

BAB II

COSTUMER SERVICE DAN KEPUASAN PELANGGAN

A. Customer Service pada Dunia Usaha

Secara umum, customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa customer service adalah petugas yang bersentuhan langsung dengan pelanggan maupun calon pelanggan, oleh karena itu diharapkan selalu memberikan kesan yang menarik setiap waktu. Menurut Kasmir (2017), fungsi dan tugas-tugas customer service harus benar-benar dipahami sehingga seorang customer service dapat menjalankan tugasnya secara prima. Dalam praktiknya tugas customer service adalah (Doni Marlius and Izet Putriani, 2019), sebagai receptionist (penerima tamu), sebagai deksman (orang yang melayani berbagai aplikasi), sebagai salesman (orang yang menjual produk), sebagai costumer relation officier (orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan atau tamu hotel), sebagai komunikator (orang yang menghubungi pelanggan dan memberikan informasi).

Dalam dunia usaha peran customer service sangatlah penting, seperti yang kita tahu bahwa tugas utama customer service adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan pelanggan.

peran customer service juga merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan dalam dunia usaha. Oleh karena itu segala kegiatan yang dilakukan harus berjalan dengan baik dan demi terciptanya kepuasan pelanggan.

1. Tugas Customer Service

a. Public Relation

Tugas bagian dari Customer Service sebagian besar adalah berperan sebagai alat untuk membangun serta memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak eksternal. Customer Service bisa dikatakan divisi yang mewakili perusahaan sebagai jalur kontak utama dari pihak eksternal. Jika Perusahaan yang memiliki pelayanan Customer Service yang baik akan memiliki citra yang baik pula di mata pelanggan. Bahkan, kalau pelayanannya sangat bagus, Customer Service bisa membantu kelanggengan hubungan perusahaan dengan pelanggan atau klien agar dapat terus berulang (Tsalis Annisa, 2020)

b. Media Penjualan

Pada beberapa perusahaan, Customer Service sering juga menjadi atau bertugas melakukan penjualan kepada pelanggan. Ketika seorang klien pelanggan menelepon atau datang langsung ke perusahaan untuk bertanya atau mengeluhkan sesuatu, tugas dari Customer Service dapat memanfaatkan momen ini untuk menjual jasa atau produk perusahaan kepada klien. Kalau masalah dari pelanggan sudah diatasi dengan baik oleh customer service.. Seorang

Customer Service harus mampudan memiliki kemampuan untuk melakukan layanan tambahan dalam penjualan produk dan jasa perusahaan setelah membantu pelanggan mengurai masalahnya (Tsalis Annisa, 2020).

c. Penjaga Kepercayaan Pelanggan

tugas seorang CS atau Customer Service akan terkait langsung dengan peran penjaga kepercayaan pelanggan dan klien. Melalui interaksi customer service dengan pelanggan yang berkelanjutan, Customer Service harus dapat meninggalkan kesan mendalam mengenai baik buruknya pelayanannya atas perusahaan.seringkali kalau pelayanan sebuah perusahaan untuk pelanggan dan kliennya sangat baik, mereka bersedia membayar lebih dan lebih loyal hanya untuk suatu produk yang bisa didapatkan di tempat lain dengan harga lebih murah. (Tsalis Annisa, 2020).

d. Data Entry

Customer Service pada umumnya juga bertugas memasukan data ke dalam komputer atau data entry. Ketika pelanggan membuat pesanan, Customer Service biasanya akan memasukkan informasi yang berkaitan dengan pelanggan ke dalam sistem komputer dan mengirimkan email konfirmasi pada pelanggan yang datang. Jika pelanggan menelepon karena sebuah masalah, tugas dari Customer Service ialah memasukkan informasi-informasi gangguan yang diterima dan mencatat situasinya ke dalam file agar lebih mudah untuk menanganinyasehingga pelanggan merasa puas dengan

pelayanan perusahaan (Tsalis Annisa, 2020).

B. Customer Service dan Kepuasan Pelanggan

Peran Customer service sangatlah penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan seperti yang di jelaskan di atas tugas tugas customer service. Kepuasan pelanggan sendiri yaitu tingkat perasaan seseorang (senang atau kecewa) setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan merupakan hasil dari membandingkan antara kinerja yang diterima dengan harapan yang dimiliki terhadap hasil tersebut. (Kotler, 2002:52), Sedangkan Barnes (2003: 64) mengemukakan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan. Sukar untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, karena menyangkut perilaku yang sifatnya sangat subyektif. Kepuasan seseorang terhadap suatu obyek bervariasi mulai dari tingkat sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, sangat tidak puas. Penilaian terhadap kondisi puskesmas (kualitas baik atau buruk) merupakan gambaran kualitas puskesmas seutuhnya berdasarkan pengalaman subjektif individu pasien. Indikator-indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- a) Tangible (bukti langsung), meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b) Reliability (keandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c) Responsiveness (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- d) Assurance (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, atau keraguraguan.
- e) Emphaty (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan (Nunuk herawati, 2015).

supaya bisa memberikan kinerja yang baik dan konsisten, sebagai seorang CS atau customer services di haruskan menguasai beberapa skills, misalnya, (Komunikasi) Kemampuan untuk berkomunikasi secara baik saat bekerja dan berhadapab langsung dengan pelanggan adalah merupakan skills utama yang wajib customer service kuasai. karena, miskomunikasi atau kesalahan dalasm berkomunikasi dapat membuat pelanggan kecewa serta frustrasi terhadap pelayanan yang di berikan oleh CS yang kurang kompeten. Kemudian harus mengetahui produk secara mendetail, customer service yang berhasil harus mempunyai pengetahuan yang banyak mengenai cara kerja, cirri-ciri produk atau layanan perusahaan mereka secara mendetail. Tanpa mengetahui secara detail mengenai produk dan layanan milik perusahaan seorang CS, maka seorang CS tentu saja akan kesulitan saat akan memberikan pelayanan kepada pelanggan-pelanggan yang sedang mmpunyai masalah. Lalu (Time management) seorang CS yang berhasil wajib mengetahui bagaimana strategi memecahkan suatu problem keluhan pelanggan yaitu melalui cara yang efisien. oleh karenanya diperlukan kemampuan untuk membuat dang mengola waktu secara lebih baik. Selanjutnya (Persuasi), kadang-kadang customer service atau CS juga

wajib berhadapan di situasi dimana seorang CS wajib menawarkan dan menjual produk atau layanan pada klien.

pada situasi demikian diperlukan kemampuan persuasi yang bagus supaya seorang customer service bisa membuat pelanggan yakin bahwa produk perusahaan yang akan ditawarkan layak untuk dibeli. (Empati), sebagai customer service atau CS wajib mempunyai skills untuk dapat berempati. skills ini sangat dibutuhkan supaya seorang CS dapat memahami keinginan dan kebutuhan klien secara tepat dan cepat sehingga CS pun dapat mengurutkan pesan dan respon yang sesuai atas masalah klien.

Di dalam dunia bisnis atau usaha peran sales dan customer service sangatlah penting dan saling berhubungan, jika ada keluhan atau kritikan dari customer peran customer service yang baik akan sangat membantu. Pelayanan dari customer service terhadap customer yang kecewa atau komplain akan menentukan apakah customer akan kapok menggunakan produk yang dijual dan beralih ke produk lain, atau membuat membuat customer akan kembali mencoba produk dari bisnis yang yang dijual karena pelayanan yang baik dari customer service. Secara tidak langsung, customer service akan menentukan penjualan kedepan.