PERANAN *COMPLAINT HANDLING* DAN *SERVICE RECOVERY* OLEH *CUSTOMER SERVICE* (CS) DALAM RANGKA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH

Hendro Endi Yanto, Frianto Pandia

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Kampus Baru UI Depok 16425
Email : hendroendi@yahoo.com *)

Abstrak

Customer service (CS), as frontliners officers who deal directly with customers, have a great influence in improving customer satisfaction and loyalty. Satisfaction and customer loyalty, one of which can be created if the CS staff can handle the complaint and can give a good recovery service for customers. The purpose of this study was to determine what efforts are made CS officers in improving customer satisfaction and loyalty. Then, the authors wanted to find out service activities Complaint Handling and Service Recovery is performed by the CS and in the end the writer wanted to know what constraints are experienced officers in dealing with customer complaints CS, and by providing service recovery. Then, what solutions are applied to the CS in tackling these obstacles. Early research, beginning with observation to the Bank CIMB Niaga Branch Sunter, in order to see how the CS staff in serving customers, handling customer complaints, and in providing service recovery. Next, researchers will conduct a structured interview regarding service activities Complaint Handling and Recovery Servive committed by CS. Then, researchers will conduct the book study by processing the data obtained and compare them with theories that are supported by this study. The study is expected to be useful for all parties involved in this research, namely internal and external bank.

Keywords: Customer Complaints, Service Recovery, Loyal

PENDAHULUAN

Dalam rangka mempertahankan loyalitas nasabah, pihak bank melakukan berbagai upaya, seperti membuat program-program loyalitas dengan menerapkan service excellence pada pelayanan bank. Penerapan service excellence salah satunya dapat dilakukan dengan cara menangani keluhan dengan baik. Keluhan itu sendiri terjadi akibat adanya ketidakpuasan dalam pemberian layanan yang dilakukan oleh bank. Apabila hal tersebut tidak ditindaklanjuti, kemungkinan nasabah yang komplain beralih ke bank lain dan cenderung menyampaikan rumor negatif kepada orang lain pun sangat besar.

Pelayanan complaint handling dan *service recovery*, khususnya pada pelayanan nasabah perlu ditingkatkan agar nasabah tetap setia pada bank. Sekalipun pelayanan yang diberikan petugas CS sudah maksimal, terkadang masih saja ada nasabah yang merasa tidak puas sehingga pada akhirnya memutuskan untuk beralih ke bank lain. Banyak hal yang membuat nasabah beralih ke bank lain. Untuk itu Bank X, sebagai salah satu bank swasta nasional di Indonesia, berupaya untuk memberikan *service excellence* pada pelayanan nasabahnya, yaitu melalui complaint handling dan service recovery yang dilakukan oleh petugas CS. Bank X telah menyadari dan selalu menekankan pada seluruh pegawainya, khususnya petugas CS bahwa keluhan harus dianggap sebagai salah satu bentuk perhatian nasabah atas layanan. Perhatian tersebut, harus diiringi pula dengan

penanganan komplain (complaint handling) serta perbaikan layanan (service recovery) yang baik, agar tercipta hubungan yang lebih dekat dengan nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Bank X Cabang Sunter. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan hampir enam bulan. Pelaksanaan dimulai dengan persiapan daftar wawancara, pelaksanaan penelitian, pengolahan, dan akkhirnya adalah analisa data. Yang menjadi objek penelitian adalah petugas pelayanan nasabah Bank X sebagai pelaku pemberi layanan nasabah dan menerima serta menyelesaikan komplain nasabah.

Penelitian dilaksanakan dengan memberikan daftar pertanyaan yang menyangkut macam-macam komplain nasabah pada Bank X dan upaya Bank X dalam meningkatkan kualitas etika pelayanan. Serta apa saja cara untuk menyelesaikan komplain nasabah.

Teknik Pengumpulan data dilaksanakan dengan cara: Wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti kepada pihak yang berkaitan langsung kepada sumber data.

Dalam menganalisis data penelitian digunakan metode deskriptif kualitatif karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Dikatakan kualitatif karena hasil dari penelitian ini nantinya akan berupa kata-kata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, petugas CS memiliki strategi ampuh dalam melayani nasabah. Strategi yang dimaksud adalah strategi AMUSE dan strategi AMAZE. Strategi AMUSE digunakan petugas CS untuk mempertahankan nasabah. Sedangkan strategi AMAZE, digunakan untuk membuat nasabah loyal. Dimensi-dimensi yang terkandung pada kedua strategi tersebut, yaitu sebagai berikut:

a. Strategi AMUSE, terdiri dari:

1. **A***ble to Connect With Customer* (Dapat Berkomunikasi Dengan Nasabah)
   Bagi petugas CS, kebutuhan nasabah adalah harapan pokok. Untuk mengetahui kebutuhan nasabah, maka petugas CS membagi dua kebutuhan nasabah, yaitu ***kebutuhan bisnis dan kebutuhan personal***. ***Kebutuhan bisnis***, digolongkan berdasarkan produk/jasa yang disediakan Bank X, untuk memenuhi kebutuhan bisnis nasabah dan menjadi dasar utama nasabah dalam berinteraksi dengan bank. Sedangkan ***kebutuhan personal***, berdampak pada perasaan nasabah yang memainkan peranan penting dalam menciptakan loyalitas nasabah.
2. **M***ake a Professional Service Language* (Menggunakan Bahasa Pelayanan yang Profesional)
   Sebagai petugas CS, sangatlah penting untuk menghormati nasabah dan menyuarakan kalimat yang positif dalam suatu percakapan. Untuk berinteraksi dengan nasabah, petugas CS memiliki Kriteria Bahasa Pelayanan yang umumnya selalu digunakan dalam percakapan sehari-hari, yaitu:
3. **U***nderstand Customer With Empathy* (Memahami Nasabah Dengan Empati) dan **S***tand in Customer's Shoes* (Melihat Situasi Dari Sudut Pandang Nasabah)
   Dengan berempati dan melihat situasi dari sudut pandang nasabah, petugas CS menjadi lebih siap dalam menghadapi nasabah yang mengajukan keluhan. Selain itu, kebutuhan personal nasabah pun akan meningkat, yaitu merasa perlu diperhatikan, dihormati, dan ditenangkan perasaan-perasaan lainnya.
4. **E***ffectively Solve Customer's Problem* (Memecahkan Masalah Nasabah Secara Efektif)
   Dengan memecahkan permasalahan secara nasabah efektif, maka petugas CS memiliki kesempatan lagi untuk mengobati kekecewaan nasabah dan nasabah pun menjadi puas dari tindakan yang dilakukan petugas CS.

b. Strategi AMAZE, terdiri dari :

1. **A***ccommodate Unusual Customer* (Menangani Nasabah yang Berbeda)

Dalam melayani nasabah, petugas CS menggolongkan permasalahan nasabah ke dalam beberapa segmen.

Untuk menanggulangi hal tersebut, petugas CS memiliki cara tersendiri dalam menyelesaikan permasalahan yaitu dengan menggunakan strategi yang dikenal dengan sebutan SIAP, yaitu antara lain:

a) **S**ensitif terhadap petunjuk.
b) **I**kuti dengan pertanyaan yang sopan.
c) **A**jukan alternatif.
d) **P**ilih dan lakukan tindakan yang terbaik.

2. **M***eet Unexpressed Needs* (Memenuhi Kebutuhan Yang Tidak Diungkapkan)

   Nasabah terkadang menginginkan sesuatu yang sulit untuk diungkapkan. Dalam menanggulangi hal tersebut, petugas CS dapat melakukan suatu tindakan yang dikenal dengan sebutan AKSI, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

   a. **A**mati petunjuk yang ada
      Dengarkan apa yang dikatakan nasabah. Perhatikan bahasa tubuh serta emosi nasabah. Petugas CS harus peka terhadap semua petunjuk yang tidak diungkapkan oleh nasabah sehingga petugas CS dapat mengetahui apa yang sebenarnya nasabah inginkan.
   b. **K**aitkan dengan data yang relevan
      Gunakan data yang relevan dari sumber-sumber yang tersedia untuk memahami dan mengidentifikasi kebutuhan nasabah yang tidak diungkapkan.
   c. **S**pesifikasikan pertanyaan
      Bertanya secara spesifik kepada nasabah untuk mendapatkan petunjuk tambahan dan mengkonfirmasi kebutuhan nasabah.
   d. **I**nisiatif melakukan yang terbaik
      Pikirkan dan lakukan hal-hal yang kreatif dengan mempertimbangkan biaya dan keuntungan dari tindakan AKSI yang dilakukan petugas *Customer Service*, baik bagi nasabah maupun bagi bank. Jangan lupa untuk memperhitungkan risikonya.

3. **A***ble To Refocus Off-Track Customer* (Menangani Nasabah Yang Berbicara Tanpa Arah)

   Ada beberapa contoh situasi yang dihadapi petugas CS yang menyebabkan nasabah berbicara tanpa arah:

   a. Ingin mengekspresikan pendapat nasabah mengenai bank X.
   b. Nasabah tidak mengerti dengan beberapa peraturan organisasi atau tindakan-tindakan yang petugas CS lakukan.
   c. Nasabah ingin berteman.

   Langkah-langkah yang dilakukan pada saat petugas CS menghadapi nasabah yang berbicara tanpa arah, yaitu sebagai berikut:

   a. Ringkaskan dan tunjukkan minat atas apa yang dibicarakan oleh nasabah.
   b. Arahkan kembali kepada topik utama secara sopan.
   c. Periksa pemahaman.

4. **Z***oom In Alternatives When Delivering Undesired News* (Memberikan Alternatif Ketika Menyampaikan Informasi Yang Kurang Menyenangkan)

   Beberapa contoh informasi yang kurang menyenangkan yang sering terjadi adalah sebagai berikut:

   a. Permintaan nasabah tidak dapat dipenuhi karena prosedur organisasi yang sudah ditetapkan.
   b. Perubahan biaya atau suku bunga.
   c. Perubahan peraturan organisasi.

   Adapun langkah-langkah yang digunakan petugas *Customer Service* dalam menyampaikan informasi yang kurang menyenangkan:

   i). Sampaikan apa adanya disertai dengan alasan yang jelas.
   ii) Bersikap empati atas perasaannya.
   iii) Berikan alternatif.
   iv) Periksa pemahaman.

5. **E***xtra Mile* (EM)

   Tindakan *extra mile* yang dapat dilakukan petugas CS dalam melayani nasabah adalah sebagai berikut:

   a. Berinisiatif dalam mengambil tindakan untuk memuaskan nasabah.
   b. Bersedia melakukan sesuatu melebihi lingkup pekerjaan CS.

c. Bersikap tidak kaku dalam jam kerja.
d. Bersungguh-sungguh memberikan yang terbaik untuk nasabah.
e. Berupaya memperhitungkan hasil yang terbaik untuk nasabah maupun bank.

Untuk menunjang suksesnya pemberian layanan, Bank X selalu mengupayakan kepada seluruh *Service Manager* diberbagai Kantor Cabang untuk selalu mengkomunikasikan *Service Philosophy* Bank X kepada petugas CS, yaitu: ***"Yang Terbaik Kami Lakukan, Senyum Anda Menyempurnakan."*** Motto tersebut, mengandung makna sebagai berikut:

a) **Yang Terbaik Kami Lakukan**: Memberikan yang terbaik melihat dari sisi nasabah (*Customer Centric*), artinya dalam memberikan layanan harus disesuaikan dengan segmennya karena setiap segmen nasabah mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda-beda.
b) **Senyum Anda Menyempurnakan**: Merupakan suatu pernyataan yang sangat bermakna karena SENYUM adalah cermin dari kepuasan nasabah yang akan menyempurnakan apa yang telah Bank X berikan sebagai industri pemberi jasa.

Gambaran Umum Proses Pengaduan Komplain Pada Bank X

Berikut adalah proses pelaporan pengaduan komplain nasabah yang diterapkan pada Bank X:

1. Pengaduan secara lisan atau melalui *Call Center* 14041
   a. Pengaduan komplain diterima oleh petugas *Call Center* yang bertugas pada saat itu.
   b. Petugas meminta informasi mengenai data-data nasabah dan mengisi formulir penerimaan pengaduan.
   c. Apabila pengaduan tidak dapat diselesaikan pada hari itu juga, petugas CS cabang pemilik rekening yang akan menginformasikan kembali pada nasabah.
2. Pengaduan secara tertulis dan langsung ke kantor bank
   a. Pengaduan diterima oleh petugas CS kantor cabang pemilik rekening.
   b. Nasabah mengisi formulir penerimaan pengaduan.
   c. Petugas CS melengkapi formulir penerimaan pengaduan yang diisi oleh nasabah.
   d. Petugas CS menyampaikan bukti tanda terima pengaduan kepada nasabah yang ditandatangani oleh petugas CS.

Gambaran Umum Proses Penyelesaian Komplain Pada Bank X

Berikut adalah proses penyelesaian komplain yang diterapkan pada Bank X, yaitu:

1. Pengaduan secara lisan atau melalui *Call Center* 14041
   a. Pengaduan langsung ditangani oleh petugas *Call Center*.
   b. Kemudian, petugas *Call Center* mengirimkan laporan pengaduan komplain nasabah berupa OMPK (Otomatisasi Monitoring Penanganan Komplain) ke Kantor Cabang Bank X pemilik rekening.
2. Pengaduan secara tertulis dan langsung ke kantor Bank X tempat terjadinya permasalahan
   a. Pengaduan langsung ditangani dan diselesaikan oleh petugas CS.
   b. Jika harus diselesaikan oleh unit lain, maka pengaduan dilaporkan kepada *Service Manager* untuk selanjutnya *Service Manager* mendisposisikan kepada unit yang berkaitan dengan jenis pengaduan untuk menyelesaikan pengaduan tersebut.
   c. Pengaduan harus diselesaikan dan diterima oleh nasabah paling lambat 14 hari kerja dari tanggal yang tercantum dalam formulir penerimaan pengaduan.
3. Pengaduan secara tertulis ke kantor Bank X Cabang lain
   a. Pengaduan diterima dan ditangani dengan baik oleh petugas CS Kantor Cabang setempat.
   b. Apabila pemasalahan nasabah tersebut dapat diselesaikan oleh petugas CS setempat, maka nasabah tidak perlu datang ke Kantor Cabang pemilik rekening.
   c. Kantor Bank X cabang setempat wajib menatausahakan seluruh *copy* dokumen formulir penerimaan pengaduan dan pengantar formulir penerimaan pengaduan ke kantor Bank X Cabang pemilik rekening.
   d. Namun, apabila permasalahan harus diselesaikan oleh Kantor Cabang pemilik

rekening, maka Bank X cabang setempat akan mengirimkan laporan pengaduan berupa OMPK ke kantor Bank X Cabang pemilik rekening untuk segera diselesaikan.

KESIMPULAN

Pelayanan CS memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, petugas CS Bank X selalu mengikuti panduan strategi AMUSE dan AMAZE. Strategi AMUSE digunakan untuk mempertahankan nasabah. Sedangkan strategi AMAZE, digunakan untuk membuat nasabah loyal pada bank.

Dari hasil analisa perbandingan antara teori dengan pelaksanaan upaya CS dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, dinilai tidak baik karena hanya beberapa dimensi yang sesuai antara teori dengan yang dilaksanakan oleh petugas CS. Dimensi-dimensi itu, antara lain: *Able to Connect with Customer* dan *Effectively Solve Customer's Problem* (pada strategi AMUSE) dan *Meet Unexpressed Needs* dan *Extra Mile* (pada strategi AMAZE). Sedangkan dimensi lainnya (yang terdapat pada teori), tidak dilaksanakan oleh petugas CS karena dinilai tidak menjadi kebutuhan bagi petugas CS pada saat melayani nasabah.

Kegiatan pelayanan *complaint handling* dan *service recovery* yang dilakukan oleh petugas CS, dinilai sangat baik. Petugas CS tahu apa yang harus dilakukan dalam menghadapi keluhan nasabah. Dalam menghadapi keluhan nasabah maupun dalam memberikan *service recovery*, petugas CS selalu mengikuti panduan penanganan komplain yang dikenal dengan istilah ***I-CARE***, yang terdiri dari :**I***n tone listening*, **C***onfirmation*, **A***ction*, dan **Re***covery.*

DAFTAR PUSTAKA

[1] Lovelock, Christopher dan Lauren Wright, 2002, Principles of Service Marketing and Management, Second Edition, International Edition, New Jersey: Prentice Hall.

[2] Lovelock, Christopher dan Jochen Wirtz, 2007, SERVICE MARKETING: People, Technology, Strategy, Sixth Edition, Pearson Education International, United States: Pearson Prentice Hall.

[3] Lucas, Robert W., 2005, CUSTOMER SERVICE: Building Succesfull Skills for the Twenty-First Century, Third Edition, New York: McGraw-Hill/Irwin.

[4] Mowen, John C. dan Michael Minor, 1998, Consumer Behavior. Fifth Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

[6] Oliver, Richard L., 1997, SATISFACTION: A Behavioral Perspective On Consumer, International Edition, Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.

[7] Zeithalm, Valarie A., Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gramler, 2006, SERVICE MARKETING: Integrating Customer Focus Across the Firm, Fourth Edition, McGraw-Hill Internatioal Edition, Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.