

BAB I

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang sangat pesat dan modern ini perusahaan seharusnya dapat menciptakan strategi pemasaran yang efektif. Perkembangan Industri jasa saat ini, banyak timbul persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Penerapan strategi pemasaran yang efektif adalah salah satu cara yang dilakukan agar perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan dituntut tidak sekedar menerapkan berbagai strategi saja tetapi perusahaan juga harus melakukan evaluasi terus menerus. Setiap perusahaan harus memperbaiki kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan memerlukan kegiatan pemasaran yang tepat dan terarah sasarannya, karena pemasaran merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan didalam memasarkan produk yang dihasilkannya.

Pemasaran sangat penting bagi suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar suatu yang bernilai satu sama lain. Pemasaran salah satu dari kegiatan pokok yang wajib dilakukan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan hidup dari bisnisnya guna mendapatkan laba yang maksimal. Manajemen pemasaran sangat diperlukan dalam menciptakan permintaan secara terencana melalui preferensi dan selera konsumen terhadap barang atau jasa yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Cara yang dilakukan perusahaan dengan menawarkan produk, agar produk tersebut dapat dikenal serta dapat diterima oleh konsumen. Upaya memperoleh pangsa pasar yang luas, diperlukan strategi bauran pemasaran yang dijalankan perusahaan mengenai produk, harga, lokasi dan promosi, atau yang dikenal dengan marketing mix.

Tingkat penjualan jasa apabila tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan maka konsumen akan menanggapi dengan keluhan. Hal ini pun

dipaparkan bahwa penanganan keluhan mempunyai strategi yang digunakan perusahaan untuk menyelesaikan dan belajar dari kegagalan jasa agar dapat mendirikan kembali kepercayaan di mata pelanggan. Suatu perusahaan wajib memberikan kepuasan pelanggan dalam hal menanggapi keluhan yang bermacam-macam bentuknya hingga tuntas. Keluhan sangat berpengaruh besar dalam kemajuan sebuah perusahaan. Keluhan yang terselesaikan dengan baik dan profesional akan berdampak positif nantinya bagi perusahaan, karena dengan begitu pelanggan tersebut merasa sangat dihargai pendapatnya. Tetapi, langkah baiknya kalau kita bisa mencegah keluhan itu terjadi dengan memperhatikan hal-hal yang sedetail mungkin dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sebelum mereka sendiri yang meminta.

Pelanggan diibaratkan urat nadi bagi suatu perusahaan, Peningkatan jumlah pelanggan akan menimbulkan kenaikan jumlah penjualan dan membentuk citra perusahaan menjadi semakin baik di mata pelanggan. Setelah melakukan pembelian produk atau menggunakan suatu pelayanan jasa, setiap pelanggan akan berbeda satu dengan yang lainnya. Respon yang diberikan pelanggan bermacam-macam ada yang puas, biasa saja, atau kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, menjadi tugas penting bagi perusahaan untuk memberikan sebuah pelayanan produk atau jasa yang baik kepada pelanggan. Jika keluhan dapat ditanggapi secara tepat dan tuntas, maka pelanggan akan semakin loyal untuk mempertahankan mereka agar tidak berpindah ke merek lain, dan citra positif perusahaan akan terbentuk melalui dari mulut ke mulut.

Penanganan keluhan pelanggan berkaitan dengan komunikasi antara organisasi bisnis dan pelanggan, baik itu kritik, masukan, saran atau keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Organisasi bisnis dituntut untuk memberikan jawaban atas keluhan pelanggan baik secara tertulis maupun secara langsung menghubungi pihak pelanggan. Hal tersebut guna menanggulangi kesalahpahaman dalam penerimaan informasi yang akan berdampak pada ketidaknyamanan kedua belah pihak. Maka dari itu, suatu perusahaan memiliki suatu taktik yang terencana sebagai 'ancang-ancang' dengan melalui

merespon komplain pelanggan yang berbeda-beda persoalannyaabahkan sering terjadi di dalam suatu perusahaan.

Keluhan yang diberikan oleh pelanggan berkaitan dengan umpan balik dari kualitas produk atau jasa yang digunakan oleh pelanggan. Semakin banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan, membutuhkan adanya perhatian extra bagi setiap perusahaan yang menerima keluhan dalam memperbaiki pembuatan produk atau jasa. Setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dengan cara menyediakan produk yang mutunya lebih baik dan harga yang relatif terjangkau. Kepuasan berkaitan erat dengan pemenuhan kubutuhan, keinginan dan harapan pelanggan agar kualitas pelayanan dapat diperoleh dengan mudah. Suatu jasa disebut berkualitas jika jasa tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.

Mengingat permasalahan bisa terjadi kapan saja, PT Semen Baturaja (PERSERO) adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang industri Semen. Strategi komunikasi yang dimiliki oleh PT Semen Baturaja memiliki strategi terencana dalam penanganan keluhan pelanggan dan pencapaian sebuah tujuan yang ditetapkan sehingga dalam realitas pelaksanaan dapat berjalan sesuai dengan strategi yang ada. Salah satunya seperti penanganan keluhan pelanggan yang dijalankan oleh bagian *Customer Care* baik melalui jalur telepon, pengaduan lewat internet ataupun bertemu secara langsung. Keluhan terjadi oleh kelalaian pihak ekspediter saat pengiriman, jadi PT Semen Baturaja hanya membantu proses penyelesaiannya saja. Namun, yang mengganti keluhan ke distributor tetap pihak ekspediter.

Dalam menangani keluhan pelanggan harus mengajukan keluhan ke bagian *Customer Care*, lalu bagian *Customer Care* akan merespon keluhan dengan membuat notadinas ke bagian Logistik terkait dengan kelalaian pihak ekspediter. Maka, perihal keluhan akan dibayar ganti langsung oleh pihak ekspediter ke distributor. Bagian Logistik akan memberitahu lewat *e-mail* pemberitahuan ke pihak ekspediter. Tahapan-tahapan dalam menangani keluhan pelanggan juga harus melakukan diskusi internal, melakukan survey

customer satisfaction level, handling customer complaint, reporting, dan evaluasi. Selain itu juga PT Semen Baturaja Palembang harus memastikan apakah pelayanan keluhan pelanggan yang diberikan telah berjalan efektif sesuai dengan *Standard Operational Procedure* untuk membuat para pelanggan tetap selalu setia dalam menggunakan jasa PT Semen Baturaja, mengingat persaingan yang semakin ketat antara pesaing lain, maka dibutuhkan komitmen yang kuat untuk tetap mempertahankan pelanggannya.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk membahas Laporan Akhir yang berjudul **“PROSEDUR PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA BAGIAN *CUSTOMER CARE* PT SEMEN BATURAJA (PERSERO) PALEMBANG”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah prosedur penanganan keluhan pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja Palembang?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis memberikan batasan-batasan agar pembahasan laporan yang akan dilakukan lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yang tertuju pada Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, ada pun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam pelaksanaan penelitian ini, ialah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberi kontribusi yang signifikan pada perusahaan yang berkaitan dengan penanganan keluhan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkuat teori-teori dalam bidang keluhan pelanggan dan sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan dengan Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan yang berhubungan dengan Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukkan kepada perusahaan dan memberikan informasi yang dalam hal ini berhubungan dengan Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademis dan peneliti mengenai Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Semen Baturaja (PERSERO) Tbk berada di Jalan Abikusno Cokrosuyoso, Kertapati, Palembang, Sumatera Selatan 30145.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan ada 2 (dua), yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016:137). Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan data primer diperoleh dari wawancara dengan Manager Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam laporan ini berupa data yang diperoleh dari beberapa sumber informasi seperti buku, internet, laporan, serta beberapa hasil penelitian yang telah ada (Sugiyono, 2016:137).

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan ada 2 (dua), yaitu:

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*)

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tertentu. (Esterbeg dalam Sugiyono 2016:231). Dalam pengambilan data

mengenai prosedur penanganan keluhan pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja, penulis lakukan dengan mewawancari beberapa pegawai yang menangani bidang tersebut dan bagaimana penyelesaian yang diselesaikan kepada pelanggan.

b. Dokumentasi (*Documentation*)

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

2. Studi Pustaka (*Library Research*)

Dalam riset kepustakaan ini, penulis mengambil data informasi yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang dibahas sebagai landasan teori dalam menganalisa masalah yang ada baik melalui buku-buku, artikel, internet, dan literature yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

1.5.4 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data-data yang diperoleh dari PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang penulis menggunakan metode analisis Kualitatif. Metode Analisis Kualitatif Menurut Sugiyono (2016:347) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada falsafat post positivisme/enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Data-data kualitatif merupakan data yang dapat dikaitkan dengan referensi buku-buku, internet atau sumber referensi lainnya.

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara berkesinambungan dari awal sampai akhir penelitian, baik dilapangan maupun diluar lapangan dengan

mempergunakan teknik seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (2007:139-140):

a. Reduksi data

Yaitu membuat abstraksi seluruh data yang diperoleh dari seluruh catatan lapangan hasil observasi wawancara dan pengkajian dokumen. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis data yang menajamkan, mengaharapkan hal-hal penting, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar sistematis serta dapat membuat satusimpulan yang bermakna. Jadi, data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan pengkajian dokumen dikumpulkan, diseleksi, dan dikelompokkan kemudian disimpulkan dengan tidak menghilangkan nilai data itu sendiri.

b. Penyajian data

Yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dalam pengambilan tindakan. Proses penyajian data ini mengungkapkan secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca dan dipahami, yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Data dapat menggambarkan bagaimana Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

c. Data yang sudah diatur sedemikian rupa (dipolakan, difokuskan, disusun secara sistematis) kemudian disimpulkan sehingga makna data dapat ditemukan. Namun, kesimpulan tersebut hanya bersifat sementara dan umum. Untuk memperoleh kesimpulan yang “grounded” maka perlu dicari data lain yang baru untuk melakukan pengujian kesimpulan tentatif tadi terhadap pelaksanaan manajemen pembelajaran Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

Dengan kegiatan mereduksi data dan penyimpulan terhadap hasil penelitian yang dilakukan memberikan kemudahan pembaca dalam memahami proses dan hasil penelitian tentang Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan pada bagian *Customer Care* PT Semen Baturaja (PERSERO) Palembang.

1.5.5 Tahapan-Tahapan Penelitian

1. Tahapan *Invention*

Tahapan ini adalah tahap pra lapangan, menurut Lexy Moleong (2012:186) menyebutnya dengan tahap orientasi, tahapan ini digunakan untuk mendapatkan deskripsi secara global dari obyek penelitian dan selanjutnya menghasilkan rancangan penelitian. Dalam tahapan ini terdapat enam tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti, yaitu:

- a. Menyusun perencanaan penelitian.
- b. Memilih lapangan penelitian.
- c. Mengurus perizinan penelitian.
- d. Menjajaki atau menilai keadaan tempat penelitian.
- e. Memilih dan memanfaatkan informan.
- f. Menyusun kelengkapan penelitian.

2. Tahapan *Discovery*

Tahapan ini adalah dalam tahapan eksplorasi secara terfokus sesuai dengan pokok permasalahan yang dipilih sebagai fokus penelitian, tahapan ini merupakan pekerjaan di lapangan di mana peneliti memasuki lapangan dengan melakukan interview, pengamatan, dan pengumpulan data serta dokumentasi. Setelah memperoleh data kemudian peneliti mencatat dengan cermat dan menganalisis data yang diperoleh dari lapangan secara intensif setelah memaksimalkan penelitiannya.

3. Tahapan *Explanation*

Pada tahapan ini peneliti menelaah kembali seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan,

dan pengumpulan data serta dokumentasi. Setelah itu peneliti mengorganisir kembali hasil yang telah ditelaah untuk dianalisis dengan mendiskripsikan data-data untuk mencari kesimpulan hasil penelitian.