

## UPAYA *CUSTOMER RELATIONS* DIVISI OPERASIONAL DALAM MENGELOLA KELUHAN PELANGGAN DI PT. INDOKITA MAKMUR

Anggun Roro Asih  
([anggundinia25@gmail.com](mailto:anggundinia25@gmail.com))  
Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari  
([ngak.kurniasari@budiluhur.ac.id](mailto:ngak.kurniasari@budiluhur.ac.id))

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BUDI LUHUR

### **ABSTRACT**

*Customer Relations is carried out as one of the external Public Relations activities which deal directly with customers or the company's external public. In addition to selling products, the company also pays attention to the service system to customers. Because of the effort Customer Relations must be run for give satisfying service to customers. This study aims to determine the efforts of the Operational Division's Customer Relations in managing customer complaint of PT. Indokita Makmur. Research in this study using the concept of excellent service with elements of A6 Attitude, Ability, Appearance, Attention, Action, and Accountability. The paradigm used in this study is the constructivist paradigm using qualitative descriptive methods. Data collection is done by using in-depth interviews and observation techniques. The subject of this research is the Operational Division of Customer Relations and the object of this research is an effort to managing customer complaint. The results of this study are the efforts made by the Operations Division in managing incoming customer complaints are managed well, namely the Operations Division has focused on providing the best service to customers based on the A6 excellent service concept which has been applied in handling customer complaints at PT. Indokita Makmur. In this case, it can be said that efforts in managing customer complaints at PT. Indokita Makmur is carried out by the Operations Division which carries out efforts that are guided by or refers to the concept of excellent service with 6 things that are well implemented in dealing with and handling customer complaints so that they can be resolved.*

**Keywords:** *Efforts, Customer Relations, Customer Complaint, Customer*

### **PENDAHULUAN**

PT. Indokita Makmur merupakan perusahaan agen distributor tunggal yang bergerak dalam bidang penjualan alat bantu kegiatan pada bidang perhutanan, pertanian dan perkebunan untuk produk mesin gergaji bermerek STIHL yang di Import dari negara German. Kehadiran PT. Indokita Makmur sebagai satu-satunya agen distributor tunggal penjualan alat-alat bantu kegiatan perhutanan, pertanian dan juga perkebunan bermerek STIHL di Indonesia tersebut sebagai upaya untuk mempermudah masyarakat dan juga perusahaan yang memiliki kegiatan-kegiatan tersebut dalam mencari alat-alat kebutuhan.

PT. Indokita Makmur dalam menjalankan bisnis tersebut, memiliki keterkaitan erat dengan pelanggan yang di mana pelanggan menjadi salah satu bagian penting di dalam perusahaan dan tidak terlepas dari adanya permasalahan keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan di PT. Indokita Makmur diketahui mengalami peningkatan jumlah keluhan pelanggan di setiap tahunnya yang di mana untuk tahun 2019 jumlah keluhan pelanggan sejumlah 504 kasus keluhan dan untuk tahun 2020 jumlah keluhan pelanggan sejumlah 535 kasus keluhan yang di mana terjadi peningkatan. Peningkatan jumlah keluhan pelanggan tersebut dikarenakan tahun 2020 memasuki masa pandemi *Covid-19* yang di mana pekerjaan serba diminimalkan sehingga untuk kebutuhan pelanggan menjadi tersendat hingga menimbulkan keluhan

pelanggan yang umumnya adalah masalah pengiriman barang tidak tepat atau lama, kualitas produk, servis mesin produk, pemesanan yang tidak cepat, masalah PO dan lain lain.

PT. Indokita Makmur yang bergerak pada bidang penjualan produk bermerek STIHL, memiliki beberapa pesaing produk yang serupa seperti *Tasco, Bossch, Yamamoto, Firman, Newwest, Husqvarna, Hyundai, Makita* dan lain-lain. Dalam hal ini, merek pesaing tersebut memiliki beragam penawaran harga dalam pemasarannya dan juga diketahui memiliki perbandingan harga yang cukup jauh dari harga produk STIHL. Selain itu, PT. Indokita Makmur memiliki daya beli masyarakat yang cukup stabil yakni pada setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah pelanggan yaitu pada tahun 2019 sejumlah 19.318 dan tahun 2020 terjadi peningkatan yaitu sejumlah 21.096.

PT. Indokita Makmur sudah menjalankan bisnis tersebut selama lebih dari 30 tahun yang di mana sudah memiliki banyak pelanggan pengguna produk merek STIHL karena dipercayai memiliki kualitas produk yang tinggi di tengah banyaknya perusahaan lain yang sudah hadir dengan merek produk serupa. Dalam hal ini, dapat diketahui PT. Indokita Makmur memiliki jumlah pelanggan yang stabil dikarenakan kelayakatan pelanggan terhadap perusahaan atau terhadap produk merek STIHL yang tinggi. Namun hingga saat ini, PT. Indokita Makmur tetap tidak terlepas dari adanya keluhan pelanggan karena disetiap tahunnya jumlah keluhan pelanggan terus mengalami peningkatan. Dengan kata lain, walaupun PT. Indokita Makmur sudah berdiri lama namun keluhan pelanggan masih terjadi sampai saat ini.

PT. Indokita Makmur memiliki Divisi Operasional untuk menjalin hubungan secara langsung dengan publik eksternal yakni pelanggan. Karena berhubungan langsung dengan pelanggan, harus dapat menghargai, mendengarkan, melayani, memberikan informasi, memberikan solusi dan mengatasi setiap keluhan pelanggan yang terjadi. Maka dari itu, Divisi Operasional di PT. Indokita Makmur juga menjadi salah satu yang bertanggung jawab dalam menangani berbagai macam keluhan pelanggan. Karena PT. Indokita Makmur memiliki daya beli produk yang cukup baik dan produk merek STIHL sudah banyak terjual di seluruh wilayah di Indonesia, sehingga keluhan pelanggan menjadi permasalahan penting bagi perusahaan yang harus cepat ditangani karena jika tidak akan berdampak besar bagi perusahaan. Keluhan-keluhan yang disampaikan pelanggan tersebut bisa menjadi ancaman bagi perusahaan.

Keluhan pelanggan yang terjadi harus segera ditangani dengan baik oleh adanya upaya *Customer Relations* yang nantinya bisa menjadi faktor dari kesuksesan perusahaan karena telah berhasil dalam melihat dan memperhatikan masalah yang terjadi mengenai keluhan pelanggan sehingga pelanggan tersebut merasa puas karena keluhan tersebut dapat dikelola dengan baik. Kepuasan pelanggan sendiri harus diutamakan karena menjadi salah satu bagian dari *Public Relations* yaitu hubungan pelanggan (*Customer Relations*) yang harus ada di dalam perusahaan, karena berkaitan dengan pelanggan di dalam perusahaan.

Konsep pelayanan prima yang diterapkan dengan baik oleh perusahaan ketika mengelola keluhan pelanggan sangat penting diterapkan dengan harapan terciptanya jenis loyalitas premium atau loyalitas tinggi dari pelanggan terhadap perusahaan dan juga untuk mempertahankan jumlah pelanggan dalam tahun-tahun berikutnya. Sehingga dalam hal ini, PT. Indokita Makmur walaupun memiliki jumlah keluhan pelanggan yang meningkat pada setiap tahunnya, namun tetap bisa mempertahankan dengan baik jumlah pelanggan ditengah persaingan bisnis serupa yang sudah semakin banyak dan dengan harga yang memiliki perbandingan signifikan. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana upaya *Customer Relations* Divisi Operasional dalam mengelola keluhan pelanggan di PT. Indokita Makmur

## KERANGKA TEORI

Kerangka teoritis dalam penelitian ini memaparkan beberapa teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu upaya dalam mengelola keluhan pelanggan di PT. Indokita Makmur.

### **Public Relations**

Howard Honham mengatakan bahwa *Public Relations* adalah suatu fungsi *management* yang menilai sikap publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi / badan.<sup>1</sup> *Public Relations* di PT. Indokita Makmur sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan, lebih banyak menekankan kepada aktivitas *Public Relations* yang memang tidak terfokus hanya dalam penjualannya saja, namun juga berkembang pada kegiatan *relationship* yakni menciptakan hubungan yang harmonis.

### **Peran dan Fungsi Public Relations**

Memperdalam kepercayaan publik menjadi salah satu fungsi dan peran dari *Public Relations* di dalam perusahaan dan menjadi suatu hal yang harus diperhatikan. Karena dengan adanya *Public Relations* yang dijalankan di dalam perusahaan menjadikan fungsi manajemen yang direncanakan dapat berjalan dengan lancar. Terdapat 3 fungsi *Public Relations* menurut Edward L. Bernay yakni memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan persuasif untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung, dan berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan / lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.<sup>2</sup> Selain fungsi juga terdapat peran *Public Relations* disampaikan menurut Dozier & Broom yakni Penasehat ahli (*Expert prescriber*), Fasilitator komunikasi (*Communication fasilitator*), Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem solving process fasilitator*), dan juga Teknisi komunikasi (*Communication technician*)<sup>3</sup>

### **Hubungan Eksternal Public Relations**

Dalam kegiatannya, *Public Relations* memiliki 2 hubungan kegiatan yaitu hubungan internal dan eksternal. Baik hubungan internal maupun eksternal, keduanya masing-masing memiliki hubungan dengan kegiatan *Public Relations*. Dalam penelitian ini, menekankan pada hubungan eksternal yang dimana *Public Relations* memiliki hubungan dengan publik eksternal dalam hal menciptakan hubungan yang baik dengan khalayak sehingga dalam hal ini, menekankan pada kegiatan eksternal *Public Relations* yang dilakukan adalah *Customer Relations* yang dijalankan oleh Divisi Operasional PT. Indokita Makmur karena lebih berkaitan erat dengan pelanggan atau dengan kata lain Divisi Operasional adalah bagian yang dipilih dalam menghadapi pelanggan khususnya dalam mengelola keluhan pelanggan

### **Customer Relations**

Menurut Ruslan mengatakan mengenai bahwa *Public Relations* membawahi *Customer Relations* di sebuah perusahaan merupakan ujung tombak yang akan berhadapan langsung dengan pihak publik sebagai pelanggan atau konsumennya, sehingga yang bersangkutan tidak hanya mampu bertindak sebagai komunikator atau mediator, dan sekaligus berupaya menciptakan citra bagi perusahaan atau nama produknya, tetapi juga memiliki sikap atau acuan

---

<sup>1</sup> Zainal Mukarom., Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relations (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), Hlm. 45.

<sup>2</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017), Hlm. 18.

<sup>3</sup> *Ibid*, Hlm. 18.

mengenai kiat pelayanan yang unggul.<sup>4</sup> Sehingga definisi dari *Customer Relations* adalah suatu usaha dari perusahaan untuk dapat membangun hubungan dengan pelanggan yang bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik dan menjaga hubungan harmonis kepada pelanggan untuk jangka waktu panjang.

*Customer Relations* memiliki tujuan seperti yang disampaikan oleh Seitel yaitu:

1. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada
2. Menarik pelanggan baru
3. Pemasaran / pengenalan produk atau jasa baru
4. Memfasilitasi penanganan pelanggan keluhan, dan mengurangi biaya, hubungan pelanggan yang dilakukan dengan berbagai cara, termasuk tur pabrik, iklan, film, pameran, publisitas, brosur, dan acara khusus.<sup>5</sup>

Sehingga dalam hal ini, PT. Indokita Makmur dalam menjalankan bisnis berkaitan erat dengan pelanggan. Sehingga Divisi Operasional harus dapat menjaga loyalitas pelanggan karena pelanggan di dalam setiap perusahaan akan menjadi suatu hal yang penting karena sebagai aset dalam menghidupkan perusahaan. Dalam hal ini, keluhan pelanggan tidak terlepas di dalam perusahaan yang berkaitan dengan pelanggan.

### **Keluhan Pelanggan**

Keluhan pelanggan adalah sebuah bentuk feedback dari pelanggan baik itu positif maupun negatif. Keluhan pelanggan bisa menjadi sebuah informasi maupun sebuah motivasi bagi perusahaan agar kedepannya bisa lebih baik. Sehingga harus adanya upaya yang cukup baik dalam mengelola keluhan pelanggan yang terjadi. Salah satunya seperti yang disampaikan oleh Fatihudin dan Firmansyah yang mengatakan bahwa dalam mengelola keluhan pelanggan terdapat tahapan yaitu:

1. Mendengarkan dengan baik,
2. Biarkan mereka berbicara,
3. Meminta maaf yang tulus,
4. Tanyakan pada mereka bagaimana Anda bisa memperbaikinya, dan lakukan terima kasih
5. Meyakinkan mereka Anda akan memperbaiki masalah,
6. Berterima kasih kepada pelanggan.<sup>6</sup>

### **Konsep Pelayanan Prima**

Menurut Ratminto, mengemukakan bahwa setiap organisasi idealnya memiliki rumusan atau kriteria *Excellent Service* tertentu sebagai acuan dalam pemberian pelayanan yang *Excellent*.<sup>7</sup> Hal tersebut semakin diperjelaskan oleh Ratminto bahwa pelayanan prima dapat disebut juga *Service Excellence* yang menjadi sebuah standar pelayanan. Dalam hal ini, perusahaan setidaknya harus memiliki standar pelayanan terbaik kepada pelanggan khususnya dalam mengelola keluhan pelanggan yaitu pelayanan prima.

Menurut Rangkuti, bahwa pelayanan prima (*Excellent Service / Customer Care*) pada hakikatnya berarti pelayanan yang maksimal, atau pelayanan yang terbaik, dan merupakan

---

<sup>4</sup> *Ibid*, Hlm. 288.

<sup>5</sup> M. Akbar Fikri., *et. al.*, *Public Relations*, (Bantul: Penerbit Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY, 2021), Hlm. 149.

<sup>6</sup> Didin Fatihudin., Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, (Sleman: Deepublish, 2019), Hlm. 225-226.

<sup>7</sup> Ratminto., *et. al.*, *Pelayanan Prima : Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z*, (Yogyakarta: UGM Press, 2018), Hlm. 212.

faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan.<sup>8</sup> Dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan, dapat diharapkan mendapatkan pengakuan dari publik terkait pelayanan yang diterimanya dan juga dapat diharapkan kepuasan dari pelanggan.

Menurut Barata (2003) yang mengatakan bahwa dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan eksternal, diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.<sup>9</sup> Dalam hal ini, konsep pelayanan prima bisa dijadikan pedoman dalam memberikan pelayanan terbaik maupun dalam mengelola berbagai permasalahan khususnya keluhan pelanggan dengan ke 6 unsur di dalam konsep pelayanan prima menurut Barata yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*),  
Yaitu pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *Public Relations* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi/ perusahaan.
2. Sikap (*Attitude*),  
Yaitu perilaku atau perangai yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan.
3. Penampilan (*Apperance*),  
Yaitu penampilan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
4. Perhatian (*Attention*),  
Yaitu kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun atas saran dan kritiknya
5. Tindakan (*Action*),  
Yaitu berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
6. Tanggung Jawab (*Accountability*).  
Yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.<sup>10</sup>

Karena disemua unsur konsep pelayanan prima tersebut sangat bermanfaat dalam menghadapi pelanggan agar dapat tercipta loyalitas pelanggan kepada perusahaan khususnya dalam menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang merupakan pengetahuan dapat digambarkan sebagai hasil atau konsekuensi dari aktivitas manusia, pengetahuan merupakan konstruksi manusia tidak pernah dipertanggung jawabkan sebagai kebenaran yang tetap tetapi merupakan permasalahan dan selalu berubah. Artinya, bahwa aktivitas manusia itu merupakan aktivitas mengonstruksi realitas, dan hasilnya tidak merupakan kebenaran yang tetap, tetapi selalu berkembang terus.<sup>11</sup>

Paradigma ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, sekaligus berusaha memahami dan mengonstruksikan sesuatu yang menjadi pemahaman subjek yang akan diteliti. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini

---

<sup>8</sup> Freddy, Rangkuti., *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), Hlm. 289.

<sup>9</sup> Atep Adya Barata, *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Kopetindo, 2003), Hlm. 23-24.

<sup>10</sup> *Ibid*, Hlm. 27.

<sup>11</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), Hlm. 49.

adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).<sup>12</sup>

Penelitian mengenai upaya *Customer Relations* Divisi Operasional dalam mengelola keluhan pelanggan di PT. Indokita Makmur menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan variabel yang lain. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.<sup>13</sup> Dalam hal ini, menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, karena sumber data yang dihasilkan akan lebih luas.

Peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian berdasarkan teknik pengumpulan data yang didapatkan dari data primer yang meliputi hasil observasi, wawancara mendalam dengan *Key Informan* dan *Informan* di PT. Indokita Makmur serta data sekunder yaitu dokumentasi tertulis maupun tidak tertulis. *Public Relations* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan publik atas suatu hal yang berkaitan pada kegiatan perusahaan dan juga memiliki tujuan yaitu saling pengertian. *Customer Relations* didefinisikan sebagai suatu fungsi *Public Relations* yang di mana berkaitan dengan publik eksternal perusahaan atau pelanggan. Tujuannya adalah untuk menjaga hubungan baik dalam jangka panjang dengan pelanggan agar pelanggan dapat selalu loyal terhadap perusahaan.

Peneliti menggunakan teknik analisa data dengan proses reduksi data, penyajian data dan juga kesimpulan (verifikasi). Penelitian ini menggunakan validasi data dengan triangulasi sumber yaitu melakukan observasi dan wawancara menggunakan *Key Informan* dan *Informan* dalam mendapatkan kebenaran informasi dan tidak lupa mengumpulkan data-data pendukung dilapangan agar penelitian semakin valid.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Penelitian yang berjudul upaya *Customer Relations* Divisi Operasional dalam mengelola keluhan pelanggan di PT. Indokita Makmur ini, menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yaitu dengan mendapatkan informasi-informasi dan juga data-data melalui observasi dan wawancara yang dimana data tersebut dapat mengetahui upaya untuk mengelola keluhan pelanggan yang dilakukan oleh Divisi Operasional dalam menjalankan fungsi *Customer Relations*.

Hasil penelitian pada penelitian ini diketahui bahwa dalam upaya mengelola keluhan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Berpedoman pada konsep pelayanan prima.
2. Membangun pemahaman dan pengertian pelanggan
3. Keluhan pelanggan dikelola langsung oleh perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Divisi Operasional dalam mengelola keluhan pelanggan menerapkan dengan baik pelayanan terbaik yang berpedoman dengan konsep pelayanan prima, selanjutnya membangun pemahaman dan pengertian pelanggan dengan dikelola langsung setiap keluhan pelanggan yang terjadi supaya dapat diselesaikan dengan baik. Hal tersebut didukung oleh informasi-informasi yang didapatkan peneliti dilapangan bersama dengan *Key Informan* dan *Informan*.

---

<sup>12</sup> Wiratna V. Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2020), Hlm. 19.

<sup>13</sup> *Ibid*, Hlm. 11.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui data-data dan juga wawancara mendalam, selanjutnya peneliti akan membahas berdasarkan judul penelitian yaitu upaya *Customer Relations* Divisi Operasional dalam mengelola keluhan pelanggan di PT. Indokita Makmur. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada teori yang membahas mengarah pada usaha Divisi Operasional sebagai pelaksana *Customer Relations* dalam upaya mengelola keluhan pelanggan.

## **Pembahasan**

Divisi Operasional PT. Indokita Makmur melakukan upaya *Customer Relations* dalam menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan dikarenakan adanya beberapa permasalahan mengenai keluhan pelanggan yang dimana faktor-faktor pemicu keluhan pelanggan tersebut bermacam-macam. Dari berbagai macam faktor-faktor pemicu keluhan pelanggan, umumnya yang terjadi adalah mengenai masalah pelayanan, kualitas barang, *miss* komunikasi antara karyawan, masalah servis, masalah pengiriman dan lain lain. Sebagai upaya dalam mengelola keluhan pelanggan, setiap perusahaan pastinya memiliki standar pelayanan masing-masing yang menjadi hal penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan juga dalam menghadapi dan mengelola keluhan. Standar pelayanan sendiri harus diterapkan dan dijalankan sebagai acuan untuk bisa menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan yang bertujuan menciptakan kepuasan dari pelanggan akan produk yang ditawarkan.

Pemberian pelayanan kepada pelanggan yang sesuai dengan standar pelayanan yang sudah ditetapkan, bisa menciptakan pelanggan dapat menjadi loyal kepada perusahaan. Upaya tersebut sudah dilakukan di PT. Indokita Makmur, perusahaan dalam rangka mengelola keluhan pelanggan yang dimana perusahaan tetap fokus dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, melakukan pendekatan pribadi kepada pelanggan, dan lain sebagainya yang dapat mengelola keluhan pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam hal ini, Divisi Operasional PT. Indokita Makmur dalam melakukan upaya mengelola keluhan pelanggan mengacu pada konsep pelayanan prima yang meliputi ke 6 konsep di dalamnya yang di mana sebagai berikut:

1. *Ability* (Kemampuan)

Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan adanya kemampuan dan keterampilan khusus yang sudah disiapkan yaitu dengan memiliki kemampuan dalam menjelaskan dan juga berkomunikasi yang baik mengenai permasalahan keluhan yang terjadi sehingga perlu kemampuan khusus yang harus dilakukan. Dan hal tersebut sudah ditingkatkan dengan adanya *training* agar pelayanan kepada pelanggan terus meningkat karena sudah dibekali kemampuan dan keterampilan khusus. *Training* yang dilakukan lebih banyak dilakukan melalui *training* di dalam (kantor) dikarenakan saat ini sedang dalam masa pandemi *Covid-19*.

2. *Attitude* (Sikap)

Dengan adanya perilaku khusus yang ditonjolkan kepada pelanggan saat diberikan pelayanan dan perilaku khusus tersebut ditonjolkan pada saat menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan yaitu dengan jujur, ramah, baik, sopan, menghormati, tidak sombong dan berkomunikasi dengan bahasa yang baik.

3. *Apparance* (Penampilan)

Dalam menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan dan juga dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan adalah dengan mempersiapkan penampilan dari atas hingga bawah sebelum bertemu pelanggan. Dalam hal ini, penampilan yang ditunjukkan kepada pelanggan yaitu dengan menggunakan pakaian yang rapih, wangi, penampilan menarik, dan juga rambut yang tertata rapih.

4. *Attention* (Perhatian)

Bentuk perhatian yang diberikan kepada pelanggan saat menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan yaitu dengan menjadi pendengar yang baik, dapat memenuhi apapun yang sedang dibutuhkan, memberikan saran dan informasi yang jelas dan benar. Dengan memberikan perhatian seperti itu, tidak hanya dapat dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan pelanggan melainkan bisa juga melalui *online* via *hotline whatsapp* khusus pelanggan yang sudah disediakan oleh perusahaan

5. *Action* (Tindakan)

Setiap menghadapi dan mengelola keluhan atau saat memberikan pelayanan kepada pelanggan, adanya tindakan-tindakan yang dimana harus dilakukan dengan sigap dalam tersebut yaitu dengan sesegera mungkin memberikan apa yang dibutuhkan pelanggan. Sehingga tindakan yang dilakukan tersebut bisa menjadi jalan keluar dalam menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan.

6. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Karena sikap bertanggung jawab haruslah ada disetiap pekerjaan dan juga di perusahaan manapun. Saat mengelola keluhan pelanggan dan saat memberikan pelayanan kepada pelanggan sangat penting memiliki sikap serta perilaku bertanggung jawab atas apa yang sudah dikerjakan sehingga dalam hal memberikan pelayanan kepada pelanggan juga harus memiliki tanggung jawab.

Divisi Operasional merupakan salah satu yang bertanggung jawab dalam menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan, permasalahan produk sehingga sangat penting penerapan konsep pelayanan prima supaya pelanggan mendapatkan kepuasan karena diperlakukan dengan baik, berkomunikasi dengan nyaman, mendapatkan informasi dan saran. Hasil dari konsep pelayanan prima pada Divisi Operasional PT. Indokita Makmur bertujuan untuk mewujudkan manfaat bersama bagi perusahaan dengan pelanggan yaitu pelanggan mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan, perusahaan mendapatkan keuntungan dan mampu mengelola dengan baik setiap keluhan pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

*Customer Relations* dalam rangka mengelola keluhan pelanggan yang dilakukan oleh Divisi Operasional PT. Indokita Makmur dengan melakukan upaya berpedoman pada konsep pelayanan prima agar bisa mengelola dengan baik setiap permasalahan keluhan pelanggan yang terjadi.

Divisi Operasional ketika menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan yaitu dibekali dengan kemampuan melayani dengan baik dimana *Sales Counter* sudah melakukan kegiatan *training* sebelumnya. Memiliki perilaku yang jujur, sopan, baik, ramah ketika bertemu atau menghadapi dan mengelola keluhan pelanggan. Memiliki persiapan dengan memberikan penampilan yang menarik sebagai wujud memberikan rasa nyaman saat bertemu pelanggan. Memberikan perhatian penuh kepada pelanggan sebagai bentuk menghormati atas segala saran maupun kritik yang disampaikan oleh pelanggan. Adanya tindakan-tindakan yang dilakukan untuk dapat mengelola lebih lanjut keluhan pelanggan dengan baik supaya benar-benar sudah dilakukan atau sudah diselesaikan. Dan juga memiliki sikap dan perilaku yang baik, namun juga memiliki sikap bertanggung jawab yang tinggi kepada pelanggannya.

Dalam rangka menjadi perusahaan yang semakin baik kedepannya, perusahaan berupaya menerima dengan baik setiap keluhan pelanggan sebagai bentuk motivasi untuk langkah kedepan supaya dapat lebih baik dan tetap mewujudkan kepedulian kepada pelanggan melalui konsep pelayanan prima.

Saran untuk penelitian ini adalah:

1. Sebagai perusahaan yang berkaitan erat dengan pelanggan atau eksternal perusahaan, PT. Indokita Makmur tidak terlepas dari adanya keluhan pelanggan, sehingga harus terus memiliki upaya dalam mengelola keluhan pelanggan supaya loyalitas pelanggan tetap terjaga atau bertahan.
2. Dalam konsep pelayanan prima pada unsur penampilan (*apparance*), setidaknya *sales counter* harus memiliki *name tag* sebagai tanda pengenalan dalam mengelola keluhan pelanggan dan juga dalam menghadapi pelanggan di PT. Indokita Makmur.
3. Dalam konsep pelayanan prima pada unsur tindakan (*action*), sebaiknya perusahaan dapat mengadakan program-program yang dapat menarik perhatian pelanggannya, karena berkaitan erat dengan pelanggan
4. Ada baiknya dalam melakukan penelitian agar lebih diberikan keleluasaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. Fikri dkk. 2021. *Public Relations*. Bantul: Penerbit Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Kopetindo
- Fatihudin, Didin., Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa*. Sleman: Deepublish.
- Gunawan, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mukarom, Zainal., Muhibudin W. Laksana. 2015. *Manajemen Public Relations (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Nurtjahjani, Fullchis dan Shinta M. 2018. *Public Relations, Citra dan Praktek*. Malang: Polinema Press.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, Fidya Sabrina, dkk. 2018. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z*. Yogyakarta: UGM Press.
- Ruslan, Rosady. 2017. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2020. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.