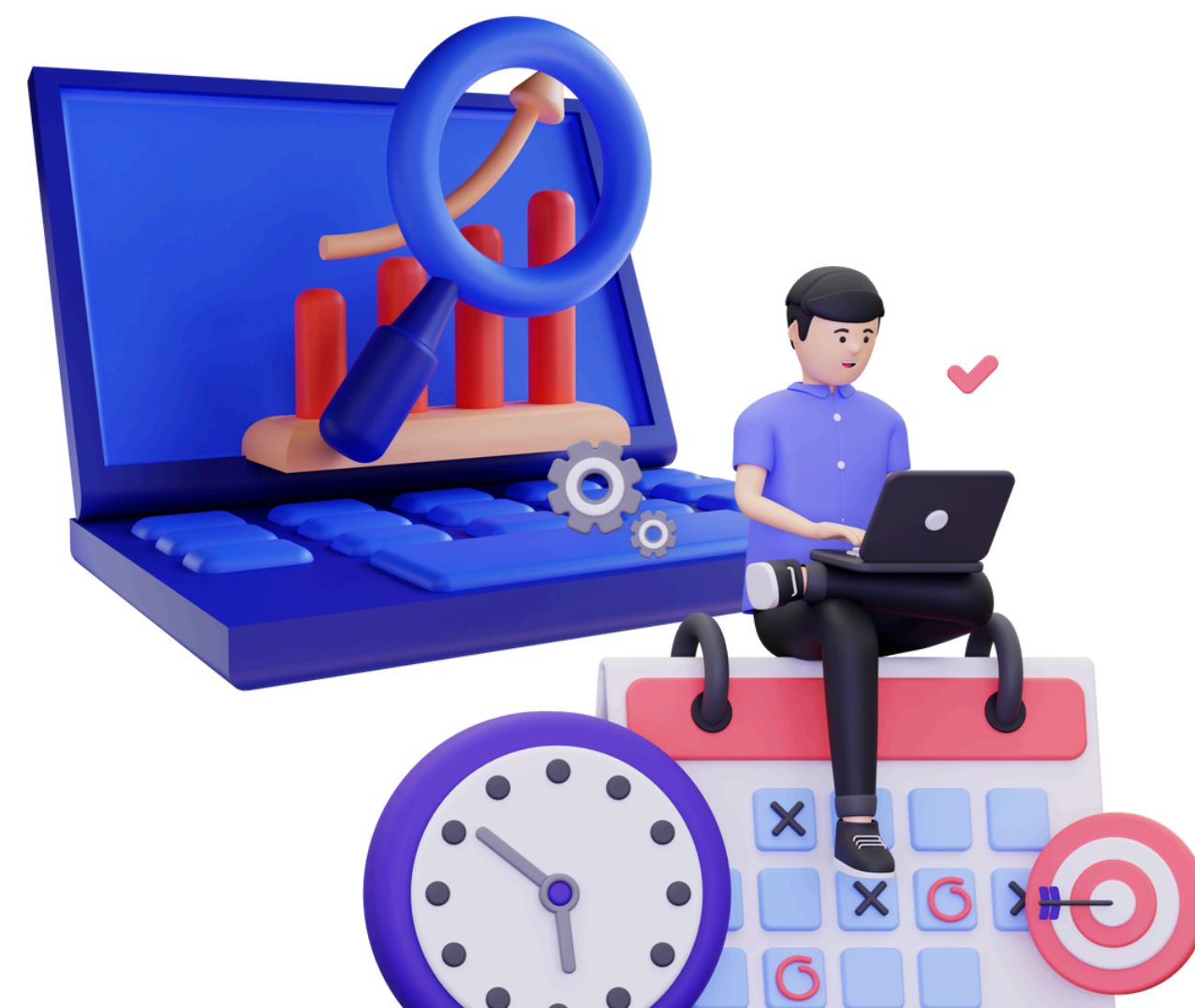
Departemen terkait menerapkan solusi yang telah disepakati dan Tim Sales & Marketing menginformasikan kepada pelanggan terkait solusi yang telah diberikan.

Kriteria	Kritikal	Major	Minor
Waktu Tindakan perbaikan	Maksimal 1x24 Jam setelah keluhan diterima.	Maks 1 minggu tergantung tingkat keparahan.	Maks 2 minggu, tergantung kompleksitas masalah.
Tindakan Pencegahan/ Korektif	Tindakan darurat segera dilakukan untuk menghindari dampak lebih lanjut.	Korektif dilakukan sesuai prosedur agar tidak terjadi kembali	Korektif dilakukan dengan evaluasi agar lebih efisien di masa depan.



Pemantauan correction dan corrective (Monitoring)

- QMS melakukan verifikasi awal terhadap implementasi tindakan perbaikan untuk memastikan kesesuaiannya dengan rencana koreksi.
- QMS Memantau implementasi tindakan korektif dalam jangka waktu tertentu untuk memastikan permasalahan tidak muncul kembali.
- MR Melaporkan hasil evaluasi efektivitas tindakan korektif kepada manajemen.
- Setiap tindakan pencegahan yang sudah dilakukan akan dilihat efektivitasnya Laporan terkait keluhan pelanggan dan tindakan perbaikan akan disampaikan kepada manajemen secara berkala.



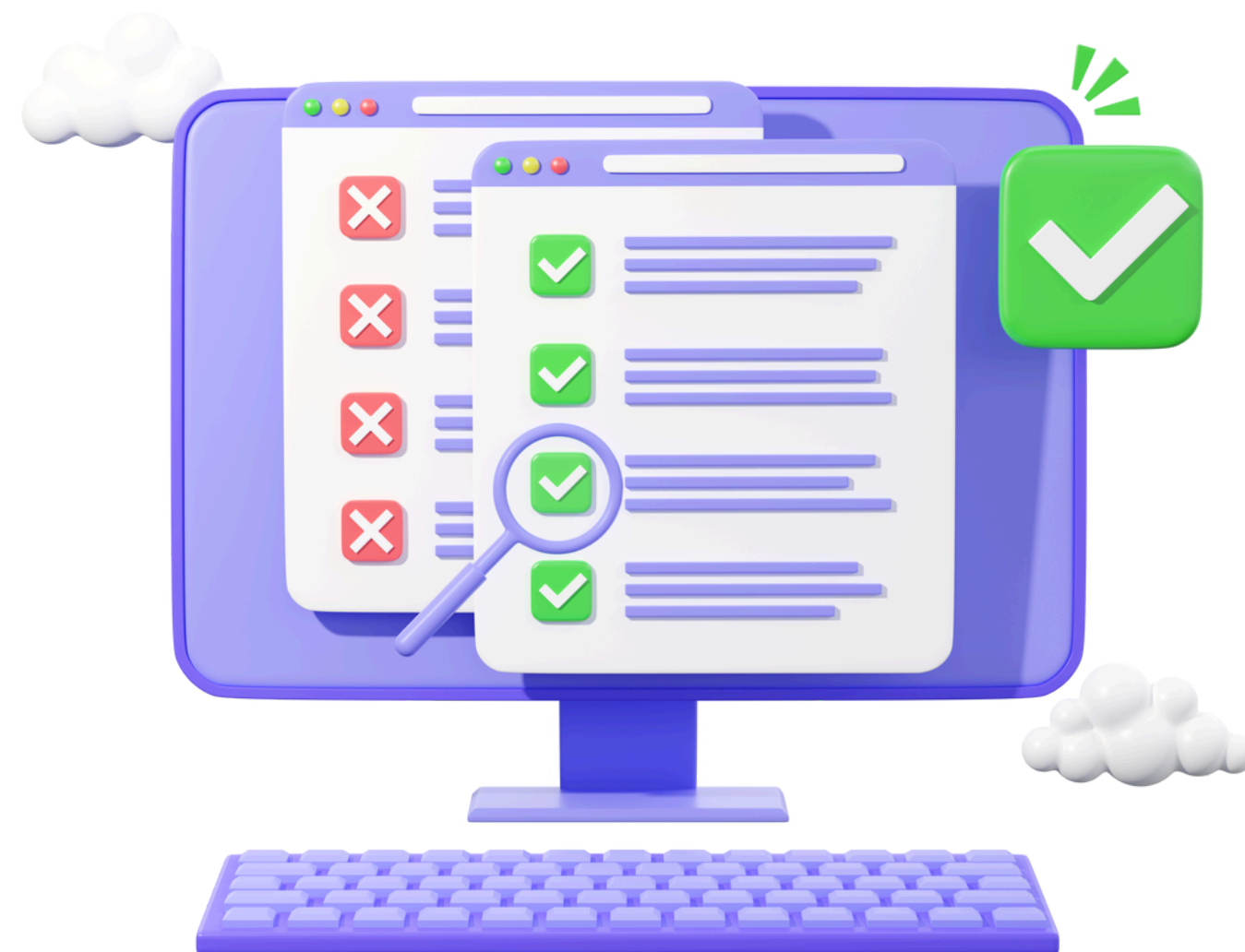
Evaluasi

- MR melakukan evaluasi berkala terhadap pola keluhan untuk perbaikan proses atau produk di masa depan.
- **Laporan hasil evaluasi keluhan, efektivitas tindakan korektif, serta rekomendasi perbaikan akan disampaikan kepada manajemen dalam Rapat Koordinasi (Rakor)/ Z Forum dan Management Review.**
- Hasil evaluasi dapat digunakan untuk memperbarui prosedur, meningkatkan standar kualitas, serta mengembangkan strategi pencegahan terhadap potensi keluhan di masa depan.



Registrasi keluhan/issue pada "Risk & Opportunity Assessment Record"

- Identifikasi dan registrasi Peluang (*Opportunity*): Selain itu, langkah ini membuka kesempatan untuk mengidentifikasi peluang perbaikan atau inovasi di proses, yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.
- **CAPA menjadi input OPPORTUNITY Assessment:**
 - **Tujuan:** Melihat kemungkinan perbaikan sistem/produk yang bernilai tambah.
 - **Contoh:** Dari keluhan label tadi → peluang: ubah ke label permanen → meningkatkan persepsi kualitas dan kepercayaan pelanggan.



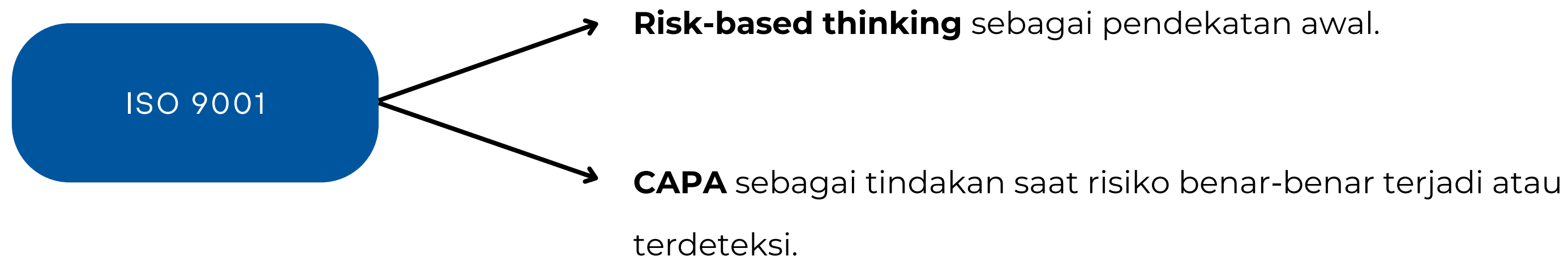
Registrasi keluhan/issue pada "Risk & Opportunity Assesment Record"

- Evaluasi keluhan: Identifikasi apakah keluhan tersebut memiliki dampak potensial terhadap risiko dan peluang yang ada dalam Perusahaan.
- Identifikasi dan registrasi Risiko (*Risk*): Setelah CAPA disusun, dilakukan identifikasi risiko. Apabila terdapat kelemahan atau area yang belum sepenuhnya tertangani, risikonya dicatat untuk evaluasi lebih lanjut.
- **CAPA menjadi input RISK assessment:**
 - **Tujuan:** Mengidentifikasi potensi risiko agar tidak terjadi kembali.
 - **Contoh:** Jika ada komplain karena label mudah lepas → risiko: kesalahan identifikasi produk → dampak: keselamatan pengguna.
 - **Langkah:** Evaluasi severity, likelihood, dan detection dari potensi kejadian serupa.



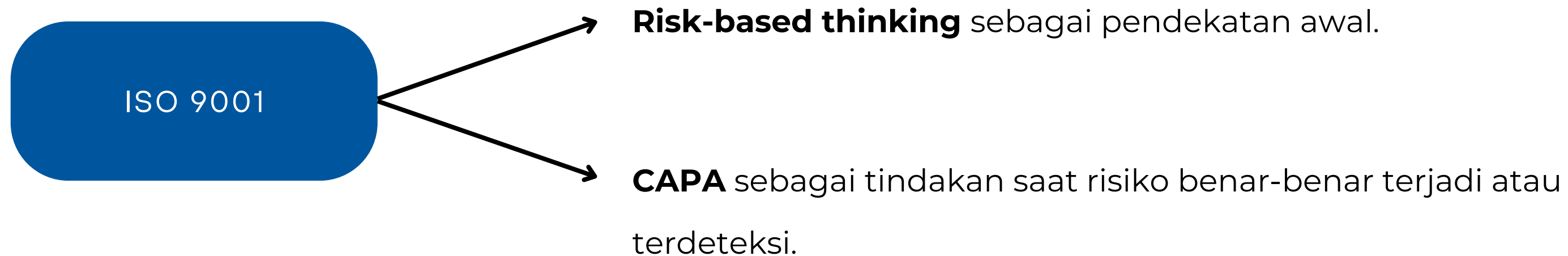
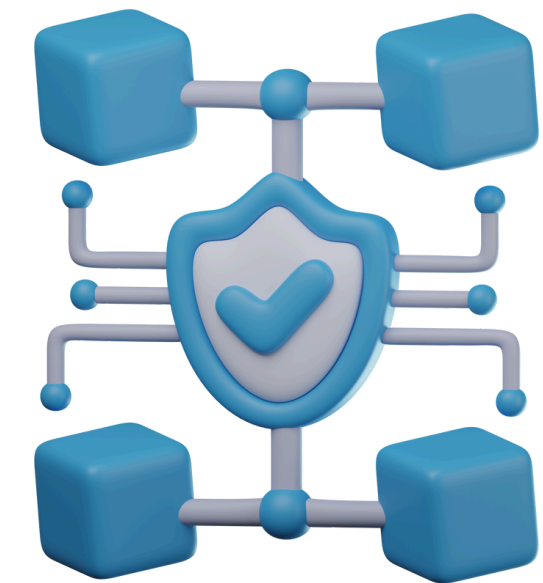
Perbedaan CAPA & Risk Opportunity

Aspek	CAPA	Risk & Opportunity
Fokus	Reaktif dan preventif terhadap masalah	Proaktif terhadap risiko & peluang
Pemicu	Ketidaksesuaian, audit, keluhan	Perencanaan proses & strategi
Tujuan	Menghilangkan masalah & mencegah berulang	Menjaga stabilitas dan mengembangkan sistem
Waktu	Setelah masalah muncul atau diidentifikasi	Sebelum masalah terjadi / dalam perencanaan



Kenapa CAPA dan RISK & OPPORTUNITY penting?

- **Keluhan pelanggan** adalah **data berharga** untuk peningkatan berkelanjutan.
- **ISO (misalnya ISO 9001:2015)** mendorong integrasi **CAPA** (*Correction & Preventive Action*) dengan **risk-based thinking**.



Indikator keberhasilan

Penanganan Keluhan Pelanggan



Tingkat kepuasan pelanggan setelah penanganan keluhan



Waktu rata-rata penyelesaian keluhan.

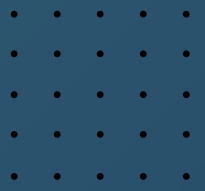


Penurunan jumlah keluhan berulang.



Peningkatan loyalitas dan retensi pelanggan
Customer Satisfaction

THANK YOU



Q & A

**Question and
Answers**

