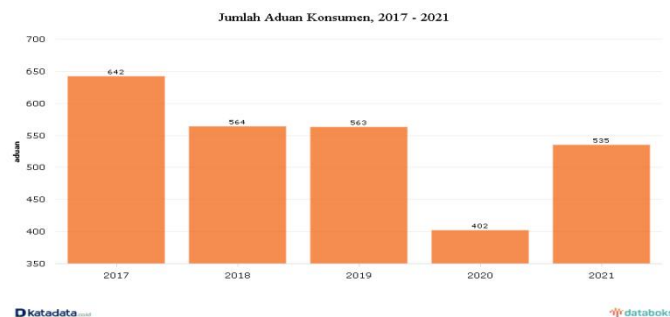


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa sekarang pelayanan prima disebut perusahaan salah satu bagian penting dari manajemen perusahaan. Tuntutan perusahaan untuk memberikan pelayanan service yang cepat dan informatif demi memenuhi standar pelayanan yang optimal dan maksimal sesuai dengan kebijakan perusahaan. Penyedia pelayanan barang atau jasa harus lebih fokus dalam memperhatikan kepuasan pelanggan sebagai bentuk untuk mendapatkan penilaian yang positif dari pelanggan. Pelayanan pelanggan menjadi ujung tombak perusahaan untuk dapat menjual produk-produknya.¹ Oleh sebab itu jika pelayanan perusahaan kurang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan tidak puas dan berakibat tidak loyal kepada perusahaan. Pelanggan yang tidak puas disebabkan oleh beberapa hal dan dapat menyebabkan komplain terhadap perusahaan. Komplain pelanggan wajib ditangani dengan sebaik-baiknya sebagai bentuk perbaikan oleh perusahaan dari ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa ataupun barang. Pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan jika keluhan tersebut ditanggapi dengan positif dan diperbaiki serta memiliki solusi.



Gambar 1.1

Jumlah aduan konsumen, tahun 2017-2021

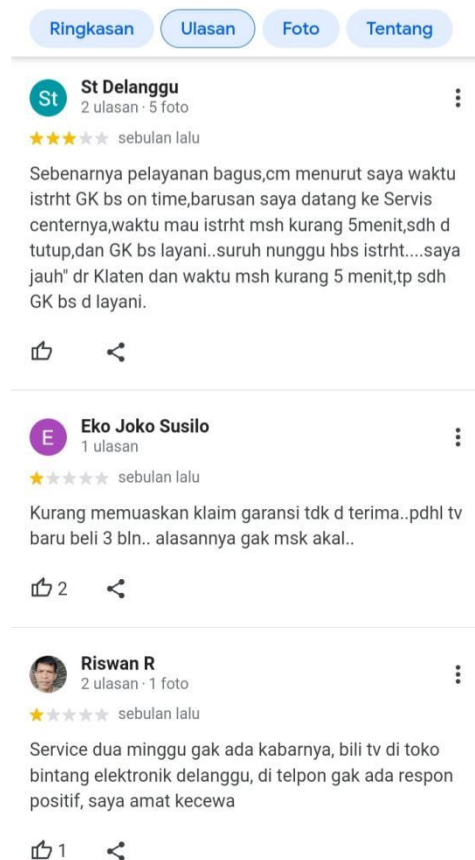
(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) jumlah keluhan konsumen ditahun 2021 mengalami peningkatan hingga 33% dari jumlah aduan

¹ Kasmir. *Customer Service Excellent : Teori dan Praktik*. (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2017), hlm. 18

ditahun 2020.² Aduan konsumen ditahun 2021 disampaikan 59% melalui telepon, 19% melalui WhatsApp, 11% melalui Instagram, 8% melalui Twitter dan 3% melalui Facebook.

Kemajuan teknologi pada saat ini semakin berkembang dengan pesat dan cepat. Kemudahan dalam menyampaikan keluhan terhadap suatu pelayanan jasa atau barang di media sosial semakin terekspose dan mudah diketahui khalayak umum. Penyampaian keluhan pelanggan melalui Google Review juga menjadi bahan perhatian seperti yang disampaikan beberapa pelanggan Polytron Service Center Solo melalui ulasan pada Google Maps.



Gambar 1.2

Ulasan Google Polytron Service Center Solo
(Sumber:Google Maps Polytron Service Center Solo)

Penyampaian keluhan di media sosial dan google review dapat menimbulkan persepsi masyarakat luas dalam menilai perusahaan. Keluhan pelanggan yang menjadi masalah tersebut akan menciptakan sebuah kasus komplain.

²Reza Pahlevi, "YLKI Catat 535 Aduan Konsumen Sepanjang 2021" (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/yلكi-catat-535-aduan-konsumen-sepanjang-2021> , Diakses pada 5 Oktober 2022, 17.58)

Dan kasus komplain ini akan menjadi konsumsi publik. Maka daripada itu penanganan komplain pelanggan sangat menjadi perhatian perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis. Perusahaan akan mengawasi, menganalisa dan mengevaluasi atas permasalahan yang terjadi untuk mempertahankan nama baik perusahaan. Perusahaan akan melakukan beberapa proses dalam penanganan komplain untuk mendapatkan kesepakatan bersama. Dalam penanganan komplain tersebut perusahaan melakukan beberapa strategi dan cara untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi dan menjadi kasus komplain pelanggan.

Negosiasi merupakan salah satu strategi yang tepat untuk menyelesaikan masalah serta mencari kesepakatan untuk kedua belah pihak yang memiliki perbedaan keinginan dan kebutuhan dalam mendapatkan hasil atau jalan keluar. Negosiasi atau mufakat merupakan proses untuk mendapatkan kepuasan bersama dengan diskusi dan tawar menawar. Bernegosiasi dengan pihak-pihak yang bersangkutan menjadi kunci untuk mendapatkan kesepakatan bersama. Kesepakatan dari proses negosiasi tersebut akan berhasil jika pihak yang bersangkutan saling aktif dalam menyampaikan persepsi dan keinginan masing-masing. Persepsi dari masing-masing pihak merupakan cara untuk melihat dan menganalisa akar permasalahan yang terjadi.

Negosiasi sering dilakukan perusahaan dalam menghadapi komplain pelanggan. Penerapan tersebut terlihat diberbagai perusahaan dalam penanganan komplain pelanggan seperti pada kasus publik figur Ratu Entok. Kasus tersebut mencuat saat Ratu Entok mengunggah kritikan terhadap pelayanan suatu brand toko furniture di akun youtube pribadinya. Dalam konten tersebut Ratu menjelaskan bahwa merasa dirugikan karena menambahkan item asuransi dalam struk pembelanjannya tanpa adanya konfirmasi terlebih dahulu. Dalam kasus ini terdapat proses negosiasi yang terjadi antara Ratu Entok dengan brand tersebut. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Ratu Entok di video klarifikasi. Video klarifikasi tersebut Ratu Entok menjelaskan, bahwa empat perwakilan dari manajemen brand tersebut datang ke rumah, untuk meminta maaf, memberi penjelasan atas permasalahan yang muncul serta meminta Ratu Entok untuk mentake down video kritikan tersebut.³ Dari kasus ini dapat dilihat bagaimana perusahaan melakukan

³ <https://www.youtube.com/watch?v=XSD659DVVNE> (diakses pada 22 Oktober 2022, 21.45)

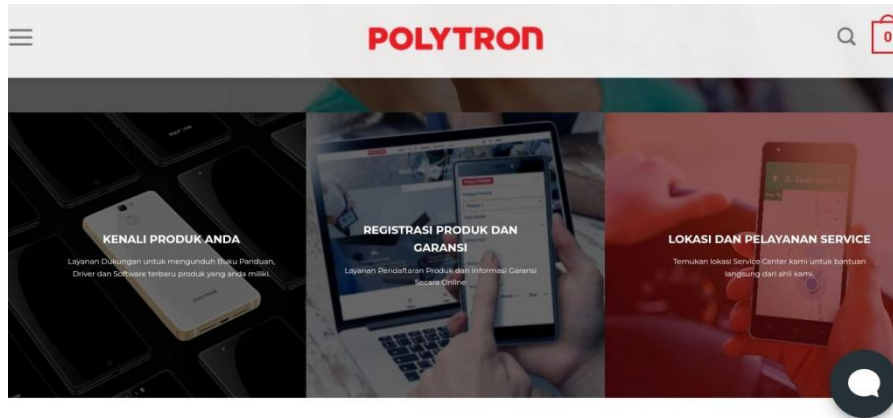
negosiasi untuk mempertahankan nama baik dan memutus persepsi negatif publik terhadap brand image. Fenomena kasus keluhan pelanggan sering terjadi dan melibatkan brand-brand ternama di Indonesia serta media.

Keluhan pelanggan akan sangat sering dihadapi beberapa perusahaan yang menyediakan jasa, seperti Polytron Service Center Solo. Banyak faktor yang menjadi pemicu munculnya keluhan pelanggan. Rata-rata pelanggan datang untuk memperbaiki produk elektronik merk Polytron yang rusak sebanyak lebih dari 700 aduan disetiap bulannya, Polytron Service Center Solo juga menjadi cabang yang paling banyak diarea perwakilan Yogyakarta.⁴ Jumlah aduan pada bulan Desember di Polytron Service Center Solo menjadi yang paling banyak diantara cabang lain yang sama satu perwakilan. Satu perwakilan yang terlibat adalah Klaten, Purwokerto, Solo, Yogyakarta. Pada bulan Desember jumlah aduan di Polytron Solo sebanyak 1170 aduan, dengan rincian aduan laporan konsumen langsung (indoor) sebanyak 877 aduan dan laporan konsumen kunjungan (outdoor) sebanyak 293. Sedangkan pada cabang Klaten hanya terdapat 390 aduan, pada cabang Purwokerto menerima sejumlah 519 aduan konsumen langsung (indoor) dan 293 aduan konsumen kunjungan (outdoor), sedangkan di cabang Yogyakarta terdapat 392 aduan konsumen langsung (indoor) dan 343 aduan konsumen kunjungan (outdoor).⁵

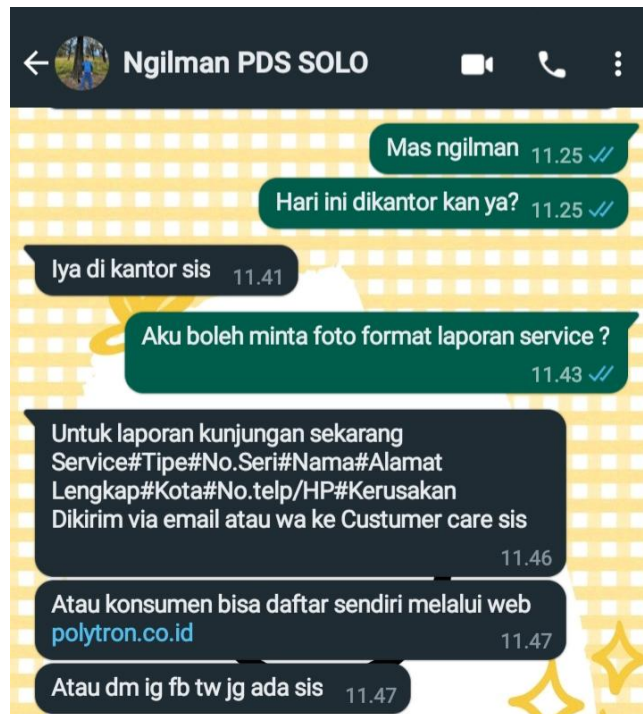
Kuantitas dari rata-rata pengunjung tersebut memungkinkan banyak komplain yang terjadi. Kepuasan pelanggan akan membuat pelanggan yang setia jika dalam penanganan keluhan berjalan dan berproses dengan baik. Polytron Service Center sendiri menyediakan layanan customer service yang memiliki tugas dan kewajiban untuk melayani pelanggan, memberi informasi, serta mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Customer Service Polytron Service Center Solo menjadi garda terdepan dalam upaya penanganan keluhan pelanggan. Beberapa layanan pelanggan sudah disediakan untuk menunjang menyampaikan keluhan pelanggan seperti Web, Call Center, WhatsApp, Instagram, Email dan Facebook.

⁴ Data Internal Perusahaan

⁵ Data Internal Perusahaan



Gambar 1.3
Menu Web Polytron
(Sumber : Dokumen pribadi)



Gambar 1.4
Format Laporan Service Via WhatsApp
(Sumber : Dokumen pribadi)

Customer service memegang peranan sangat penting di dalam upaya mempertahankan brand image yang sudah terbangun dengan baik. Customer service harus memiliki strategi komunikasi yang efektif sehingga dapat menangani keluhan pelanggan secara maksimal dan tentunya berorientasi pada

kepuasan pelanggan.⁶ Customer service merupakan bentuk sebuah kegiatan yang memiliki tujuan serta memberikan kepuasan terhadap pelanggan, melalui pelayanan jasa yang disediakan demi memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Customer service harus dapat menjalin dan menjaga hubungan pelanggan lama supaya tetap menjadi pelanggan perusahaan. Seorang customer service diwajibkan mengetahui produk knowledge serta mampu menyelesaikan jika terjadi permasalahan dengan pelanggan. Cara customer service dalam melayani pelanggan sangat mencerminkan bagaimana sikap perusahaan tersebut dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Untuk itu seorang customer service dituntut harus mampu bersikap tenang dalam situasi seburuk apapun, mendengarkan apa yang dikatakan pelanggan dengan baik, mampu mengambil tindakan secepat dan sebaik mungkin, dan mampu mengesampingkan terlebih dahulu ego dan tindakan yang dapat mengecewakan pelanggan supaya pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Keluhan pelanggan tentang perusahaan itu sendiri digunakan sebagai bentuk penilaian pribadi perusahaan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Bagaimana keluhan dari pelanggan tersebut dapat mengungkapkan kerentanan perusahaan. Keluhan pelanggan Polytron yang sering dijumpai di service center adalah seputar pelayanan dari teknisi, WIP spare part, kualitas produk dan pelayanan produk purna jual. Ketidakpuasan dari pelanggan Polytron Service Center Solo kerap kali mengunggah pada ulasan google, dimana ulasan tersebut dapat dilihat oleh masyarakat luas. Keluhan ini membutuhkan seorang negosiator yang baik untuk tetap bisa mempertahankan nama baik perusahaan dalam proses bernegosiasi. Seorang negosiator harus bisa membaca type pelanggan agar mengerti dan mengetahui gaya bicaranya untuk menciptakan suasana tidak kaku. Data dan informasi akan dikumpulkan oleh negosiator. Negosiator memiliki banyak peran dalam menentukan strategi mana yang akan digunakan. Seorang negosiator menengahi dan tidak memihak, supaya tidak ada rasa keberpihakan dalam proses negosiasi. Hal terakhir yang harus dilakukan adalah memenuhi perjanjian yang telah disepakati bersama-sama agar nantinya tidak ada masalah

⁶ Saputra & Wijoyo, "Strategi Penanganan Komplain Petugas Call Center untuk Mempertahankan Citra Transjakarta" Jurnal Pendidikan dan Konseling. Vol 4 No.4, 2022. hal.3.

dalam mengerjakannya. Dalam negosiasi ada kesepakatan tertulis dan tidak tertulis. Pelaksanaan kesepakatan ini akan menentukan keberhasilan negosiasi atau tidak.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka dari itu inti utama masalah yang akan diteliti adalah : “Bagaimana implementasi strategi negosiasi yang dilakukan dalam penanganan komplain pelanggan oleh customer service Polytron Service Center Solo?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk meninjau serta mengetahui bagaimana implementasi strategi negosiasi yang diterapkan oleh customer service ketika menghadapi dan melaksanakan negosiasi dalam penanganan komplain pelanggan di Polytron Service Center Solo

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis dari penelitian yang dilakukan diharapkan mampu mengembangkan tinjauan studi komunikasi khususnya konsentrasi Public Relations tentang implementasi strategi dan teknik negosiasi dalam menghadapi komplain pelanggan, dan sebagai sumber referensi untuk peneliti selanjutnya tentang strategi negosiasi penanganan komplain.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan akan memberi saran bagi beberapa customer service umum supaya dalam melaksanakan tugas dengan tujuan membangun citra perusahaan serta mempertahankannya dalam kasus menyelesaikan masalah atau keluhan pelanggan kepada pelayanan jasa yang melakukan langkah negosiasi, dan bukan hanya sekedar untuk mementingkan kemenangan perusahaan saja namun untuk memberikan kepuasan pelanggan dengan proses penanganan yang prima.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Setiap penelitian, seorang peneliti akan menerapkan cara pandang dengan paradigma yang berbeda-beda. Paradigma itu sendiri diartikan sebagai bentuk keyakinan dasar sebuah sistem filosofi utama, dan menjadi pedoman untuk pemandu seseorang dalam melaksanakan penelitian ilmiah untuk menuju pada kebenaran realitas dan fakta dalam disiplin ilmu tertentu.

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan berorientasi pada sebuah proses dinamis yang tidak terikat perlakuan tunggal yang ketat tetapi lebih fokus pada realitas yang terjadi.⁷ Paradigma yang bersifat alamiah dan natural akan sangat digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini dapat menjelaskan dan mengartikan bahwa fakta-fakta terjadi dalam suatu konteks sosio-kultural yang saling berkaitan satu dengan yang lain, oleh karena itu setiap kejadian sosial diungkapkan secara holistik. Perbuatan dan pengertian yang dianut sekelompok manusia dapat dipahami melalui lingkungan yang alamiah (natural setting). Paradigma ini melibatkan manusia sebagai instrument pengganti yang lebih memadai dan lebih objektif karena nonmanusia sulit diperlakukan secara luwes untuk mendapatkan berbagai realitas kehidupan.

1.5.2 Metode Penelitian

Dilihat dari uraian latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif analisis dengan tujuan untuk mendapatkan data serta informasi yang akan dikumpulkan oleh peneliti supaya data yang dihasilkan valid dan detail. Pada tahap penelitian, akan melaksanakan penelitian kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan fokus serta mengusahakan kualitas data yang diteliti dengan studi kasus yang akan diteliti. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial

⁷M. Syamsuddin, *Oprasionalisasi Penelitian Hukum* (Jakarta : PT Raja Grafindo,2007), hlm. 13-14.

dan masalah manusia.⁸ Penelitian kualitatif juga merupakan teknik penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁹

Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk menghasilkan pengertian yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari partisipan. Pengertian yang dihasilkan bukan ditentukan lebih dulu, namun dihasilkan setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang jadi fokus dari sebuah penelitian kemudian ditarik untuk mendapatkan kesimpulan. Penelitian yang dilaksanakan saat kondisi alamiah akan mempunyai sifat penelitian naturalistik.

Tujuan dari metode penelitian kualitatif deskriptif analisis untuk mendapatkan data dan informasi yang aktual secara runtut dan detail yang menggambarkan tanda-tanda yang ada, serta menganalisis masalah atau memberikan informasi dari kondisi dan praktek yang berjalan, melakukan perbandingan evaluasi, memutuskan dan mengetahui apa saja yang dilakukan orang lain dalam menangani masalah yang sama dan mampu mempelajari dari pengalaman mereka untuk menciptakan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

1.5.3 Subjek / Objek Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan subjek dan objek penelitian menjadi sumber untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Subjek pada penelitian ini adalah staff customer service, kepala service dan lima pelanggan dari Polytron Service Center Solo. Customer service dan kepala service menjadi subjek yang berkaitan langsung dengan operasional Polytron Service Center Solo. Subjek 5 pelanggan ini memiliki beberapa kriteria, seperti pelanggan pernah melakukan dua kali service, mengalami kendala yang berhubungan dengan garansi, memiliki kendala yang sering terjadi. Objek dari penelitian ini adalah strategi negosiasi yang diimplementasikan customer service dalam melakukan penanganan komplain pelanggan.

⁸ Noor, Juliansyah, *Metode Penelitian: skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2013), hlm 36.

⁹Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002).

1.6 Jenis Data

Data dalam penelitian ini dibedakan sesuai realitas dilapangan serta dari bahan pustaka. Data tersebut diartikan sebagai data primer atau data pokok dan yang kedua dinamakan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer merupakan data dari pengalaman setelah melakukan percobaan yang diperoleh langsung dari informan dengan menggunakan daftar pertanyaan-pertanyaan dan wawancara secara langsung dilapangan untuk mendapatkan data dan informasi tentang strategi negosiasi yang digunakan dalam penanganan komplain pelanggan oleh customer service Polytron Service Center Solo. Peneliti akan terjun secara langsung melakukan observasi dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder menjadi data yang tidak dicari informasinya sendiri dalam pengumpulannya oleh peneliti, akan tetapi berasal dari seperti lembaga penanganan keluhan, majalah, atau publikasi lainnya.¹⁰ Jadi data sekunder merupakan data yang dihasilkan dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya, artinya bukan berasal dari peneliti sendiri namun melalui satu atau lebih pihak. Maka dalam penelittian ini data sekunder yang digunakan berupa literatur-literatur ilmiah dan pendapat para informan tentang fenomena penanganan komplain pelanggan.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan menggunakan beberapa tahap untuk mengembangkan informaasi yaitu:

a. Wawancara

Wawanacara menurut Koentjaraningrat pengambilan informasi yang dilakukan dengan cara pencatatan atau notetulen, ada lima macam pencatatan yang dapat dilakukan yaitu memanfaatkan alat recording, pencatatan langsung, pencatatan dari ingatan, pencatatan dengan field

¹⁰Marzuki, *Metodologi Riset* (Jogjakarta: PT. Prasetia Widya Pratama,2002), hal. 56.

rating dan pencatatan dengan field coding. Wawancara Penelitian ini dilakukan dengan narasumber langsung baik secara online atau offline dengan pihak customer service, kepala service dan pelanggan.

Wawancara dapat dilaksanakan secara tatap muka langsung untuk mendapatkan informasi atau data diri responden. Pada penelitian ini, akan melaksanakan wawancara dengan pihak-pihak terkait yaitu staff customer service, kepala service dan lima pelanggan dalam menggali data dan informasi mengenai strategi yang digunakan customer service Polytron Service Center Solo dalam bernegosiasi saat menghadapi dan menangani keluhan pelanggan. Penelitian ini menggunakan model *in-depth interview*. Menggunakan cara tanya jawab dan bertatap muka antara peneliti dengan informan, dimana peneliti terlibat dalam kehidupan yang relatif lama.

b. Observasi

Observasi bermakna pengamatan, pengawasan, peninjauan, penyelidikan, dan riset.¹¹ Pengamatan proses dari awal hingga terjadinya kesepakatan hasil dari negosiasi merupakan bentuk observasi yang dilakukan peneliti. Ruang, waktu, pelaku, kegiatan, benda-benda atau alat, peristiwa, tujuan dan perasaan secara intensif dengan waktu yang tidak terbatas menjadi hal yang harus diperhatikan peneliti saat melaksanakan penelitian. Dalam tahapan ini peneliti mengamati dan mendalami secara detail terhadap proses negosiasi yang dilaksanakan, secara langsung atau tidak langsung sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan rekaman kejadian yang sudah dilalui dan dicatat. Dokumentasi dapat berupa gambar, tulisan, karya monumental dari seseorang. Pengumpulan data dan informasi dari sumber terkait dalam melengkapi hasil data yang sudah ada agar menjadi penelitian lebih valid merupakan bentuk dokumentasi dalam penelitian ini. Mencoba mendokumentasikan selama proses negosiasi

¹¹Hendro Darmawan, dkk, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap* (Yogyakarta: Bintang Cemerlang, 2013), hlm. 498.

melalui foto atau rekaman akan menjadi penunjang kualitas data yang dihasilkan.

1.8 Analisis Data

Analisis data merupakan bagian selanjutnya dari proses penelitian dalam mencari, mengumpulkan serta merumuskan kesimpulan dari hasil yang sudah dilakukan seperti wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, cara yang pertama dilaksanakan oleh peneliti adalah melakukan pengumpulan dari keseluruhan hasil wawancara yang dilaksanakan terhadap narasumber-narasumber, kemudian menyusun hasil hasil wawancara tersebut serta mencocokkannya dengan narasumber yang satu dengan yang lainnya dan selanjutnya mencocokkan dengan teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

Maka dalam penelitian ini data dan informasi yang diperoleh dilapangan akan diolah menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:¹²

1. Editing

Editing merupakan langkah seleksi untuk memeriksa kembali kepada sumber data yang sudah dikumpulkan.¹³ Data yang diperoleh dan dikumpulkan dalam bentuk buku catatan yang berisi daftar pertanyaan-pertanyaan kemudian dilakukan pembacaan kembali data yang sudah didapatkan.

2. Classifying

Mengelompokkan data dan informasi kedalam tabel-tabel serta menyusun angka-angka yang diperoleh supaya mudah dihitung berapa jumlah kasus yang terjadi. Pembagian kedalam tabel-tabel untuk diklasifikasikan.

3. Verifying

Verifying adalah langkah koreksi ulang pada data dan informasi yang telah dihasilkan dan diklasifikasikan tentang fenomena strategi negosiasi dalam penanganan komplain pelanggan, supaya validasi data yang telah terkumpul dapat diterima dan diakui kebenarannya oleh semua pembaca. Dalam langkah ini peneliti kembali menanyakan

¹²Fakultas Syariah UIN MALIKI Malang, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Tanpa Penerbit, 2013), hlm. 29.

¹³Husein Suyuti, *Pengantar Metode Riset* (Jakarta: Fajar Agung, 1989), hlm. 64.

kepada informan apakah data yang sudah dibuat dan diklasifikasikan sudah sesuai. Memastikan tidak adanya kesalah pahaman dalam menyampaikan dan menerima informasi.

4. Analiysing

Analisis merupakan sesuatu proses yang bersifat uraian, penguraian dan kupasan.¹⁴ Analisis data dengan tujuan untuk mengelompokkan dat serta informasi. Data yang dihasilkan akan banyak yang terdiri dari catatan lapangan dan tanggapan, gambar, foto, dokumen, biografi, artikel dan sebagainya. Fungsi dari analisis ini adalah untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikan.

5. Concluding

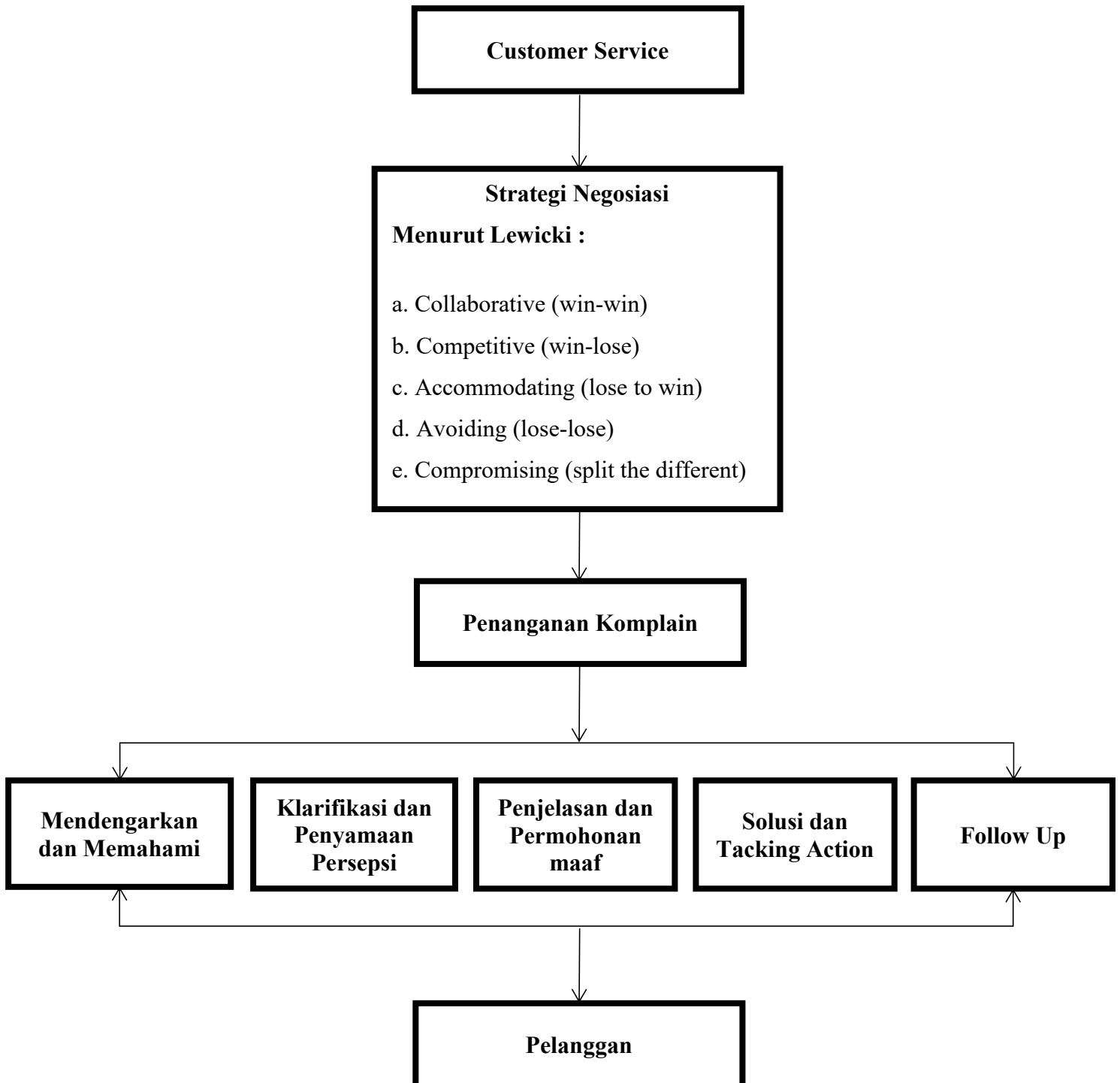
Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah pengambilan kesimpulan. Data dan informasi yang diperoleh dan diolah untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah. Simpulan merupakan bab terakhir yang berisi jawaban atas pertanyaan atau masalah penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil analisa data¹⁵ Pada tahap ini peneliti membuat kesimpulan-kesimpulan penting yang kemudian menghasilkan gambaran secara ringkas dan jelas tentang fenomena penanganan komplain pelanggan dengan strategi negosiasi yang terjadi di Polytron Service Center Solo.

¹⁴Darmawan, dkk, *Kamus*, hlm. 737.

¹⁵Jauhari, *Pedoman*, hlm. 42.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



1.9.2 Definisi Konsep

1. Strategi Negosiasi

Menurut Lewicki (2010), dalam melakukan negosiasi memiliki beberapa faktor, yaitu hasil dari negosiasi yang dilaksanakan serta hubungan negosiasi. Faktor-faktor ini akan memunculkan lima strategi dalam bernegosiasi :

a. Collaborative (win-win)

Strategi negosiasi collaborative atau sering diartikan sebagai win-win solution adalah bentuk teknik yang dapat menghasilkan keuntungan untuk pihak-pihak yang sedang melakukan negosiasi karena kedua belah pihak mendapatkan atau mencapai keuntungan bersama.

b. Competitive (win-lose)

Strategi negosiasi competitive yang sering disebut win-lose suatu strategi yang dilakukan untuk lebih mengesampingkan hubungan kerjsa sama dan mementingkan hasil negosiasi.

c. Accommodating (lose to win)

Strategi negosiasi accommodating atau lose to win menjadi teknik yang dilakukan jika lebih mengesampingkan hasil dari negosiasi dan memntingkan hubungan hubungan kerjasama.

d. Avoiding (lose-lose)

Strategi Avoiding atau lose-lose strategi ini jarang digunakan namun dapat bermanfaat pada kondisi tertentu. Cara ini jarang dilakukan oleh seorang negosiator karean tujuan dari strategi ini tidak ingin rugi akan tetapi menghindari kerugian.

e. Compromising (split the different)

Strategi compromising atau split the different ini adalah suatu bentuk kumpulan dari strategi-strategi negosiasi yang memiliki tujuan memperhitungkan serta menganalisa efek dari negosiasi yang melingkupi hubungan kerjasama dan keuntungan yang dihasilkan dari negosiasi tersebut

2. Penanganan Komplain Pelanggan

Berbagai strategi yang dapat dipakai untuk mengatasi keluhan pelanggan untuk memberikan kepuasan optimal kepada pelanggan, meningkatkan loyalitas terhadap pelayanan jasa dan produk, dan pada akhirnya memberikan keunntungan kepada kedua belah pihak. Secara garis

besar sebuah penanganan sebuah keluhan dapat dibagi menjadi 5 tahap dengan penjelasan dibawah ini (Thomas S. Kaihatu, 2015):

Tahap 1 : Mendengarkan dan Memahami

Salah satu kunci yang penting dalam menangani pelanggan adalah “mendengarkan”. Mendengarkan menjadi proses untuk mengerti dan menangkap segala informasi apa yang menjadi kegelisahan dan kebutuhan pelanggan. Setelah mendengarkan selanjutnya adalah proses memahami komplain yang disampaikan sehingga menciptakan persepsi yang sama dari sudut pandang yang sama.

Tahap 2 : Klarifikasi dan Penyamaan Persepsi

Kelanjutan dari proses mendengarkan dan memahami adalah proses klarifikasi. Proses ini untuk meminimalisir kesalahan perusahaan dalam penanganan keluhan. Pembahasan menjadi tahap dalam proses klarifikasi yang harus menjadi perhatian.

Tahap 3 : Penjelasan dan Permohonan Maaf

Pada tahap ini pihak perusahaan melakukan penjelasan terhadap penyebab ketidakpuasan pelanggan dari sudut pandang perusahaan. Pembahasan diplomatis sangat diperlukan dalam proses ini. Proses penjelasan ini diikuti oleh permohonan maaf dari pihak perusahaan. Permohonan maaf yang baik adalah permohonan maaf atas situasi yang terjadi, bukan meminta maaf atas kesalahan perusahaan.

Tahap 4 : Solusi dan Taking Action

Langkah selanjutnya adalah pengambilan solusi. Setelah keluhan disampaikan, dipahami, serta diklarifikasi maka akan di kategorikan. Kategori dalam keluhan sangat bervariasi tergantung dengan kebijakan dari perusahaan. Salah satu bentuk pengkategorian keluhan adalah keluhan ringan, sedang, hingga keluhan berat.

Tahap 5 : Follow Up

Tahap terakhir dalam penanganan komplain pelanggan adalah proses follow up, dimana proses ini merupakan tahap yang sering dilupakan oleh perusahaan. Perusahaan harus menjalin hubungan dengan pelanggan yang pernah mengajukan keluhan. Keluhan pelanggan yang sudah ditangani sangat penting jika pihak perusahaan melakukan follow up kembali dengan tujuan pembangunan hubungan yang baik dengan pelanggan.