

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bagi orang yang bekerja di dalam suatu perusahaan, menjaga kepuasan pelanggan adalah nomor satu. Mengatasi keluhan dari pelanggan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Penanganan keluhan pelanggan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pelayanan yang prima. Keluhan pelanggan adalah suatu hal yang sering ditemukan dalam dunia bisnis. Pada kenyataannya akan selalu ada kekurangan dalam melayani pelanggan, karena kebutuhan setiap orang dapat berubah sewaktu-waktu. Apapun yang diinginkan oleh pelanggan seharusnya dapat dipenuhi oleh pelaku dunia usaha agar pelanggan tidak mengeluh.

Berbagai masalah yang dihadapi perusahaan didasarkan karena keluhan oleh pelanggan merupakan sebuah umpan balik positif bagi perusahaan guna meningkatkan kualitas pelayanannya. Adanya keluhan dari pelanggan, menjadikan perusahaan tahu letak kualitas yang harus ditingkatkan. Keluhan dalam satu sisi merupakan alat kendali atau evaluasi terhadap pemberian kualitas layanan kepada pelanggan. Dalam menangani keluhan yang terjadi sebuah perusahaan harus dapat menanggapi secara rasional. Pada dasarnya, seorang pelanggan yang mengeluh karena tidak puas dengan produk atau jasa yang diberikan sering kali diliputi rasa emosi. Hal yang mendasari konsumen mengajukan keluhan adalah karena konsumen merasa ditipu oleh perusahaan dan tidak mendapatkan pelayanan yang baik, karena banyak perusahaan terbukti kurang memperhatikan kinerja penanganan keluhan pelanggan.

Perusahaan memberikan tanggapan atas keluhan yang diberikan oleh pelanggan melalui penanganan langsung melalui *customer service*. Apabila pelanggan merasa puas dengan penanganan keluhan yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan semakin loyal terhadap perusahaan karena merasa bahwa perusahaan memperhatikan pelanggannya. Dengan demikian semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap penanganan keluhan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya semakin rendah kepuasan konsumen terhadap penanganan keluhan maka semakin rendah loyalitas pelanggan pada perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu.

Ada banyak ekspresi yang ditampilkan oleh konsumen yang mengeluh. Pelanggan yang berpendidikan tinggi dan sopan biasanya membahasnya secara halus dan beretika, sedangkan pelanggan lain akan membahasnya dengan keras dan bahkan kasar. Banyak kasus mengenai keluhan pelanggan yang bermula dari awalnya hanya dianggap remeh akan tetapi menjadi perseteruan yang besar karena ketidaktepatan perusahaan menangani keluhan pelanggannya. Pelanggan marah dan kecewa bahkan sampai menyebarluaskan kekecewaannya ke berbagai aspek contohnya seperti media massa, menulis di surat pembaca dan melalui mulut ke mulut bahkan mempengaruhi banyak orang agar tidak membeli produk dari perusahaan tersebut. Bagi perusahaan, hal ini sangat merugikan dan berdampak buruk bagi kelangsungan hidup usahanya. Menangani keluhan pelanggan dengan serius dan profesional kepada pelanggan

mengisyaratkan bahwa segala masalahnya terselesaikan dengan baik diperlukan oleh perusahaan.

Salah satu pelanggan Carrefour yang menceritakan pengalamannya saat berbelanja di Carrefour adalah ketika pelanggan mendapati petugas Carefour salah memasang harga sepeda anak yang seharusnya tidak ada diskon, menjadi harga diskon. Pelanggan yang mengalami ketidakpuasan terhadap kinerja Carefour mengeluh dan meminta solusi atas masalah yang dialaminya. Pihak Carefour hanya bisa meminta maaf karena kelalaian petugasnya dan memberikan sepeda anak tersebut dengan harga diskon sebagai kompensasi atas kelalaian yang dilakukan (Mengobati kecewa ala Carefour,2008). Menurut Imrie, dkk., (2000, dalam Collier dan Bienstock, 2006) kualitas layanan menunjukkan perannya untuk menghasilkan loyalitas dan retensi konsumen, dimana hal tersebut penting bagi semua jenis penjualan termasuk penjualan secara *online*. Wen Fan, dkk., (2010) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting bagi penjualan *online* dan sebanyak 23% dari orang yang menerima pelayanan yang baik akan bercerita pada 10 orang lebih, jumlah tersebut akan meningkat sebesar 48% saat konsumen memiliki pengalaman buruk tentang pelayanan.

Pelanggan seharusnya dipandang sebagai mitra, kawan dan sumber informasi yang penting bagi perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya. Perusahaan yang cukup besar biasanya akan menyediakan media bagi pelanggannya untuk memberikan keluhan dan saran guna memperbaiki pelayanannya. Semakin luasnya arus informasi dan komunikasi, banyak konsumen berani memberikan keluhannya secara langsung ke perusahaan. Ketika pelanggan yakin bahwa keluhannya akan diterima, maka pelanggan akan cenderung mengungkapkannya pada perusahaan, tetapi ketika

pelanggan yakin bahwa keluhannya tidak akan di dengarkan dan tidak berarti bagi perusahaan, maka pelanggan akan diam dan tidak akan lagi berbelanja di tempat itu lagi.

Agar terjalin hubungan baik dengan pelanggan, hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah keterbukaan dan komunikasi baik hal yang baik maupun keluhan pelanggan. Pelanggan akan mengetahui bahwa perusahaan tidak hanya senang menerima pujian tetapi juga peduli pada keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan dianggap sebagai peluang penting bagi perusahaan untuk mengetahui reaksi pelanggan atas suatu pelayanan perusahaan dan produk yang ditawarkan. Penanganan keluhan yang baik, diharapkan pelanggan yang semula tidak puas berubah menjadi puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Pelanggan mengharapkan adanya perbaikan kinerja perusahaan terhadap kualitas produk yang dihasilkan maupun kinerja karyawannya.

Beberapa pelanggan yang sangat tidak puas terhadap produk atau jasa suatu perusahaan cenderung akan menuntut kerugian pada perusahaan, tetapi sebagian pelanggan enggan untuk menyampaikan karena mereka menganggap bahwa saat mereka melakukan complain kepada perusahaan, banyak prosedur yang harus di jalankan dan sangat menyita waktu mereka. Sebagai contoh, pelanggan akan enggan menyampaikan keluhan karena pembelian minuman kaleng yang kadaluarsa jika untuk menyampaikan keluhan mereka harus meluangkan waktu hanya untuk kembali ke supermarket dan mengikuti prosedur keluhan yang berlaku di perusahaan tersebut, padahal harga minuman kaleng tersebut tidak seberapa. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis ingin menjelaskan lebih dalam tentang strategi penanganan keluhan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam bisnis ritel

1.2 Pokok Bahasan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka pokok bahasan dalam makalah ini adalah :

- a. Bagaimana cara menangani pelanggan yang mengeluh?
- b. Bagaimana penanganan keluhan dapat meningkatkan kualitas layanan?

1.3 Tujuan Pembahasan

Tujuan yang ingin didapat dalam penulisan makalah ini adalah:

- a. Untuk mengetahui cara menangani pelanggan yang mengeluh.
- b. Untuk mengetahui penanganan keluhan dapat meningkatkan kualitas layanan.