

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia pelayanan, penanganan keluhan sangatlah penting untuk diperhatikan, karena dengan adanya penanganan keluhan yang tepat akan memberikan peluang untuk mengubah ketidakpuasan menjadi pelanggan yang puas. Ketidakpuasan konsumen dapat disebabkan oleh bermacam-macam hal dan nantinya akan menimbulkan keluhan kepada perusahaan. Penanganan keluhan adalah salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menyelesaikan dan belajar dari kegagalan jasa agar dapat mendirikan kembali kepercayaan di mata pelanggan. (Zuhad Al'asqolaini, 2019).

Tim Layanan Pelanggan suatu perusahaan menganalisis keluhan pelanggan adalah langkah penting dalam meningkatkan layanan dan produk yang ditawarkan oleh suatu bisnis. Proses ini tidak hanya membantu dalam mengidentifikasi masalah, tetapi juga memberikan wawasan berharga untuk perbaikan jangka panjang. Memahami keluhan pelanggan sama seperti memecahkan teka-teki yang rumit. Ini melibatkan penguraian masalah eksplisit yang diangkat dan juga membaca di antara garis untuk memahami harapan yang mendasari dan kebutuhan yang tidak terpenuhi. Keluhan-keluhan ini jauh lebih dari sekedar ekspresi ketidakpuasan. Mereka adalah petunjuk ke daerah-daerah yang membutuhkan perhatian dan perbaikan.

Tim Layanan Pelanggan suatu perusahaan menangani keluhan pelanggan dengan baik, sehingga ketika keluhan pelanggan ditangani dengan baik, hal ini dapat mengubah situasi menjadi pengalaman positif yang meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki sistem yang efektif dalam menangani keluhan pelanggan, termasuk pelatihan staf, prosedur resolusi yang jelas, dan sikap yang responsif terhadap umpan balik pelanggan. Dengan cara ini, keluhan pelanggan dapat diubah menjadi peluang untuk memperbaiki layanan, meningkatkan produk, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Rohimah & Nunu Kustian (2021).

Loyalitas konsumen terbentuk melalui proses pengalaman konsumen melalui pembelian atau penggunaan produk sepanjang waktu. Apabila dari

pengalamannya konsumen tidak sesuai harapan, konsumen akan berhenti untuk mencoba produk lain yang sesuai dengan harapannya. Adapun sebaliknya, apabila produk yang di beli atau digunakan sesuai harapan, maka pembelian akan berulang. Pembelian konsumen yang berulang dan konsisten sepanjang waktu inilah yang menimbulkan loyalitas konsumen. Loyalitas berasal dari kata dasar “loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan nasabah berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal inilah yang menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Secara umum loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang di dalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku terbaik. (Herawati, 2023).

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, setiap perusahaan berlomba – lomba dalam berinovasi terhadap pelayanan keluhan pelanggan terutama di bagian penanganan keluhan pelanggan. Fenomena perubahan kemajuan sistem bisnis yang pesat, menimbulkan persaingan semakin kompetitif memperebutkan kepercayaan masyarakat dalam bisnis. Keberadaan pelanggan merupakan satu hal sangat vital untuk diperhatikan dalam menjalankan aktivitas-aktivitas administrasi, operasional yang efektif dan efisien dalam suatu unit usaha untuk mencapai visi dan misi-misi komersial. Sebab itu setiap bidang usaha memerlukan inovasi agar usaha maju dan berkembang (Nasution 2025).

Dalam bisnis, penanganan keluhan pelanggan sangat penting karena dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Benih Citra Asia adalah dengan merancang aplikasi sistem informasi untuk memudahkan para staff pelayanan terhadap pelanggan dan administrasi di PT. Benih Citra Asia dalam mengelola data pelayanan dan keluhan pelanggan, serta membantu kemudahan akses oleh staff yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan sistem informasi ini juga dapat memberikan keakuratan data yang disimpan dan tidak terjadi kesalahan dalam pengolahan data pelayanan dan

keluhan pelanggan di PT. Benih Citra Asia.

Berdasarkan permasalahan umum yang dihadapi dalam dunia Perindustrian terutama di Perbenihan sehingga dilaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Pelayanan Keluhan Pelanggan di PT. Benih Citra Asia, Jember”. Penelitian ini menganalisis keluhan pelanggan secara efektif yang memerlukan pendekatan sistematis dengan mengkategorikan keluhan, menilai frekuensinya, memahami konteksnya, terlibat dengan pelanggan, dan memanfaatkan analisis data. Dalam dunia bisnis sangat penting mengadopsi pendekatan secara sistematis yang masuk ke akar penyebab setiap keluhan dan mengungkap pola dan tren yang mendasarinya.

Pertama, mengkategorikan dan mengontekstualisasikan. Klasifikasikan keluhan ke dalam kategori berbeda seperti masalah produk, kualitas layanan, atau masalah penagihan. Klasifikasi ini membantu menunjukkan dengan tepat tantangan-tantangan umum, mengarahkan upaya ke bidang-bidang yang paling membutuhkan perhatian.

Kedua, terlibat dan berempati. Interaksi langsung dengan pelanggan yang telah mengajukan keluhan sangat berharga. Ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang masalah dan juga menunjukkan kepada pelanggan bahwa kekhawatiran mereka ditanggapi dengan serius. Keterlibatan ini adalah kesempatan untuk membangun kepercayaan dan menunjukkan komitmen terhadap kepuasan pelanggan.

Ketiga, menganalisis dan bertindak. Memanfaatkan alat analisis data dan sistem umpan balik pelanggan untuk mendapatkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti dari keluhan ini. Pantau seberapa sering keluhan terjadi, pantau setiap perubahan frekuensinya, dan evaluasi efektivitas solusi yang diterapkan. Pendekatan berbasis data ini memastikan bahwa bisnis tersebut terus beradaptasi dan berkembang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Analisis yang efektif terhadap keluhan pelanggan melibatkan kategorisasi sistematis, keterlibatan empati, dan tindakan strategis. Dengan merangkul metodologi ini, bisnis dapat mengubah tantangan keluhan pelanggan menjadi peluang untuk berkembang, memastikan bahwa setiap umpan balik berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang lebih baik dan reputasi merek yang lebih

substansial. Karena setiap keluhan adalah kesempatan untuk belajar dan berkembang, dan bagaimana perusahaan menganalisis dan menanggapi keluhan ini dapat berdampak signifikan terhadap kesuksesan dan reputasi bisnis tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Jenis-jenis Keluhan Pelanggan apa saja yang disampaikan pelanggan PT. Benih Citra Asia, Jember ?
2. Apakah masing-masing variable berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Benih Citra Asia ?
3. Apakah keseluruhan variable berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Benih Citra Asia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi jenis keluhan pelanggan dalam periode per tahunnya di PT. Benih Citra Asia, Jember.
2. Menganalisis variabel berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Benih Citra Asia.
3. Menganalisis variabel yang berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Benih Citra Asia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain :

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi :
 - a. Sebagai bahan bacaan dan rujukan pustaka tentang Analisis Keluhan Pelanggan bagi penelitian sejenis dan penelitian lanjutan.
 - b. Sebagai acuan (bahan masukan data) untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ilmu pengetahuan tentang Analisis Keluhan Pelanggan di PT. Benih Citra Asia.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan saran dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan rekomendasi Analisis Keluhan Pelanggan yang paling sesuai dan tepat sehingga dapat menjadi materi pembahasan dalam Rapat Tinjauan Manajemen tahunan di PT. Benih Citra Asia.

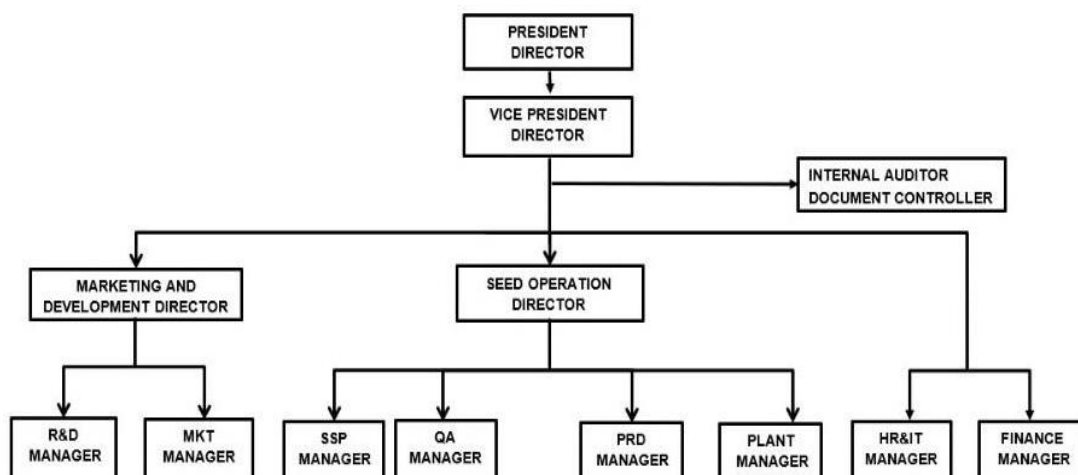
3. Bagi Pemerintah Daerah

Sebagai rekomendasi kebijakan terhadap pelayanan Keluhan Pelanggan terkait dengan analisis Analisis Keluhan Pelanggan terhadap Perusahaan Perbenihan di Kabupaten Jember.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini merupakan studi kasus yang dilaksanakan di PT. Benih Citra Asia, Jl. Akmaludin No. 26 PO BOX 26 Jember 68175, Jawa Timur - Indonesia. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Divisi - divisi yang terkait dalam penanganan terkait penanganan kasus Pelayanan Keluhan Pelanggan terkait penerapan proses input keluhan pelanggan menggunakan aplikasi terbukti lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan proses manual yg sebelumnya di terapkan pada Perusahaan. Proses penanganan komplain dapat menjadi lebih cepat, sehingga proses penanganan komplain juga dapat menjadi lebih cepat, dan lebih efektif karena pihak – pihak yang bertanggung jawab untuk menangani komplain tersebut dapat mengakses informasi yang dibutuhkan secara bersamaan.

a. Struktur Organisasi PT. Benih Citra Asia



Gambar 1.1 Struktur organisasi PT. Benih Citra Asia Jember

b. Sejarah Berdirinya PT. Benih Citra Asia

PT. Benih Citra Asia Berdiri sejak tahun 2006 pada tanggal 3 Januari sesuai dengan akta notaris is Hariyanto Imam Salwawi, SH No.3 dan berkantor di Jl. Akmaludin No. 26, Desa Wirowongso, Kab. Jember, Provinsi Jawa Timur Indonesia, Kode Pos : 68175. Disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM Nomor C-10050 HT.01.01.th.2006 pada tanggal 7 april 2006 dan telah disesuaikan menjadi AHU-14167.AH.01.02.th.2009 berdasarkan UU nomor 40 tahun 2007.

PT. Benih Citra Asia merupakan perusahaan multinasional yang bergerak dibidang agribisnis yang memproduksi, mengembangkan, dan menjual benih pangan dan hortikultura hibrida yang dikenal dengan merk dagang “Cap Bintang Asia”. Hingga saat ini PT. Benih Citra Asia secara berkesinambungan mengembangkan dan memberikan inovasi sehingga menghasilkan benih varietas baru yang berkualitas dan diminati pasar, dengan slogan “Produk Inovasi Anak Negeri” serta memberikan pelayanan sepenuh hati kepada konsumen. Pemberian sertifikat ISO 9001:2015 dan LSSM (Lembaga Sertifikasi Sistem Mutu) Benih Tanaman Pangan Dan Hortikultura memberikan perusahaan ini kepercayaan lebih dari konsumen. Sertifikat ISO 9001:2015 ini merupakan pengakuan bahwa sistem manajemen mutu PT. Benih Citra Asia sebagai produsen benih unggul Cap Bintang Asia telah memenuhi standart internasional serta telah melalui beberapa pengujian di lapangan maupun di laboratorium yang mengacu pada *Internasional Seed Testing Association (ISTA) Rules*.

c. Kegiatan Organisasi PT. Benih Citra Asia

PT. Benih Citra Asia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pertanian dalam negeri, dengan menghasilkan benih – benih unggul melalui *breeding* yang diawali didaerah cilacap. PT. Benih Citra Asia mengembangkan tanaman pangan dan hortikultura, karena kedua sektor tersebut memiliki peluang tinggi diminati dan dibutuhkan oleh Masyarakat Indonesia.

PT. Benih Citra Asia merupakan mitra magang yang bergerak di bidang benih tanaman pangan dan hortikultura, memiliki merk dagang Bintang Asia. Perusahaan PT. Benih Citra Asia merupakan produsen benih yang menjalankan proses dari hulu (produksi) hingga hilir (penjualan). Kegiatan di PT. Benih Citra Asia dimulai dengan proses pengumpulan benih daru petani, kemudian melakukan peneglolaan

khusus untuk mendapatkan benih berkualitas baik untuk dipasarkan, kemudian dikemas dan disimpan di Gudang jadi untuk pengiriman dan penjualan.

Sejalan dengan slogan yang kedua yaitu “Religius” PT. Benih Citra Asia memiliki kebiasaan untuk melakukan sholat dhuha berjamaah sebelum memulai aktivitas pekerjaan. Tidak hanya sholat dhuha yang dilakukan secara berjamaah namun juga pada ibadah sholat dhuhur dan ashar sebelum kembali ke rumah. Setiap hari Jumat PT. Benih Citra Asia mengadakan Jumat berkah dengan memberikan kotak nasi pada seluruh karyawan sebagai makan siang. Selain itu setiap hari Jumat pahing diadakan pengajian serta santunan. Pada hari sabtu pagi sebelum dimulai kegiatan, setelah solat dhuha berjamaan dilaksanakan senam pagi dengan tujuan menjaga kesehatan dan menstabilkan kebugaran tubuh para staff dan karyawan.

PT. Benih Citra Asia menjalin kemitraan dengan petani daerah yang merupakan warga di sekitar Perusahaan untuk melakukan Teknik budidaya dan perbanyak tanaman. Tenaga kerja yang bekerja di pabrik didominasi oleh warga yang tinggal di sekitar lokasi Perusahaan. Sedangkan, untuk tenaga kerja yang berada di bidang Quality Assurance Manager, Seed Peoduction, Plant Manager, Stock Seed Manager dl, diisi oleh orang terpilih dan tentunya PT. Benih Citra Asia sangat efektif dalam memilih tenaga kerja yang akan ikut andil dalam mewujudkan tujuan perusahaan.

d. Sumber Daya Manusia di PT. Benih Citra Asia

Jumlah SDM ada di PT. Benih Citra Asia terdiri dari 498 tenaga kerja dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.1 Rincian komposisi SDM pada Jabatan

No.	Nama Divisi	Nama Divisi	PKWT	PKWTT
1	Manajemen	DNM	0	4
2	Finance	FINANCE	4	8
3	Plant (Horti)	PLANT	16	19
4	Quality Assurance	QA	18	23
5	SSP	SSP	8	14
6	Marketing	MARKETING	120	77
7	Produksi	PRODUKSI	22	42
8	RND	RND	55	44
9	HR&IT	HR&IT	4	10
10	Prodev	PRODEV	5	1
11	Project	PROJECT	1	0
Total			252	242
Total Keseluruhan			495	

e. Visi dan Misi PT. Benih Citra Asia

Visi

- Menjadi perusahaan perbenihan terkemuka di Asia yang penuh barokah bagi pemilik, karyawan, petani dan masyarakat.

Misi

1. Melakukan penelitian dan pengembangan varietas unggul yang mempunyai daya saing serta sesuai permintaan pasar Indonesia dan Asia.
2. Memproduksi benih bermutu dengan memberdayakan petani , kelompok tani yang saling menguntungkan.
3. Memberikan kepuasan pelanggan dengan menyediakan varietas unggul yang bermutu tinggi.
4. Membentuk karakter sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan dalam bidang pekerjaannya masing-masing.
5. Melakukan pelayanan dan pembinaan terhadap penyalur dan petani untuk lebih sejahtera.
6. Melakukan pengembangan pemasaran diluar Indonesia khususnya Asia.