

PROPOSAL

1. **Judul** : **Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada PT Pos Indonesia Palembang**
2. **Penelitian** : **Studi Kasus**
3. **Bidang Studi** : **Pemasaran**

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Industri jasa saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan berbagai jenis jasa dalam berbagai bidang kehidupan. Perkembangan dan industri jasa yang semakin besar yang didorong pula oleh kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi dan informasi. Oleh karena itu, industri jasa akan memainkan peranan penting pada masa mendatang. Jasa pengiriman barang adalah suatu industri jasa penunjang yang dibutuhkan oleh konsumen sekarang ini (Donorianto:1). Jasa pengiriman barang merupakan salah satu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dimana jasa tersebut mempermudah masyarakat yang menginginkan suatu barang dapat diterima oleh kerabatnya ataupun orang yang dituju walaupun jarak antara kedua belah pihak saling berjauhan.

Dalam kegiatannya, proses pengiriman barang dari suatu wilayah ke wilayah yang lainnya tidak selalu berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Hal tersebut pun maklum terjadi, mengingat penundaan pengiriman berdasarkan wawancara dengan Manajer Pelayanan Paket Pos PT Pos Indonesia cabang Palembang, tidak hanya terjadi karena *human error* saja akan tetapi juga faktor wilayah yang dituju khususnya ketika wilayah yang dituju merupakan wilayah yang jauh dari kota dengan medan tempuh yang susah untuk dilalui sehingga pada akhirnya proses pengiriman barang pun tertunda dari jadwal yang telah ditetapkan. Permasalahan dalam proses pengiriman barang tidak hanya terjadi karena medan tempuh saja akan tetapi juga karena penerima barang yang perusahaan jasa tuju tidak sedang berada dirumah padahal pengirim barang juga harus mengirimkan barang yang lain sesegera mungkin ke tempat lainnya sehingga penundaan barang pun terjadi.

Permasalahan-permasalahan yang terjadi pada proses pengiriman barang tersebut pada PT Pos Indonesia Cabang Palembang pada akhirnya berakhir pada pemberian komplain kepada perusahaan penyedia jasa pengiriman sebagai rasa kecewa atas penundaan pengiriman barang yang terjadi, mengingat pelanggan pengguna jasa telah membayar dan mempunyai pengharapan yang baik bahwa barang yang dikirim oleh perusahaan penyedia jasa pengiriman akan tiba tepat pada waktunya.

Adalah PT Pos Indonesia, merupakan salah satu badan usaha milik negara yang bergerak dibidang pengiriman surat maupun barang yang menjadi alternatif masyarakat untuk mengirimkan suatu barang ke suatu tempat yang dituju. Akan tetapi dalam pengiriman barang dari suatu tempat ke tempat lain terkadang timbul suatu masalah yang pada akhirnya menyebabkan para konsumen merasa dirugikan, salah satunya adalah ketika barang yang diterima dalam keadaan cacat atau tidak sempurna seperti yang diinginkan ataupun ketika barang yang dikirim tidak sampai pada waktunya sesuai jadwal yang telah ditetapkan, berikut adalah table dari keluhan yang diajukan oleh pelanggan pada PT Pos Indonesia Cabang Palembang pada tiga bulan terakhir tahun 2014.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Yang Menyampaikan Keluhan pada PT Pos Indonesia
Cabang Palembang selama tiga bulan tahun 2014

Bulan	Jumlah Pelanggan yang Menyampaikan Keluhan	Persentase
Januari	299	25,49%
Februari	256	21,82%
Maret	165	14,06%
April	170	14,49%
Mei	283	24,12%

Sumber : Manajer Pelayanan Surat Paket PT Pos Indonesia Cabang Palembang, 2014

Mengingat suatu permasalahan bisa terjadi kapan saja, maka PT Pos Indonesia harus menyiapkan strategi untuk membuat pengguna jasa tetap percaya dan selalu menggunakan jasa PT Pos Indonesia, salah satunya adalah penanganan keluhan pelanggan yang dijalankan oleh bagian *Costumer Service* baik melalui jalur telepon, pengaduan lewat internet ataupun bertemu secara langsung, selain itu juga PT Pos Indonesia cabang Palembang harus memastikan apakah pelayanan keluhan pelanggan yang diberikan telah berjalan efektif sesuai dengan *Standard Operational Procedure* untuk membuat pengguna jasa tetap selalu setia dalam menggunakan jasa PT Pos Indonesia, mengingat persaingan yang semakin ketat antara pesaing lain maka dibutuhkan komitmen yang kuat dari PT Pos Indonesia untuk tetap mempertahankan pelanggannya.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk membahas Laporan Akhir dengan judul “**Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada PT Pos Indonesia Palembang**”

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa masalah yang terjadi pada PT Pos Indonesia cabang Palembang, yaitu pada lima bulan terakhir ditemukan komplain dalam jumlah yang besar setiap bulan dan kebanyakan pelanggan yang melakukan komplain, pelanggan menggunakan fasilitas *Customer Service* sebagai cara untuk memberikan komplain. Berdasarkan masalah diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimanakan prosedur penanganan keluhan pelanggan pada PT Pos Indonesia Palembang?
2. Apakah prosedur penanganan keluhan pada PT Pos Indonesia Palembang telah berjalan efektif?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan Laporan Akhir agar tidak menyimpang ke permasalahan yang lain maka penulis hanya membatasi permasalahan:

1. Untuk mengetahui tentang prosedur penanganan keluhan pelanggan pada PT Pos Indonesia Palembang.
2. Untuk mengetahui apakah penanganan keluhan pelanggan telah efektif.

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana prosedur penanganan keluhan pelanggan pada PT Pos Indonesia Palembang serta untuk jalur-jalur penyelesaian yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan.

1.4.2 Manfaat

Manfaat di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Diharapkan dari penulisan Laporan Akhir dapat memberikan masukan bagi perusahaan sebagai bahan untuk perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Bagi Peneliti

- a. Menambah pengetahuan peneliti mengenai prosedur penanganan keluhan pelanggan
- b. Untuk mengetahui tahap-tahap serta penyelesaian permasalahan dalam menangani keluhan pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Diharapkan dari penulisan Laporan Akhir dapat memberikan masukan bagi perusahaan sebagai bahan untuk perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Bagi Peneliti

- a. Menambah pengetahuan peneliti mengenai prosedur penanganan keluhan pelanggan
- b. Untuk mengetahui tahap-tahap serta penyelesaian permasalahan dalam menangani keluhan pelanggan.

2. Landasan Teori

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang penting dalam usaha untuk membuat pelanggan tetap merasa nyaman dan betah dalam menggunakan jasa dari suatu perusahaan, jika perusahaan memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan tidak akan menjauh dan menggunakan jasa dari perusahaan lain. Adapun definisi pelayanan menurut Majid (2009:35), pelayanan adalah suatu tindakan nyata dan segera untuk menolong orang lain (pelanggan, mitra kerja, mitra bisnis, dan sebagainya), disertai dengan senyuman yang ramah dan tulus. Adapun pelayanan merupakan jasa yang didefinisikan oleh Philip Kotler (2000) dalam Ruslan (2006:281) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Sugiarto (2002:36), jasa merupakan

aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan. Sementara pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, penumpang, klien, pembeli, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.

Selain itu Majid mencoba menyederhanakan tahapan-tahapan layanan pelanggan sebagai suatu prinsip dasar yang terdiri atas tiga tahap, yang harus dihayati dan dikuasai oleh para pegawai, yaitu:

- a. Prinsip dasar utama (sebelum penjualan), berupa pemberian senyum, ucapan salam, dan sapaan.
- b. Prinsip dasar kedua (selama penjualan atau proses pembelian), berupa memperlihatkan kepedulian, memberikan tanggapan, memberikan bantuan, menuntaskan, dan mengucapkan terima kasih.
- c. Prinsip dasar ketiga (setelah penjualan/pembelian), berupa menerima keluhan pelanggan, menindaklanjuti, member solusi bukan janji, menyelesaikan dengan segera, akurat dan efektif, member kejutan yang menyenangkan, dan mengucapkan terima kasih.

b. Pengertian Keluhan Pelanggan

Alasan pelanggan mengeluh pada umumnya adalah karena mereka merasa tidak puas atas jasa yang diberikan sehingga berakibat pada pelanggan yang menuntut atas ketidakpuasan pelayanan yang diberikan seperti yang dikutip sebelumnya bahwa pelayanan merupakan aspek yang sangat penting untuk diberikan, jika pelayanan baik maka pelanggan akan mengapresiasi dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan atau sebaliknya, jika pelayanan tersebut buruk maka akan berakhir pada protes (ketidakpuasan) atau yang disebut sebagai komplain. Menurut Majid (2009:151) komplain adalah sesuatu yang manusiawi sebagai bentuk reaksi atas apa yang diterima yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan dan diharapkan.

Akan tetapi banyak hal yang menyebabkan pelanggan mengeluh atau tidak puas, yaitu:

- a. Pelayanan yang diharapkan dari kita tidak seperti yang mereka harapkan
- b. Mereka diacuhkan, misalnya dibiarkan menunggu tanpa penjelasan
- c. Tidak ada yang mau mendengarkan
- d. Seseorang berlaku tidak sopan atau tidak membantu mereka
- e. Tidak ada yang mau bertanggung jawab untuk suatu kesalahan
- f. Ada kegagalan komunikasi
- g. Dan lain-lain.

Dalam menangani komplain, perusahaan harus mengucapkan terima kasih karena pelanggan yang komplain masih memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk melakukan perbaikan kedepan agar kesalahan yang telah dilakukan tidak terjadi lagi. Hal itu pun sejalan dengan apa yang Irawan (2002:101) yang mana orang yang menangani komplain adalah *front-line staff*, dan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh *front-line staff* adalah sebagai berikut:

- a. Mengucapkan terima kasih

Sering kali mengucapkan terima kasih bukanlah hal yang sulit dilakukan, yang menjadi masalah apakah *front-line staff* mampu melakukannya dengan tulus. Gerakan tubuh dan pancaran sinar mata serta senyuman yang menyertai, adalah lebih penting dari sekedar kata-kata. Tak mengherankan, pengembangan *attitude* terhadap jajaran *customer service* sangatlah penting. Mereka perlu diyakinkan bahwa pelanggan yang complain ini masih memberikan kesempatan kedua.

- b. Mengucapkan maaf

Setelah mengucapkan kata terimakasih maka *front-liner staff* perlu juga untuk mengucapkan maaf, karena pada umumnya, setelah kata ini, emosi pelanggan yang komplain pastilah reda. Hanya pelanggan yang sungguh-sungguh marah dan mempunyai *problem* dengan *personality*, yang kemarahannya tidak reda mendengar kata-kata maaf.

c. Mencari informasi pelanggan

Penanganan komplain akan lebih efektif apabila kemudian *front-line staf* mampu mencari informasi dari pelanggan. Hal ini penting sebagai dasar untuk memberikan solusi yang tepat. Selain itu, informasi yang diperoleh akan sangat berguna bagi perusahaan untuk memperbaiki standar layanan atau langkah-langkah perbagikan secara internal dimasa mendatang. Pelanggan yang sudah mulai reda kemarahannya biasanya cukup mudah untuk diminta informasi lebih lanjut. Setelah itu pelanggan biasanya akan meminta kepastian bahwa perusahaan tidak akan melakukan hal ini lagi, jadi kata “terimakasih” dan “maaf” perlu diikuti dengan “kami berjanji hal tersebut tidak terulang kembali”.

d. Penanganan komplain yang cepat

Yang kemudian paling penting adalah langkah kongkret terhadap penanganan komplain, ini harus dilakukan secepat mungkin. Waktu adalah faktor penting dan sangat menentukan dalam penyelesaian komplain.

Menurut Tjipto dalam Arifani N. (2012:11) terdapat empat aspek dalam penanganan keluhan pelanggan, yaitu:

a. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, bila tidak maka situasi yang terjadi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu mendengarkan keluhan pelanggan dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut.

b. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan tersebut ditanggapi dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas dan besar kemungkinan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang setia.

- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan
Perusahaan harus memperhatikan tiap pelanggan yang menyampaikan keluhan yang ada. Pelanggan yang mengeluh terlebih dahulu harus segera diberikan tindakan pemulihan (*recovery*).
- d. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan
Hal ini sangat penting bagi pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya tentang pelayanan yang telah diterimanya.

c. Pengertian Pelanggan

Pelanggan adalah salah satu penunjang hidup perusahaan, jika tidak ada pelanggan maka perusahaan tidak akan bisa bertahan hidup, oleh karena itulah perusahaan hendaknya tetap selalu berusaha memberikan pelayanan yang maksimal untuk menarik pelanggan baru ataupun mencoba untuk mempertahankan pelanggan. Menurut Nasution (2001) dalam Majid (2009:12) menjelaskan pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performa kita atau perusahaan.

d. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu dalam upaya untuk tetap mempertahankan pelanggan, sebagai akibat dari proses pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik dalam kondisi tidak ada keluhan maupun ketika keluhan terjadi. Jika pelanggan tidak merasa puas atas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan, maka secara tidak langsung pelanggan akan mencari jasa yang lain untuk memecahkan masalah mereka.

Menurut Nasution (2001) dalam Majid (2009:49) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan mereka, maka

kita sebagai produsen atau pihak yang memberikan pelayanan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut.

Sedangkan Menurut Irawan (2002) dalam Majid (2009:48) terdapat beberapa hal yang membuat pelanggan merasa puas yaitu:

a. Kualitas produk

yang terdiri atas enam elemen, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reability*, *consistency*, dan *design*.

b. Harga

untuk pelanggan yang sensitif dengan harga, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

c. *Service quality*

Service quality bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia yang mana memegang kontribusi sekitar 70%.

d. *Emotional factor*

Pelanggan puas terhadap produk tertentu karena produk tersebut memberikan *emotional value* yang terpancar dari *brand image* yang baik.

e. Pelayanan Prima

Dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan setiap perusahaan memiliki cara tersendiri untuk menangani masalah tersebut salah satunya dengan melakukan pelayanan prima yaitu bagaimana cara membuat pelanggan merasa penting dan diistimewakan. Seperti yang dikutip oleh Barata (2003) dalam Majid (2009:59) mengatakan bahwa pelayanan prima atau *service excellence* merupakan pengembangan dari *customer care* dan *customer service*, dalam memberikan layanan terbaik bagi kepada pelanggan yang harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan yang optimal.

Akan tetapi terdapat beberapa hambatan yang terjadi organisasi/perusahaan dalam mendengarkan pelanggan, seperti yang dikutip oleh Cook (2004:96) bahwa

terdapat beberapa faktor penghambat organisasi menjadi dekat dengan pelanggannya yaitu:

- a. Pendapat dari pelanggan yang mengajukan komplain tidak dibandingkan dengan pendapat dari pelanggan yang tidak mengajukan komplain, padahal sebagian besar pelanggan tidak mengajukan keluhan.
- b. Opini dari kelompok pelanggan vokal sering kali menyebabkan organisasi mengabaikan kebutuhan pelanggan yang lebih luas.
- c. Adanya prasangka dalam organisasi, khususnya terkait dengan sindrom “kami telah melakukannya dengan benar dan ini yang diinginkan oleh pelanggan”.

Terdapat beberapa tujuan dasar mengapa perusahaan harus memberikan pelayanan prima kepada pelanggannya seperti yang dikutip oleh Ruslan (2006:288) tujuan dari pelayanan prima yang telah diberikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya.
- b. Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan atau keinginannya.
- c. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

f. Customer Service

Customer Service sebagai ujung tombak perusahaan dalam melayani pelanggan dan menjual produk atau jasa yang ditawarkan, merupakan divisi terdepan dalam memberikan service kepada pelanggan. Peran *Customer Service* sangat besar dalam perusahaan. Seorang *Customer service* dalam berhubungan langsung dengan pelanggan harus selalu bersikap ramah, sopan, bersedia mendengarkan apa yang dikatakan dan dinyatakan pelanggan, sabar dalam melayani dan tidak meangguhkan suatu pelayanan yang segera dapat dilakukan. Selain itu *Customer Service* juga harus mampu melayani setiap pertanyaan pelanggan. Dengan demikian diharapkan ia dapat mempertahankan pelanggan yang sudah tetap, juga dapat mengajak mereka yang belum menjadi pelanggan agar menjadi pelanggan. Fungsi dan tugas-tugas *Customer Service* harus benar-

benar dipahami sehingga dapat menjadikan tugasnya secara prima (Yanti, 2013:42).

Menurut Rahmayanty dalam Yanti (2013:42), Tugas pokok Customer Service adalah sebagai berikut:

- a. Membantu pelanggan untuk memberikan informasi dan formulir
- b. Membantu menyelesaikan pengaduan pelanggan
- c. Memperkenalkan produk-produk atau jasa-jasa perusahaan.
- d. Memberikan informasi mengenai fitur dan layanan perusahaan
- e. Mempertahankan pelanggan agar tetap setia pada perusahaan dan jua menari pelanggan yang baru.

g. Efektifitas Penanganan Keluhan Pelanggan

Penerapan penanganan keluhan pelanggan harus berjalan efektif agar dapat memecahkan permasalahan keluhan tersebut secara tuntas. Gorton dalam Karina (2012:34) menyebutkan bahwa terdapat 7 prinsip dalam penanganan keluhan pelanggan yang dapat dijadikan komponen pelayanan dan dapat dimengeti oleh setiap level organisasi, prinsip-prinsip tersebut, yaitu:

- a. Quality Improvement (Peningkatan Kualitas)

Penanganan pengaduan merupakan bagian yang penting dalam pendekatan peningkatan kualitas. Peningkatan kualitas merupakan proses sistematis dalam pelayanan yang secara kontinuitas dievaluasi dan ditingkatkan.

- b. Open Disclosure (Keterbukaan Menerima Pengaduan)

Elemen-elemen dari keterbukaan adalah pernyataan bersalah, penjelasan secara factual atas apa yang telah terjadi, konsekuensi potensial dan langkah yang diambil dalam mengatur peristiwa dan menceah kesalahan yang berulang.

- c. Commitment (Komitment)

Seluruh anggota organisasi memiliki komitmen yang tinggi untuk mengintegrasikan manajemen pengaduan dan keinginan untuk menyediakan kebutuhan yang diperlukan dalam proses pelayanan secara efektif.

d. Accessibility (Aksesibilitas)

Organisasi mendorong masyarakat dan pegawai untuk saling memberikan timbal balik dalam hal pelayanan dan membuat pelayanan semakin mudah untuk satu sama lainnya.

e. Responsiveness (Kemampuan Bereaksi)

Bentuk pelayanan dalam sebuah organisasi harus berorientasi kepada masyarakat, sebagai pihak yang berhak menerima pelayanan. Organisasi juga harus mau menerima pengaduan dan menyelesaikan pengaduan secara serius.

f. Transparency & Accountability (Transparansi dan Bertanggung Jawab)

Proses dalam penanganan pengaduan harus dapat dijelaskan secara baik, terbuka dan bertanggung jawab kepada pegawai dan masyarakat.

g. Privacy & Confidentially (Pribadi dan Kenyamanan)

Pelayanan dalam penanganan pengaduan mengutamakan pada sifatnya yang pribadi dan rahasia dari masyarakatnya dan informasi yang diterima selama proses pengaduan berlangsung, saat dalam pembuatan keputusan harus terbuka dan bertanggung jawab

3. Metode Analisis Data

a. Metodologi Penelitian

Menurut Yusi dan Idris (2010:6-7), adapun jenis data berdasarkan cara memperolehnya, antara lain:

1. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya, misalnya seseorang ingin mengetahui besarnya konsumsi masyarakat dengan cara melakukan wawancara langsung kepada penduduk setempat. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan data primer diperoleh dari wawancara dengan manajer pelayanan surat dan paket dan penyebaran kuesioner dibagian customer service PT Pos Indonesia cabang Palembang .

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Pada penulisan laporan akhir kali ini data sekunder diperoleh dari sumber tertulis tentang PT Pos Indonesia cabang Palembang dan data lainnya secara tertulis dari pihak lain.

b. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir adalah:

1. Riset Lapangan (*Field Research*), yaitu dengan melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan secara langsung dengan cara sebagai berikut:

- a. Wawancara (*interview*)

Dalam pengambilan data mengenai prosedur penanganan keluhan pelanggan pada PT Pos Indonesia Palembang adalah penulis lakukan dengan mewawancarai beberapa pegawai yang menangani bidang tersebut dan bagaimana penyelesaian yang diselesaikan kepada pelanggan.

- b. Kuesioner

Merupakan teknik pengambilan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada pelanggan mengenai keefektifitasan pelayanan pelanggan yang jalankan pegawai PT Pos Indonesia Palembang.

- c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dimana penulis mengumpulkan data-data secara dokumen mengenai prosedur penanganan keluhan pelanggan PT Pos Indonesia Palembang.

2. Riset Pustaka

Riset Pustaka penulis lakukan melalui membaca jurnal ilmiah, buku referensi, dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan untuk memperoleh data dan informasi yang penulis perlukan.

d. Teknik Analisis Data

Penyusunan informasi menjadi data yang valid membutuhkan teknik analisis data yang sejalan dengan informasi yang didapatkan, adapun tujuan teknik analisis data yang penulis lakukan adalah dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2013:5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada, sedangkan menurut Sugiono (2013:14) penelitian kualitatif dalam prosesnya adalah dengan memasuki obyek dengan cara membaca berbagai informasi tertulis, gambar-gambar, berfikir dan melihat obyek dan aktivitas orang yang ada disekelilingnya, melakukan wawancara dan sebagainya.

Penulis juga menganalisis data menggunakan metode kuantitatif yang mana merupakan data-data yang diperoleh penulis dinyatakan dalam bentuk angka sebagai hasil dari pengamatan dan pengukuran yang dapat ditunjukkan melalui presentase. Metode perhitungan terhadap data-data yang diperoleh yaitu pembagian kuesioner kepada pelanggan yang melakukan komplain pada PT Pos Indonesia cabang Palembang. Adapun rumus yang digunakan adalah:

Menurut Sugiono (2007:43):

$$e. P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan: f = frekuensi yang sedang dicari presentasinya

n = Number of Cases (jumlah frekuensi/banyaknya individu)

p = angka presentase

f. Sampel

Menurut Sugiyono (2007:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Adapun sampel yang penulis tuju adalah konsumen PT Pos Indonesia cabang Palembang.

Dikarenakan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penulis melakukan penelitian dengan menggunakan rumus menurut Roscoe. Adapun Roscoe dalam Sugiyono (2003:102-203) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel penelitian, yaitu:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

g. Skala Pengukuran

Adapun skala pengukuran yang penulis gunakan dalam penelitian adalah skala *Likert*. Dalam Yusi dan Idris (2009:78), *Rensesi Likert* di tahun 1932 telah mengembangkan sebuah skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan *skala likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dapat diukur. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik olah untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau

pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan *skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Pernyataan Positif

Sangat Setuju	(SS) = 5
Setuju	(S) = 4
Ragu-ragu	(R) = 3
Kurang Setuju	(KR) = 2
Tidak Setuju	(TS) = 1

Melalui skala nilai yang diperoleh dari kuesioner, penulis akan menghitung hasil kuesioner secara persentase, seperti yang dijelaskan oleh Yusi dan Idris (2009:80) bahwa secara persentase pengelompokan jawaban dari sebagai contoh 50 responden dapat dicatat sebagai berikut:

- a. 8 orang menjawab sangat setuju $= 8 / 50 \times 100\% = 16\%$
- b. 12 orang menjawab setuju $= 12 / 50 \times 100\% = 24\%$
- c. 15 orang menjawab ragu-ragu $= 15 / 50 \times 100\% = 30\%$
- d. 9 orang menjawab kurang setuju $= 9 / 50 \times 100\% = 18\%$
- e. 6 orang menjawab tidak setuju $= 6 / 50 \times 100\% = 12\%$

4. Sistematika Penulisan

Laporan Akhir ini ditulis dalam 5 (lima) Bab, dimana dalam masing-masing Bab tersebut penulis menggunakan sistematika pembahasan yang pada pokoknya mempunyai hubungan antara satu Bab dengan Bab lainnya. Secara sistematika isi dari Laporan Akhir ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup
- 1.4 Tujuan dan Manfaat
 - 1.4.1 Tujuan Penelitian
 - 1.4.2 Manfaat Penelitian
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Analisa Data
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

- 3.1 Sejarah Perusahaan
- 3.2 Visi dan Misi
- 3.3 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia Cabang Palembang
- 3.4 Aktivitas Perusahaan
- 3.5 Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang analisis mahasiswa terhadap prosedur penanganan keluhan pelanggan dan keefektifitasan dalam penerapannya berdasarkan penyebaran kuesioner.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

1.2 Saran

Daftar Pustaka

Lampiran

Jadwal Penyusunan Laporan Akhir

Adapun jadwal pembuatan Laporan Akhir yang akan penulisan lakukan adalah sebagai berikut:

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan Data	X	X	X													
2	Penyusunan Proposal				X	X	X										
3	Penyusunan Bab I						X	X									
4	Penyusunan Bab II						X	X									
5	Penyusunan Bab III								X								
6	Penyusunan Bab IV									X	X	X					
7	Penyusunan Bab V												X				
8	Editing Laporan Akhir													X	X	X	X
9	Penyempurnaan Laporan Akhir													X	X	X	X

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Majid, Abdul Suharto. 2009. *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sarah Cook. 2004. *Customer Care Excellence*. Jakarta: PPM
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Citra Books Indonesia.
- Afriani, Nurul. 2012. *Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan Oleh Instalasi Pemasaran dan Humas Rumah Sakit Umum Pusat Fatmawati*.
<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Flontar.ui.ac.id%2Ffile%3Ffile%3Ddigital%2F20320382-SNurul%2520Afriani.pdf&ei=AvorU4i1LYOrrAfy84CwAQ&usg=AFQjCNH4Si00ujY4xKWchQJJ0ecOSEsw3Q&bvm=bv.63316862,d.bmk>. diakses pada tanggal 15 Maret 2014
- Donorianto, DS. 2012. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan metode Servqual dan QDF di PT . Apas*.
<http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/tekmapro/article/download/295/242>. diakses pada tanggal 15 Mei 2014.

- Karin, Dina Karina. 2012. *Pengaruh Efektifitas Penanganan Pengaduan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Di Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kabupaten Tangerang*. Frepository.fisip-untirta.ac.id/53/1/SKRIPSI_Dina_Karina_Karin.pdf. Diakses pada tanggal 15 Juni 2014.
- Romadona, Eko. 2012. *Evaluasi Kinerja Komisi Pemilihan Umum Daerah Dalam Penyelenggara Pemilihan Umum Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah Kabupaten/Kota*. <http://repository.library.uksw.edu/handle/123456789/2563>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2014.
- S. Pohan. 2011. *Customer Service Dan Tingkat kepuasan (Suatu Studi Korelasional Antara Peranan Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Binjai*. Repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30668/6/Chapter%201.pdf. Diakses pada tanggal 20 April 2014.
- Yanti, Dwi Novel Putri. 2013. *Kualitas Komunikasi Pelayanan Customer Service Di PT Indosat TBK Balikpapan*. Ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/04/eJournal%20Dwi%20Novel%20Putri%20Yanti%20(04-16-13-03-58-35).pdf. Diakses pada tanggal 30 Juni 2014.