

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki komoditas dibagian Perkebunan yang beragam, salah satu komoditas yang dimiliki adalah komoditas teh. Indonesia memiliki dan menghasilkan teh yang besar bagi pasar dalam negeri hingga luar negeri. Sehingga, teh merupakan salah satu komoditas perkebunan yang dikenal baik oleh masyarakat. Dalam mendukung perdagangan terhadap komoditas teh, PT XYZ hadir sebagai *platform* yang memberikan fasilitas penjualan teh yang dilakukan melalui sistem lelang (*Auction*). *Platform* ini dibentuk dengan tujuan membantu produsen dan pelanggan teh untuk bertransaksi secara transparan.

Dalam beberapa tahun terakhir, lelang komoditas pada PT XYZ mengalami perkembangan yang cukup pesat, termasuk dalam penjualan teh. Penggunaan sistem lelang harga teh ditentukan berdasarkan pada permintaan dan penawaran langsung, sehingga memungkinkan akan tercipta harga yang lebih kompetitif. Bagi perusahaan, sistem lelang ini memberi akses dan peluang untuk mendapatkan harga yang lebih baik. Bagi pelanggan, mendapatkan kesempatan membeli teh dengan harga yang lebih transparan. Pada sistem *auction*, pelaksanaan bisnis dilakukan melibatkan banyak peran seperti Produsen selaku penghasil produk, PT XYZ sebagai pelaksana bisnis, gudang yang bertugas pelaksana lapangan, dan pelanggan. Seluruhnya memegang peran penting dalam terlaksananya bisnis *auction* teh.

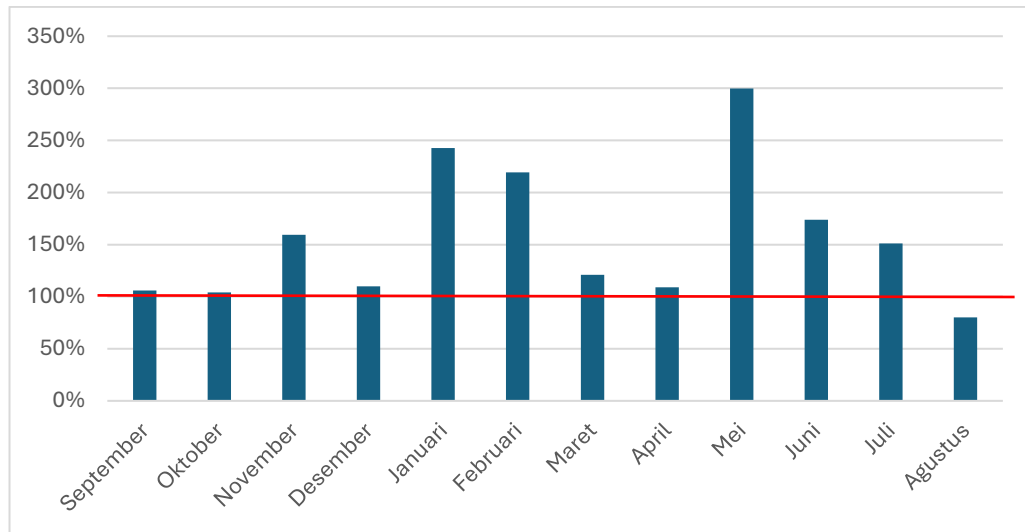
Dalam pelaksanaannya bisnis *Auction* teh beberapa tahun terakhir tidak selalu berjalan dengan baik. Terdapat beberapa tantangan yang kerap kali dihadapi. Pada bulan Juli sampai Agustus 2024 penjualan teh pada PT XYZ terus mengalami penurunan penjualan. Pada bulan sebelumnya yaitu pada bulan Mei sampai Juni terdapat keluhan pelanggan yang masuk dari para pelanggan akibat perbedaan berat teh dan kualitas teh dari spesifikasi produk yang ditawarkan sebelum *auction* dilaksanakan.

Pada saat ini prosedur yang ada hanya prosedur terkait operasional pelaksanaan *auction* teh saja yang tergambar pada lampiran A – Process Bisnis *Auction* Teh namun belum terdapat prosedur untuk menangani keluhan pelanggan, sehingga keluhan dari pelanggan tidak ditangani sesuai harapan konsumen. Penanganan saat ini hanya dilakukan komunikasi secara verbal serta tidak terdokumentasi dengan baik. Sementara itu, pelanggan dalam bisnis ini merupakan perusahaan yang telah terdaftar sebagai anggota atau peserta, sehingga ruang lingkup pelanggan menjadi relatif terbatas. Oleh karena itu, pelanggan yang dilayani bersifat tetap dan tidak berubah secara signifikan, maka pelayanan terhadap keluhan harus dilakukan secara optimal untuk membangun loyalitas pelanggan. Sehingga penanganan keluhan penting untuk mencegah terjadinya kekecewaan yang dapat berdampak negatif terhadap keberlangsungan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan.

Penanganan keluhan pelanggan adalah proses yang sangat penting ketika menjaga kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa tidak puas terhadap produk atau layanan, pelanggan akan cenderung untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan. Bagaimana cara perusahaan menanggapi keluhan tersebut akan berdampak besar pada bagaimana pelanggan merasa memiliki keterkaitan dengan perusahaan. Penanganan keluhan yang efektif akan menciptakan pelanggan yang setia (Harahap A. K, 2024).

Komunikasi yang baik akan menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga, penanganan perusahaan terhadap keluhan pelanggan juga akan menciptakan pengaruh besar sesuai dengan penanganan keluhan tersebut. Keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional konsumen yang tercipta karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterima dalam hal yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan ataupun dengan pelayanan (Sangadji & Sopiah, 2013).

Keluhan pelanggan dapat terjadi akibat pelanggan merasa tidak puas terhadap pembelian produk atau jasa yang telah dilakukan. Penanganan keluhan konsumen harus dilakukan dengan prosedur yang sistematis yang bertujuan agar kesalahan yang sama tidak terulang dan keluhan yang dihadapi dapat diselesaikan secara tuntas (Tjiptono, 2014).

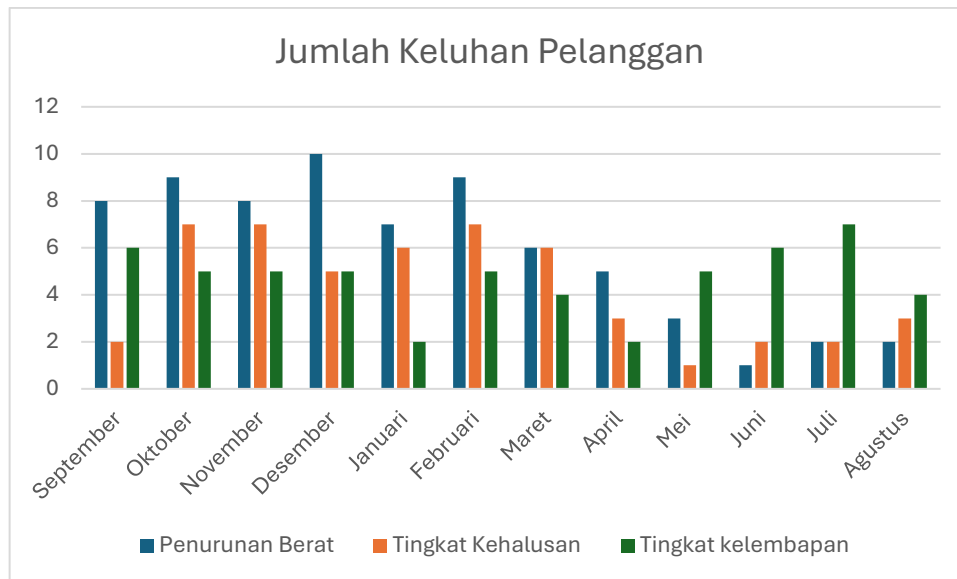


Gambar 1. 1 Data Penjualan Teh September 2023 – Agustus 2024

Sumber: Data PT XYZ

Pada gambar 1.1, memperlihatkan persentase pada penjualan teh yang terjadi pada bulan September 2023 sampai Agustus 2024, terlihat terjadi penurunan hasil penjualan pada bulan Agustus 2024 yang signifikan, penurunan terjadi mencapai 80% dari penjualan teh dengan rata-rata penjualan pada bulan sebelumnya diatas 100%.

Penurunan penjualan ini juga sejalan dengan keluhan dari para pelanggan yang masuk kepada PT XYZ terkait terjadi penurunan berat dan perbedaan kualitas teh yang tidak sesuai dengan spesifikasi perjanjian pada pelaksanaan *Auction* teh. Jumlah keluhan yang masuk dapat terlihat pada gambar 1.2.



Gambar 1. 2 Jumlah Keluhan Pelanggan

Pada gambar 1.2, memperlihatkan jumlah keluhan yang masuk selama bulan September 2023 sampai Agustus 2024 yang terbagi menjadi 3 jenis keluhan, antara lain penurunan berat teh, ketidaksesuaian tingkat kehalusan teh dan ketidaksesuaian tingkat kelembapan teh yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan. Keluhan pelanggan yang terekap dengan baik terdapat pada bulan Mei – Juli terlihat pada tabel 1.1, tabel 1.2 dan 1.3.

Tabel 1. 1 Keluhan Penurunan Berat Teh pada Bulan Mei – Juli 2024

Pembeli	Kebun	Mutu	Netto (Kg)	Berat Diterima (Kg)	Selisih Berat (Kg)
CV. PADAKERSA	KAYU ARO	D.II	1000	997	3
FAIRTRADE	KAYU ARO	D.II	1000	997	3
MENITI	BAH BUTONG	FANN. II	2280	2242,5	37,5
MENITI	TOBASARI	BOPF	2000	1962,5	37,5
MENITI	BAH BUTONG	FANN. II	2280	2242,5	37,5
MENITI	BAH BUTONG	BOPF	2000	1970	30

Pada tabel 1.1, memperlihatkan keluhan yang terekap terkait penurunan berat teh pada bulan Mei – Juli 2024. Keluhan ini disampaikan karena terdapat perbedaan berat antara berat teh yang ditawarkan ketika *auction* dengan berat yang diterima.

Tabel 1. 2 Keluhan Ketidaksesuaian Tingkat Kehalusan Teh pada Bulan Mei - Juli 2024

Pembeli	Kebun	Mutu	Dust Content (%)	PS Limit	Kelebihan Kehalusan (%)
UNILEVER	D. KEMBAR	DUST	8,36	7	1,36
UNILEVER	KAYU ARO	FANN.II	11,02	10	1,02
UNILEVER	CISARUNI	FANN.II	10,38	10	0,38
UNILEVER	CISARUNI	FANN.II	12,72	10	2,72
UNILEVER	TANAWATEE	PF	12,88	7	5,88

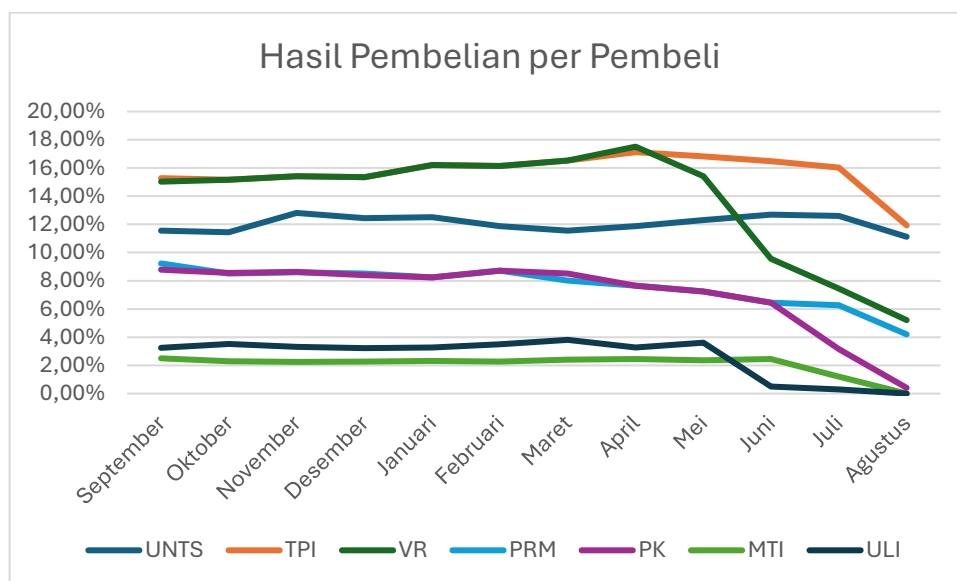
Pada tabel 1.2, memperlihatkan keluhan yang terekap terkait ketidaksesuaian tingkat kehalusan teh pada bulan Mei – Juli 2024. Pada setiap mutu teh memiliki batas ketentuan tingkat kehalusan yang tidak boleh dilebihi, akan tetapi berdasarkan keluhan yang masuk terdapat produk teh yang memiliki tingkat kehalusan melebihi batas.

Tabel 1. 3 Keluhan Ketidaksesuaian Tingkat Kelembapan Teh pada Bulan Mei - Juli 2024

Pembeli	Kebun	Mutu	Tea Moisture (%)	MC Limit	Kelebihan Kelembapan (%)
UNILEVER	D. KEMBAR	PF	6	5	1
UNILEVER	D. KEMBAR	PF	6	5	1
UNILEVER	D. KEMBAR	PF	6	5	1
UNILEVER	D. KEMBAR	PF	7	5	2
UNILEVER	D. KEMBAR	PF	6	5	1
UNILEVER	D. KEMBAR	PF	7	5	2
UNILEVER	KAYU ARO	PF	6	5	1
UNILEVER	BAH BUTONG	PF	6	5	1
UNILEVER	BAH BUTONG	PF	6	5	1
UNILEVER	BAH BUTONG	PF	7	5	2
UNILEVER	BAH BUTONG	PF	6	5	1
UNILEVER	BAH BUTONG	PF. II	7	6	1
UNILEVER	TOBASARI	PF. II	7	6	1
UNILEVER	SPERATA	PF	7	5	2
UNILEVER	SPERATA	PF	6	5	1
UNILEVER	BAH BUTONG	PF. II	7	6	1
UNILEVER	SINUMBRA	PF	7	6	1
UNILEVER	TANAWATEE	PF	8	6	2

Pada tabel 1.3, memperlihatkan keluhan yang terekap terkait ketidaksesuaian tingkat kelembapan teh pada bulan Mei – Juli 2024. Kelembapan pada teh sangat penting karena jika teh dalam kondisi lembap maka tekstur dari teh juga akan mengalami perubahan. Pada setiap mutu teh memiliki batas ketentuan tingkat kelembapan yang tidak boleh dilebihi, akan tetapi berdasarkan keluhan yang masuk terdapat produk teh yang memiliki tingkat kelembapan melebihi batas.

Pada beberapa keluhan yang sempat terekap dengan baik, terdapat beberapa pembeli yang mengajukan keluhan antara lain Unilever (ULI), Padakersa (PK), Fairtrade (PK) dan Meniti (MTI). Beberapa pembeli diatas telah mengajukan keluhan pada kisaran bulan Mei – Juli 2024. Namun, keluhan tidak diatasi dengan sesuai harapan sehingga pelanggan merasa kecewa dan timbul peningkatan ketidakpuasaan dari pelanggan yang mengakibatkan pengurangan pembelian dari beberapa pembeli sehingga pada gambar 1.3 yang merupakan hasil penjualan dari per pembeli terlihat penurunan pada bulan Agustus.



Gambar 1. 3 Hasil Pembelian per Pembeli

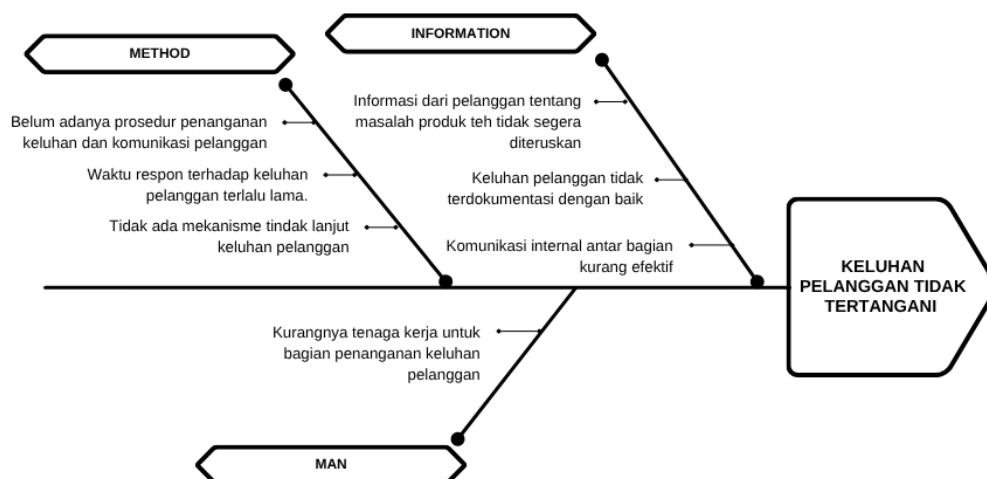
Pada gambar 1.3, memperlihatkan hasil pembelian per pembeli yang menggambarkan bahwa pada bulan Agustus 2024 terjadi penurunan pembelian pada beberapa pembeli yang menjadi penguasa pasar pada bisnis *Auction* teh ini, terutama pada pembeli yang telah melakukan keluhan pada bulan Mei – Juli, pembeli tersebut antara lain Unilever (ULI), Padakersa (PK), Fairtrade (PK) dan

Meniti (MTI). Penurunan tersebut dikarenakan belum terselesaikan keluhan yang diajukan. Sehingga, menciptakan kekecewaan dari pelanggan.

Keluhan yang tidak diselesaikan dengan baik disebabkan belum adanya prosedur penanganan keluhan yang jelas dan terstruktur sehingga setiap keluhan pelanggan dapat ditangani secara lebih cepat, tepat, dan terdokumentasi.

Kemudian untuk mendukung prosedur juga diperlukan media yang memudahkan pelanggan dalam menyampaikan keluhan seperti *website* khusus untuk penanganan keluhan yang dapat diakses oleh pelanggan. Media ini juga dapat memberikan transparansi dari setiap proses penanganan yang telah dilakukan.

Ketika melihat manajemen mutu yang mengacu pada ISO 9001:2015, pada klausul 8.2 yang membahas mengenai persyaratan pada produk dan layanan khususnya klausul 8.2.1 yang membahas mengenai komunikasi pelanggan. Perlakuan perusahaan pada PT XYZ terhadap para pembeli belum memenuhi dari persyaratan pada klausul 8.2.1. terkait penanganan keluhan dan cara komunikasi dengan pembeli dengan benar. Sehingga, para pembeli mengalami ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan oleh PT XYZ yang berdampak pada ketahanan loyalitas pelanggan yang menurun dan berujung pada penurunan penjualan. Terdapat juga faktor penyebab lainnya yang dapat digambarkan melalui *fishbone* diagram pada gambar 1.4



Gambar 1. 4 Fishbone Diagram

Diagram *fishbone* pada gambar 1.4 dapat memaparkan beberapa faktor yang menjadi penyebab terhadap terjadinya permasalahan sebelumnya. Dari diagram tersebut dapat dilakukan pencarian alternatif solusi yang ditampilkan pada tabel 1.4.

Tabel 1. 4 Alternatif Solusi

Akar Masalah	Alternatif Solusi
Metode	
1. Belum adanya prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan. 2. Waktu respon terhadap keluhan pelanggan terlalu lama. 3. Tidak ada mekanisme tindak lanjut keluhan pelanggan.	1. Merancang prosedur penanganan keluhan dan komunikasi sesuai dengan ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 yang membahas mengenai komunikasi pelanggan. 2. Menetapkan standar maksimal waktu penanganan keluhan. 3. Menmbuat mekanisme tindak lanjut dari penanganan keluhan pelanggan ketika transaksi selesai.
Manusia	
1. Kurangnya tenaga kerja untuk bagian layanan pelanggan.	1. Menambahkan tenaga kerja khusus dalam penanganan keluhan pelanggan.
Informasi	
1. Informasi dari pelanggan tentang masalah produk teh tidak segera diteruskan. 2. Keluhan pelanggan tidak terdokumentasi dengan baik. 3. Komunikasi internal antar bagian kurang efektif.	1. Membentuk grup koordinasi dari tim dengan produsen. 2. Membuat pencatatan keluhan berbasis seperti tanggal, jenis keluhan, dan status penyelesaian. 3. Terapkan pertemuan rutin sebelum pelaksanaan <i>Auction</i>.

Pada tabel 1.4, telah dipaparkan alternatif solusi yang dapat dilakukan oleh PT XYZ berdasarkan analisis faktor penyebab yang dilakukan dengan *fishbone* diagram. Terdapat solusi yang dapat diterapkan yaitu dengan merancang prosedur penanganan keluhan dan komunikasi sesuai dengan ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 yang membahas mengenai komunikasi pelanggan. Selain itu, untuk membantu pelaksanaan prosedur, dibuat berupa tampilan *website dummy* untuk memudahkan pelanggan dalam menyampaikan keluhan secara langsung, memantau tindak lanjut keluhannya, serta memastikan bahwa setiap proses tercatat dengan baik.

Dalam merancang sebuah prosedur dengan menggunakan metode *Business Process Management* (BPM) untuk mengidentifikasi proses penanganan keluhan yang sesuai dengan ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 dan tujuan perusahaan. Sehingga,

diharapkan akan memberikan peningkatan pada kepuasan pelanggan pada PT XYZ pada bisnis *Auction* teh yang akan berpotensi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di PT XYZ.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, rumusan masalah dalam tugas akhir ini:

1. Bagaimana rancangan prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang memenuhi requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 pada bisnis *Auction* teh di PT XYZ?
2. Bagaimana tampilan *website dummy* prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berikut merupakan tujuan dalam tugas akhir ini:

1. Merancang prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang memenuhi requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 pada bisnis *Auction* teh di PT XYZ.
2. Membuat tampilan *website dummy* prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Pada tugas akhir ini, penulis berharap akan memberikan manfaat:

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan sehingga terbentuk citra yang baik dikarenakan kepuasan pelanggan yang kembali tercipta dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Bagi penulis, dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis, solusi dan memberikan juga pengalaman praktis yang berguna.
3. Bagi pembaca, dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru terhadap bisnis *Auction* teh yang diangkat menjadi topik permasalahan pada tugas akhir ini, serta dapat menjadi referensi atau acuan untuk tugas akhir selanjutnya dan menawarkan solusi atau perspektif lain yang dapat diterapkan pada permasalahan serupa.

I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Pada tugas akhir ini, memiliki Batasan dan asumsi:

1. Objek tugas akhir yang dilakukan hanya mencakup bisnis *Auction* teh di PT XYZ.
2. Validasi hasil rancangan dilakukan hanya pada Kepala Sub-Bagian Tender B selaku pemangku kepentingan pada bisnis *Auction* teh pada PT XYZ.
3. Data yang digunakan pada tugas akhir ini merupakan data historis yang terjadi pada rentang bulan September 2023 – Agustus 2024.
4. BPM *Lifecycle* dilakukan hanya meliputi *process identification, process discovery, process analysis, process redesign*.
5. Pembuatan tampilan *website dummy* hanya mencakup desain ui/ux untuk membantu memberikan gambaran sebuah website pengaduan keluhan.

I.6 Sistematika Laporan

Dalam sistematika penulisan ini terdapat beberapa bab yang berisi uraian penjelasan dari setiap bab yang terdapat dalam tugas akhir ini. Berikut merupakan penjelasan bab dari tugas akhir ini,

BAB I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi latar belakang yang dilakukan penulis untuk memaparkan permasalahan yang terjadi pada bisnis *Auction* teh di PT XYZ. Rumusan masalah berupa pertanyaan bagaimana rancangan prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang memenuhi requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1.

Tujuan dari tugas akhir ini untuk Merancang prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang memenuhi requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 pada bisnis *Auction* teh di PT XYZ dan tampilan *website dummy* prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan. Kemudian, manfaat bagi perusahaan penulis dan pembaca. Serta sistematika penulisan yang memberikan penjabaran dari keseluruhan dokumen pada tugas akhir ini dari awal hingga akhir.

BAB II Landasan Teori

Setelah pendahuluan, dilanjutkan pada bab dua yaitu tinjauan pustaka dan alasan pemilihan metode. Tinjauan Pustaka berisikan literatur dari teori-teori yang digunakan pada tugas akhir ini seperti manajemen mutu, ISO 9001:2015 dan *business process management* (BPM) dan pemilihan metode dari beberapa metode yang dapat digunakan pada tugas akhir ini.

BAB III Metodologi Penyelesaian Masalah

Pada bab ini dijelaskan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan penulis untuk memecahkan masalah yang terdiri dari pendahuluan, pengumpulan data, pengolahan data perancangan dan analisis hasil sampai kesimpulan dan saran.

BAB IV Penyelesaian Permasalahan

Pada bab ini berisikan mengenai tahap pengolahan data, dimulai dengan melakukan menentukan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang dilakukan terdapat proses bisnis aktual dari penanganan keluhan pelanggan serta data lainnya yang digunakan sebagai *input* dalam tahap perancangan prosedur dengan metode *Business Process Management Lifecycle*.

BAB V Analisis Hasil Rancangan

Pada bab ini dilakukan Analisa perancangan proses bisnis penanganan keluhan pada bisnis *Auction* teh yang diusulkan berdasarkan *requirement* yang dihasilkan dari tahap perancangan sebelumnya.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari tugas akhir yang telah dilakukan serta saran untuk bagian bisnis *Auction* teh dan untuk tugas akhir yang akan dilakukan berikutnya.