

IMPLEMENTASI AKTIVITAS KOMUNIKASI DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA USAHA JASA

Oleh:

¹Deny Sudrajat, ²Inna Hanarti, ²Euis Winarti

^{1,2}Program Studi Hubungan Masyarakat, Politeknik LP3I Jakarta
Jl. Kramat Raya No.7-9, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta
Jl. Kramat Raya No.7-9, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

e-mail: denysudrajat1969@gmail.com¹, inna.hanarti@gmail.com², bundaeuis97@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penanganan keluhan *customer* pada objek penelitian dan juga untuk mengetahui kendala apa saja yang terjadi serta solusi dalam menghadapi permasalahan tersebut. Metodologi penulisan yang di gunakan pada penelitian ini yaitu observasi di objek penelitian, studi kepustakaan, dan wawancara. Adapun hasil dari observasi dalam menemukan penanganan keluhan *customer* pada objek penelitian yaitu menerima keluhan dengan baik, menganalisis masalah keluhan *customer*, menangani keluhan dengan cepat, memberikan solusi, evaluasi serta laporan. Dari segi kendala, terutama pada penerimaan keluhan masalah dari *customer* yang tidak sesuai dengan pelapor, adanya kendala dalam menganalisis masalah keluhan *customer*, juga kendala dalam memberikan solusi. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, terdapat solusi dari strategi penanganan keluhan yaitu jika penerimaan keluhan masalah dari *customer* yang tidak sesuai maka usaha objek penelitian selalu memberikan kartu nama perusahaan kepada *customer* yang didalamnya tertera nomer telepon penanggung jawab perusahaan, sehingga para *customer* dapat langsung menghubungi manajemen jika ada keluhan yang dirasakan. Dan bila terdapat kendala di dalam menganalisis suatu keluhan maka upaya objek penelitian *adalah* menyimpan data keluhan *customer* agar lebih cepat saat menghadapi keluhan

Kata kunci : Komunikasi, komunikasi eksternal, penanganan keluhan

ABSTRACT

This study aims to determine the handling of customer complaints at the research object and also to find out what obstacles occur and solutions to deal with these problems. The writing methodology used in this research is observation at objek penelitian, literature studies, and interviews. The results of observations in finding handling customer complaints at objek penelitian are receiving complaints well, analyzing customer complaint problems, handling complaints quickly, providing solutions, evaluations and reports. In terms of obstacles, especially in receiving complaints about problems from customers that are not in accordance with the complainants, there are obstacles in analyzing customer complaint problems, as well as obstacles in providing solutions. To overcome these obstacles, there is a solution to the complaint handling strategy, namely if the receipt of a problem complaint from a customer is not appropriate, the objek penelitian

business always gives the company's name card to the customer, which contains the phone number of the person in charge of the company, so that customers can directly contact management if there is any complaints. And if there are obstacles in analyzing a complaint, the reserach object's effort is to store customer complaint data so that it is faster when dealing with complaints

Keywords: *Communication, external communication, grievance handling*

PENDAHULUAN

Masalah kehidupan masyarakat yang sudah sangat modern, banyak orang sibuk dengan aktivitasnya masing-masing seperti kuliah, bekerja, berbisnis, berdagang dan lain-lain. Hal ini dapat membuat pekerjaan rumah tidak dapat ditangani sepenuhnya dengan baik sehingga pekerjaan rumah jadi menumpuk dan seringkali tanpa sengaja terlupakan akibat merasa lelah dan ingin beristirahat setelah melakukan aktivitasnya diluar rumah. Usaha *laundry* merupakan usaha yang cukup menjanjikan pada era modern saat ini.

Dengan kemajuan jaman saat ini, kita sangat mengandalkan untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan dengan serba cepat dan efisien. Di era serba cepat ini kebutuhan manusia akan waktu sangat diperlukan, keefektifan dalam mengelola dan memamanajemen semua aktifitas rumah membuat kebanyakan orang ingin serba praktis, misalnya seperti mencuci pakaian tidak semua orang menyempatkan untuk mencuci pakaian sehingga cucian dapat menumpuk. Sebuah usaha *laundry* dapat menjadikan pekerjaan rumah seperti mencuci pakaian menjadi lebih mudah terselesaikan dan akan menghemat waktu bagi orang-orang yang mempunyai aktivitas yang cukup banyak. Dengan mengeluarkan uang mereka tidak dipusingkan dengan pakaian yang kotor. Hal ini memberikan peluang untuk usaha tersendiri, karena kebutuhan akan pelayanan pencucian pakaian ini terus meningkat.

Laundry di era yang sudah lebih maju ini menggunakan mesin pencuci berbeda dengan jaman dahulu. Dengan menggunakan mesin pencuci, tenaga untuk kerja yang di perlukan tidak terlalu banyak dan dapat menggunakan waktu yang cukup singkat dalam proses pencucian pakaian kotor. Di kota-kota besar khususnya, gerai-gerai *laundry* terus tumbuh. Namun pada umumnya bagi usaha *laundry* yang baru muncul di dunia bisnis ini, banyak keluhan-keluhan yang di sampaikan oleh *customernya* sendiri. Usaha *laundry* merupakan peluang usaha yang cukup banyak di kembangkan dengan orang untuk saat ini. Mengembangkan peluang usaha *laundry* juga harus menerima keluhan-keluhan *customer* juga perlu menganalisa semua keluhan supaya kedepannya usaha *laundry* dapat berkembang dengan baik.

Menangani keluhan merupakan hal penting dalam mengembangkan usaha jasa seperti *laundry* dapat berkembang dengan baik dan dikenal oleh masyarakat saat keluhan ditangani dengan cepat. Agar proses penanganan keluhan berjalan dengan lancar dan tepat maka proses seperti ini harus lebih teliti sehingga penanganan mudah terselesaikan dan usaha *laundry* dapat mendapatkan keuntungan dan dapat dipercaya oleh masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis ingin mencoba membahas masalah ini sebagai objek dalam penulisan tugas akhir, dengan judul : “Penanganan Keluhan *Customer* di objek penelitian“

TINJAUAN PUSTAKA

Keluhan

Beberapa ahli memiliki pendapat berbeda terhadap pengertian keluhan. Menurut Lovelock dalam Tjiptono (2015; 561) keluhan atau komplain adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan yang mengalami masalah serius yang terjadi. Dapat diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan.

Jenis keluhan menurut pendapat Hofman dan Bateson (2018; 362) bahwa ada beberapa jenis keluhan yang disampaikan oleh pelanggan atas ketidakpuasannya, yaitu :

1. *Instrumental Complaints*, yaitu keluhan yang ditujukan pada penglihatan suatu keadaan yang tidak diinginkan dengan harapan pelayan memperbaiki kesalahan.
2. *Non Instrumental Complaints*, yaitu keluhan yang diekspresikan tanpa adanya harapan bahwa yang tidak diinginkan itu dapat teratasi.

Tjiptono dan Chandra (2016; 27) mengatakan mengenai penyebab pelanggan menyampaikan keluhan dikarenakan oleh beberapa faktor, yaitu :

1. Tingkat kepentingan konsumsi yang dilakukan, termasuk didalamnya penting tidaknya jasa yang dibeli.
2. Tingkat ketidakpuasan pelanggan, semakin tidak puas seorang pelanggan akan semakin besar kemungkinan melakukan komplain.
3. Manfaat yang diperoleh dari komplain, semakin besar persepsi konsumen terhadap manfaat yang bisa diperoleh dari komplain, semakin besar kemungkinan dilakukan.
4. Pengetahuan dan pengalaman, hal ini meliputi jumlah pembelian sebelumnya, pemahaman akan jasa dan pengalaman komplain sebelumnya.
5. Sikap pelanggan terhadap komplain, biasanya sering menyampaikan komplain karena yakin akan manfaat positif yang akan diterimanya.
6. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, mencakup waktu yang dibutuhkan, prosedur yang harus dilalui, serta biaya yang dibutuhkan.
7. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain, pelanggan tidak akan melakukan komplain jika merasa kecil kecenderungan produk untuk dikeluhkan.

Dari pendapat diatas, peneliti menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan keluhan adalah aktivitas yang dilakukan oleh orang yang menggunakan produk/jasa perusahaan kemudian mengalami masalah dengan produk/jasa yang diperolehnya sehingga menyebabkan ketidakpuasan. Terdapat jenis keluhan dapat dikategorikan sebagai keluhan yang ditujukan pada kondisi untuk perbaikan dan keluhan yang diekspresikan tanpa adanya harapan dari pelanggan.

Customer

Menurut Garperz dalam Laksana (2019; 100) *customer* adalah semua orang yang menuntut kita untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan oleh karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja atau performansi (performance) kita.

Philip Kotler berpendapat *customer* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh suatu barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

Dari kedua pendapat ahli tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa pelanggan atau customer adalah pihak yang membutuhkan jasa/produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan karena itu mereka akan membeli dan menggunakannya untuk dikonsumsi sesuai dengan standar kualitas yang dibutuhkan.

Jenis *Customer* Menurut Vincent Gasperz dalam Laksana (2019; 102) *Internal customer* atau pelanggan internal adalah seorang individu maupun sekelompok orang yang

berada dalam satu perusahaan, umumnya mempunyai pengaruh yang sangat besar pada operasional perusahaan, seperti pegawai *delivery*.

1. *External customer* atau pelanggan eksternal adalah seorang individu atau sekelompok orang yang berada di luar perusahaan yang biasa membeli produk dari perusahaan dengan memperhatikan harga, kebutuhan, kualitas dan metode pengiriman.
2. *Between customer* atau pelanggan antara adalah seorang individu atau sekelompok orang yang berperan sebagai distributor barang dimana produk yang mereka beli bukan untuk penggunaan pribadi tetapi untuk dijual kembali.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan dapat dikategorikan dalam beberapa jenis, yaitu yang berada di dalam perusahaan, yang berada di luar perusahaan dan yang berperan sebagai pihak yang mendistribusikan produk perusahaan.

Karakteristik Customer :

1. *Customer* pemarah, harus dihadapi dengan tenang, sabar dan mendengarkan perkataannya dengan baik. Pahami penyebab kemarahannya dan berikan penjelasan dengan cara seramah mungkin.
2. *Customer* pendiam, membutuhkan cara khusus untuk mendapatkan perhatiannya seperti mengajak bicara dan membuatnya nyaman mencoba akrab dengannya dan menanyakan yang dibutuhkan.
3. *Customer* tidak sabaran, membutuhkan penanganan yang cepat dan tepat, terkadang tidak sabar meminta banyak hal dalam waktu singkat sehingga dibutuhkan kesabaran dalam menghadapinya.
4. *Customer detail*, harus ditangani oleh seseorang yang memiliki pengetahuan luas tentang produk karena akan banyak bertanya mengenai produk yang ditawarkan dengan detail.
5. *Customer* hemat, umumnya mencari produk yang sedang diskon atau sedang turun harga, dengan menjelaskan kelebihan suatu produk dan batas waktu potongan harga akan membuatnya segera melakukan tindakan pembelian.

Melihat penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak terdapat karakteristik pelanggan yang harus diketahui oleh pengusaha agar dapat mencari solusi dan mampu menghadapi beberapa keluhan yang ditimbulkan oleh berbagai tipe pelanggan tersebut.

Penanganan Keluhan Customer

Dalam aktivitasnya ketika produk atau jasa yang disampaikan tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan maka konsumen akan menanggapi dengan keluhan. *Complaint handling* adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk menyelesaikan dan belajar dari kegagalan agar dapat mendirikan kembali kepercayaan di mata pelanggan. Menurut Hofman dan Bateson (2018; 362), *expressing discontent, dissatisfaction, protest, resentment, or regret* yang diterjemahkan secara bebas adalah pengekspresian perasaan tidak puas, protes, kejangkelan ataupun penyesalan.

Dari pendapat tersebut, peneliti berpendapat bahwa cara penanganan keluhan pelanggan adalah perusahaan harus memiliki strategi yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan lain dengan menanganinya penuh kesabaran dan detail sehingga pelanggan merasa diperhatikan.

Manfaat Penanganan Keluhan *Customer*

Penanganan keluhan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Penanganan keluhan yang efektif memberikan peluang untuk merubah pelanggan yang semula tidak puas menjadi puas terhadap produk atau jasa perusahaan atau bahkan bisa menjadi pelanggan potensial.

Menurut Tjiptono (2015; 359) manfaat dari penanganan keluhan secara efektif antara lain :

1. Penyedia jasa mendapatkan kesempatan untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang kecewa.
2. Penyedia jasa bisa terhindari dari publisitas negatif karena cerita pelanggan yang kecewa.
3. Penyedia jasa bisa memahami aspek-aspek layanan yang perlu dibenahi dalam memuaskan pelanggan.
4. Penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya yang menjadi kekecewaan pelanggan.
5. Karyawan dapat termotivasi untuk memberikan layanan berkualitas yang lebih baik.

Dalam menjalankan penanganan keluhan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan beberapa manfaat yang dapat diperoleh sehingga dalam menjalankannya akan penuh kesabaran dan ketelitian sehingga keluhan yang sama tidak akan terjadi kembali karena perusahaan telah berusaha memperbaikinya dan mengantisipasinya.

Perusahaan perlu menciptakan suasana harmonis yaitu saling mengisi antara kebutuhan pelanggan dan petugas pelayanan, agar interaksi tersebut dapat berjalan lancar sehingga terbentuklah citra positif, komunikasi yang baik dan penghargaan terhadap pelanggan.

1. Membangun citra positif, sebagai berikut :
 - a. Kesan awal adalah penting, hindari kesalahan sekecil apapun karena akan membutuhkan banyak waktu untuk memperbaikinya.
 - b. Usahakan selalu bersikap ramah, sampaikan salam sesuai waktu, sapa pelanggan dengan menyebutkan namanya agar terkesan.
 - c. Jangan membuat pelanggan menunggu karena itu akan membuatnya frustrasi dan kemudian enggan untuk datang lagi.
 - d. Perlakukan semua pelanggan seakan-akan mereka adalah pelanggan pertama setiap harinya agar mereka merasa tersanjung.
 - e. Tersenyum setiap saat, tatap wajahnya saat berbicara, bicaralah dengan jelas menggunakan kata-kata yang mudah dipahami.
2. Melakukan kebiasaan manusia efektif, agar pelanggan merasaterpuaskan dengan pelayanan yang diberikan, seperti :
 - a. Jadilah proaktif, sebagai tindakan antisipatif, berwawasan ke masa depan, dapat berupa tindakan yang selalu produktif, aktif, inovatif dan kreatif.
 - b. Mulailah dengan pengakhiran di dalam pikiran, yaitu pada saat mulai melakukan haruslah diketahui akhir dari tujuan tindakan tersebut.
 - c. Dahulukan sesuai prioritas, manajemen yang efektif akan mendahulukan yang seharusnya didahulukan dan melaksanakannya dengan disiplin.
 - d. Berpikir menang-menang, merupakan filosofi interaksi manusia serta kerangka pikiran dan hati yang terus menerus mencari keuntungan bersama.
 - e. Berusaha mengerti lebih dahulu, ketika pelanggan datang untuk memperoleh bantuan jasa, petugas tidak bersikap seolah-olah mengetahui apa yang dibutuhkan.

- f. Wujudkan sinergi, dibutuhkan suatu kerjasama yang kreatif yang menyangkut hubungan antar manusia dan masing-masing bagian memberikan andil sesuai dengan kapasitasnya.
- g. Asahlah gergaji, artinya jangan terpaku hanya pada kemampuan yang dimiliki saja, petugas harus dapat menjelajah impian kemajuan, menajamkan pikiran dan menggali kemampuan yang masih tersembunyi.

Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang harmonis dengan pelanggan perlu diperhatikan dengan baik. Karena dengan hubungan yang baik maka setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan akan diterima oleh perusahaan dengan senang hati karena dianggap sebagai masukan untuk perkembangan perusahaan ke depan. Bagi pelanggan pun dalam menyampaikan keluhan akan menggunakan tata bahasa dan kalimat yang baik karena mereka merasa bahwa selama ini perusahaan telah melakukan yang terbaik untuk mereka karena intensnya komunikasi positif yang sudah dijalankan.

METODE PENELITIAN

Dalam proses penelitian ini menggunakan metode antara lain :

1. Studi Pustaka, yaitu mengumpulkan data-data dengan cara mempelajari dari berbagai sumber yang sifatnya tertulis seperti catatan, buku, jurnal maupun referensi lain
2. Studi Lapangan seperti :
 - a. Wawancara, yaitu penelitian dengan cara bercakap langsung dengan pihak yang berhubungan dengan penanganan keluhan customer di objek penelitian
 - b. Observasi, yaitu proses pengumpulan data dengan cara turun langsung kelapangan bagaimana pelaksanaan kinerja karyawan di usaha Laundry yang bersangkutan. Berisi jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, target/sasaran, subjek penelitian, prosedur, instrumen dan teknik analisis data serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara penelitiannya. target/sasaran, subjek penelitian, prosedur, data dan instrumen, dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara penelitiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjalankan usaha banyak kegiatan yang harus dilakukan baik yang bersifat internal ataupun eksternal, seperti salah satunya adalah menangani keluhan *customer*. Perusahaan harus pandai mencari solusi dalam pemecahan masalah. Menangani masalah saat menghadapi keluhan *customer* merupakan hal yang penting dalam mempertahankan usaha agar lebih *dipercaya* oleh publik yang dijadikan sasaran. Tujuan utama dari penanganan keluhan *customer* adalah untuk mengembalikan kepercayaan *customer* terhadap usaha objek penelitian, dengan penanganan keluhan yang dilakukan dengan teliti, sehingga penanganan keluhan ini dapat terealisasi secara baik, rapih, dan membuat usaha objek penelitian lebih *dipercaya* dan menjauhkan usaha dari kerugian yang tidak diinginkan.

Beberapa langkah yang dilakukan objek penelitian dalam proses menangani keluhan *customer* adalah :

1. Menerima keluhan dengan baik dalam menjalankan kegiatan usaha, menerima keluhan-keluhan *customer* merupakan cara untuk mempertahankan *customer* agar tetap memercayai jasa yang disediakan perusahaan.
2. Menganalisis masalah keluhan *customer*.
Pimpinan akan menganalisis suatu permasalahan yang dikeluhkan oleh *customer* untuk kemudian mencari solusi terbaik sebagai pemecahan masalah yang dihadapi, Apabila masalah keluhan yang muncul merupakan masalah yang sudah pernah dialami *customer*, maka pimpinan akan memutuskan untuk memberikan solusi yang sudah pernah terjadi jika solusi tersebut dirasa tepat dan baik, sehingga keluhan dari *customer* dapat diselesaikan dengan mudah.
3. Menangani keluhan dengan cepat.
Merespon dan mendengarkan keluhan *customer* sangat mempengaruhi kenyamanan bagi *customer* dan akan membuat *customer* merasa diperhatikan denganmaksimal oleh perusahaan yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan atas jasa yang diberikan.
4. Memberikan solusi.
Solusi yang diberikan merupakan jalan keluar yang sudah dibicarakan dengan pihak yang bersangkutan dimana pimpinan segera dengan cepat menanggapi masalah keluhan *customer* yang kemudian akan dijadikan bahan untuk evaluasi selanjutnya.
5. Evaluasi dan laporan.
Tindakan evaluasi dan laporan merupakan kegiatan pelengkap dari hasil kegiatan tahunan untuk dapat dijadikan bahan agar masalah yang dihadapi tidak terulang serta mendapatkan solusi baik bagi perusahaan dan bagi pelanggan.

Bauran Pemasaran dalam Penanganan Keluhan

Dalam menjalankan berbagai strategi penanganan keluhan *customer*, perusahaan merinci terlebih dahulu bauran pemasaran yang berkaitan erat dengan objek penelitian yaitu :

1. Produk, merupakan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada khalayak sasaran. Produk yang ditawarkan ke pasar berupa jasa pencucian pakaian untuk mendapatkan perhatian agar dibeli, dipergunakan, dikonsumsi serta dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan *customer*.
2. Harga, adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa. Harga yang ditawarkan objek penelitian sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk jasa pencucian dengan jumlah yang pantas yang dibayarkan konsumen untuk manfaat yang didapat.
3. Distribusi, termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen. Distribusi merupakan strategi yang berkaitan erat dengan upaya objek penelitian untuk menyalurkan jasa pencucian kepada calon konsumen yang dituju, untuk itu diberikan layanan jemput antar untuk para konsumen.
4. Promosi, aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan dan membujuk sasaran untuk membeli.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh objek penelitian dengan tujuan peningkatan konsumen, dengan metode *word of mouth* atau dari mulut ke mulut diharapkan jasa *laundry* ini akan mampu menarik banyak konsumen.

Aspek-aspek Penanganan Keluhan *Customer*

1. Waktu dalam memberikan cucian *customer* yang tidak cepat.
 - a. Menghadapi *customer* yang pemarah mendekati diri dan mendengarkan keluhan yang disampaikan *customer* agar mengetahui lebih jelas keluhan dan memberitahukan apa yang terjadi saat proses pencucian.

- b. Menghadapi *customer* yang pendiam mendekati diri secara khusus agar *customer* dapat menjelaskan keluhannya, dan saat memberikan pakaian pelayan menyampaikan permohonan maaf.
 - c. Menghadapi *customer* yang detail menjelaskan kepada *customer* bahwa pencucian yang sedang rame dan memberitahukan fasilitas alat pencucian sehingga *customer* dapat mengerti atas kesalahan yang di sampiakan *customer*.
 - d. Menghadapi *customer* yang tidak sabar *customer* yang tidak sabar lebih sering mengeluhkan waktu penerimaan pakaian kotor sehingga saat terjadi kesalahan pelayan memberikan pakaian dengan tenang dan menjelaskan situasi dan memberikan kesempatan untuk *customer* yang menyampaikan keluhan.
 - e. Menghadapi *customer* yang hemat menjelaskan apa yang dimiliki berkah Laundry dan meminta maaf serta menjelaskan lebih detail tentang harga sehingga *customer* tidak kecewa dengan harga yang sudah di tentukan.
2. Pemberian pakaian yang tidak sesuai
 - a. Meghadapi *customer* yang pemaarah mendekati diri kepada *customer* dan melakukan ganti rugi dan mencari pakaian yang dimiliki *customer* serta memberikan pakaian yang kurang dan di berikan secara bebas biaya untuk pakaian yang kurang.
 - b. Menghadapi *customer* yang pendiam mendekati diri kepada *customer* sehingga pelayan dapat menjelaskan kesalahan pada *customer* dan memberikan pakaian yang kurang secara bebas biaya dan mengganti rugi.
 - c. Menghadapi *customer* yang detail menjelaskan secara langsung kepada *customer* secara spesifik yang sudah di berikan pengetahuan tentang usaha kepada pelayan.
 - d. Menghadapi *customer* yang tidak sabar mendekati diri dengan hati tenang dan menjelaskan saat terjadinya kesalahan dan memberikan diskon kepada pakaian yang di cuci.
 - e. Menghadapi *customer* yang hemat menjelaskan kelebihan objek penelitian dengan baik karena mereka memiliki *product knowledge* sehingga *customer* tidak mengeluhkan dengan harga dan memberikan pakaian yang salah secara bebas biaya.

Kendala dalam Menjalankan Penanganan Keluhan *Customer*

1. Kendala dalam penerimaan keluhan masalah dari *customer* yang tidak sesuai dengan pelapor. Kendala yang ditemukan saat melakukan penerimaan keluhan masalah *customer* yaitu mendapat laporan yang berbeda dari karyawan. Kendala tersebut biasanya dilakukan oleh beberapa karyawan yang melaporkan kepada pimpinan tidak sesuai dengan orang yang sudah melapor. Hal tersebut membuat tidak cepatnya solusi apa yang harus disampaikan kepada *customer* terkait masalah yang dikeluhkan. Kelambanan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai akibat ketidaksesuaian laporan karyawan dan keluhan pelanggan inilah yang pada akhirnya menimbulkan ketidakpuasan pelanggan kepada objek penelitian karena dianggap tidak tanggap pada keluhan pelanggan.
2. Kendala dalam menganalisis masalah keluhan *customer*. Masalah yang sudah pernah terjadi sebelumnya namun tidak dianalisa sehingga membuat pimpinan harus mencari solusi baru dalam memberikan jalan keluar dan tentunya akan memerlukan waktu yang cukup lama sehingga membuat masalah tidak di tangani dengan cepat. Kelambanan penanggulan keluhan pelanggan antara lain juga disebabkan karena tidak adanya data yang mencatat keluhan pelanggan

sebelumnya, sehingga pimpinan harus kembali mencari jalan keluar dan menganalisisnya.

3. Kendala dalam memberikan solusi.

Perusahaan memberikan solusi yang tidak cepat sehingga menjadikan masalah baru bagi *customer* yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan usaha objek penelitian. Dan ini membuat banyak pelanggan yang pada akhirnya tidak lagi menggunakan jasa perusahaan. Kelambanan penanggulangan keluhan pelanggan juga dapat disebabkan karena lamanya solusi yang dipertimbangkan akan dijalankan untuk jalan keluar masalah yang ada. Dan tentu saja hal ini menimbulkan ketidakpuasan konsumen.

Solusi

1. Solusi untuk kendala dalam melakukan penerimaan keluhan masalah dari *customer* yang tidak sesuai dengan pelapor. objek penelitian selalu memberikan kartu nama perusahaan kepada pelanggan yang didalamnya tertera nomer telepon penanggung jawab perusahaan, sehingga para pelanggan dapat langsung menghubungi manajemen jika ada keluhan yang dirasakan. Hal ini dapat mempermudah manajemen untuk mengetahui keluhan tersebut lebih cepat sehingga informasi yang diperolehpun akan lebih akurat dan membuat penyelesaian masalah akan cepat dilakukan tanpa harus melibatkan pihak karyawan yang seringkali berbohong.
2. Solusi untuk kendala dalam upaya menganalisis masalah keluhan dari *customer* Usaha objek penelitian menyimpan data keluhan *customer* agar lebih cepat saat menghadapi keluhan. Suatu data yang sudah disimpan akan memudahkan untuk memberikan solusi kepada *customer* sehingga pemecahan akan lebih cepat diselesaikan serta lebih mudah untuk dijadikan bahan evaluasi sehingga usaha pada objek penelitian tidak mendapatkan keluhan yang sama. Data keluhan pelanggan tersebut dicatat kemudian dijadikan dalam dokumen yang disimpan dalam komputerisasi perusahaan yang nantinya sewaktu-waktu dapat dibuka kembali untuk dicek dan jika ditemukan ada kesamaan masalah. Maka perusahaan dapat menjalankan solusi yang sudah pernah ada sehingga mempercepat proses penyelesaian masalah.
3. Solusi untuk kendala dalam memberikan solusi Suatu keluhan dalam menjalankan usaha sangatlah penting untuk menjadikan cara berkembangnya suatu usaha akan lebih senang ketika keluhan yang disampaikan diterima dan dievaluasi serta di berikan solusi yang baik dengan cepat, sehingga mampu menimbulkan kepercayaan bagi *customer*. Usaha objek penelitian selalu berusaha menyelesaikan setiap keluhan dengan cepat sehingga keluhan pelanggan dapat teratasi dan memuaskan. Yang dilakukan perusahaan adalah dengan menyediakan angket singkat yang diletakkan di depan meja resepsionis agar bisa diisi oleh pelanggan sambil mereka menunggu ditimbangnya pakaian yang akan di cuci. Berisi hasil dan pembahasan minimal lebih dari satu setengah halaman.

PENUTUP

Kesimpulan :

1. Dalam menjalankan penanganan keluhan pelanggan, yang dilakukan oleh objek penelitian antara lain menerima keluhan dengan baik, menganalisis masalah keluhan dari *customer*, berusaha menangani keluhan dengan cepat, memberikan

solusi pilihan kepada *customer*, melakukan evaluasi dan membuat laporan kepada manajemen usaha. Para karyawan objek penelitian telah mendapat beberapa pelatihan untuk dapat menghadapi beberapa tipe konsumen yang berbeda-beda yang mungkin saja dalam menyampaikan keluhannya terkadang menjadi kurang sopan sehingga membuat karyawan tidak nyaman.

2. Kendala yang harus dihadapi usaha objek penelitian dalam penanganan keluhan customer yaitu : kendala dalam hal penerimaan keluhan masalah dari *customer* yang tidak sesuai dengan pelapor, kendala dalam menganalisis masalah keluhan customer serta kendala dalam pemberian solusi pada keluhan yang disampaikan oleh customer yang membuat mereka merasa tidak nyaman dan kurang puas. Kendala-kendala tersebut terjadi hampir setiap saat dalam pelaksanaan kerja di objek penelitian sehingga dapat menghambat kinerja karyawan dan kepuasan para pelanggan yang menggunakan jasa cuci di objek penelitian.
3. Solusi yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi kendala yang ada yaitu dengan untuk kendala dalam melakukan penerimaan keluhan masalah dari *customer* yang tidak sesuai dengan pelapor, perusahaan memberikan kartu nama yang didalamnya tertera nomer telepon penanggung jawab usaha untuk para pelanggan melapor jika ada keluhan. Untuk kendala dalam upaya menganalisis masalah keluhan dari *customer*, perusahaan mencatat semua keluhan yang pernah ada dan mendokumentasikannya sehingga sewaktu-waktu dapat dipelajari jika ada keluhan serupa yang terjadi yang mungkin saja disampaikan pelanggan. Pada kendala dalam pemberian solusi cepat, usaha objek penelitian menyediakan angket mini di meja resepsionis yang dapat diisi oleh pelanggan sambil mereka menunggu proses menimbang cucian untuk mengetahui tingkat kepuasan customer pada jasa cuci objek penelitian.

Saran

1. Saat penerimaan suatu keluhan yang disampaikan customer agar lebih cepat disampaikan kepada pihak yang bertanggung jawab pada pelayanan objek penelitian, sehingga masalah dapat diselesaikan dengan cepat dan tidak ada kesalahan saat melapor keluhan yang disampaikan *customer* dan akan mempermudah jalannya proses dalam penanganan keluhan *customer*.
2. Sebaiknya perusahaan menyediakan kamera CCTV untuk mengetahui kinerja pegawai dan respon pelanggan sehingga dapat juga diketahui apa yang menjadi penyebab utama terjadinya keluhan *customer* untuk menghindari perbedaan laporan dari karyawan.
3. Penanggung jawab usaha objek penelitian, sebaiknya selalu *stand by* berada di tempat usaha, sehingga apabila terjadi ketidak puasan pelanggan yang berimbas pada terjadinya keluhan dapat segera diatasi dengan baik dan tidak membutuhkan waktu lama untuk menemukan solusinya. Berisi kesimpulan padat dan ringkas. Simpulan dapat bersifat generalisasi temuan sesuai permasalahan penelitian, dapat pula berupa rekomendatif untuk langkah selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, J. W. 2016. *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

- Hoffman, Douglas dan Bateson. 2018. *Essentials of Services Marketing Concept*. The Dryden Press.
- Laksana, Fajar. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama. Depok.
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Referensi (GP Press Group). Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA. Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016, *Service, Quality dan Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Andi. Yogyakarta.