

Usulan Prosedur Penanganan Keluhan dan Komunikasi Pelanggan pada Bisnis *Auction* Teh di PT XYZ Berdasarkan ISO 9001:2015 (Klausul 8.2.1) Menggunakan Metode BPM

1st Fauzan Ahmad Fahrezi
Universitas Telkom

Fakultas Rekayasa Industri
Bandung, Indonesia

fauzanfahrezi@student.telkomuniversit
y.ac.id

2nd Ir. Sri Widaningrum, M.T., Ph.D.
Universitas Telkom

Fakultas Rekayasa Industri
Bandung, Indonesia

svidaningrum@telkomuniversity.ac.id

3rd Dra. Endang Budiasih, M.T.
Universitas Telkom

Fakultas Rekayasa Industri
Bandung, Indonesia

endangbudiasih@telkomuniversity.ac.id

Penanganan keluhan pelanggan menjadi aspek penting dalam menjaga loyalitas pelanggan, khususnya dalam bisnis auction teh. Tetapi, proses penanganan keluhan yang belum terdokumentasi dengan secara sistematis dan terstruktur menyebabkan keterlambatan respons dan penyelesaian solusi keluhan. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang memenuhi requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 menggunakan pendekatan metode Business Proses Management (BPM). Metode pengambilan data yang dilakukan meliputi observasi, wawancara, dan studi literatur. Setelah dilakukan gap analysis, proses perancangan dilakukan dengan identifikasi komponen proses menggunakan 18 item proses bisnis yang menjadi acuan sebagai input dalam merancang proses bisnis yang digunakan sebagai prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan. Prosedur ini mampu memberikan panduan secara sistematis dan terstruktur dalam melakukan penanganan dan komunikasi antara Tim Auction Teh, Customer Service, Produsen, dan Pelanggan. Selain itu, Prosedur ini dapat mempermudah pekerja dalam melakukan penanganan keluhan dengan lebih sistematis dan terstruktur dari penerimaan keluhan, investigasi keluhan kemudian diteruskan kepada Produsen dan pemantauan implementasi solusi sehingga informasi keluhan pelanggan dapat terdokumentasi dengan lebih baik sehingga menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam membantu proses prosedur dibuat tampilan website dummy untuk gambaran media pelanggan dalam menyampaikan keluhan dan memantau perkembangan penanganan keluhanannya, serta memastikan transparansi setiap tahapan penyelesaian.

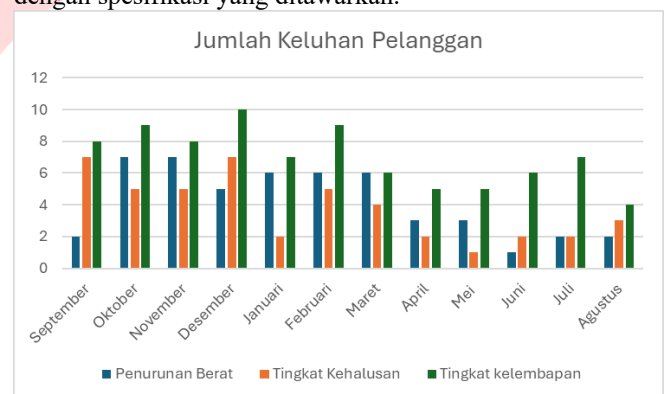
Kata kunci - Penanganan Keluhan, Komunikasi, Prosedur, Auction, Loyalitas.

I. PENDAHULUAN

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. 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 pelaksanaannya pada bisnis *Auction* teh yang berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir dilaksanakan oleh PT XYZ tidak selalu berjalan dengan baik. 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 gambar 1.1 menunjukkan jumlah keluhan pelanggan 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.



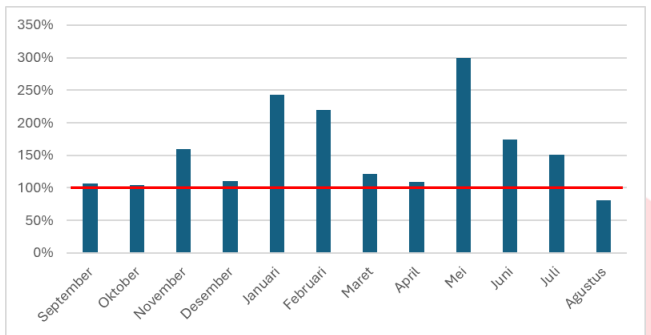
Gambar 1.1 Jumlah Keluhan Pelanggan

Pada saat ini prosedur yang ada hanya prosedur terkait operasional pelaksanaan *Auction* teh saja. Namun, belum terdapat prosedur untuk menangani keluhan pelanggan, sehingga keluhan dari pelanggan tidak ditangani sesuai harapan konsumen dan penanganan saat ini hanya dilakukan secara verbal serta tidak terdokumentasi dengan baik. 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 guna 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).

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 1.2 Data Penjualan Teh September 2023 – Agustus 2024

Pada gambar 1.2, menunjukan data penjualan bulan September 2023 sampai Agustus 2024, 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 banyaknya 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.

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

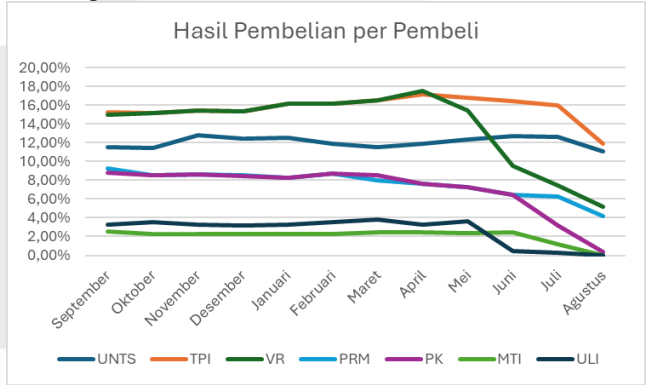
Tabel 1.2 Keluhan Ketidaksesuaian Tingkat Kehalusan Teh pada Bulan Mei - Juli 2024

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

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	SINUMBR A	PF	7	6	1
UNILEVER	TANAWATEE	PF	8	6	2

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), Padakera (PK), Fairtrade (PK) dan Meniti (MTI).

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 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.

Tugas akhir ini bertujuan merancang prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang memenuhi requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 pada bisnis Auction teh di PT XYZ.

Dalam merancang sebuah prosedur dengan menggunakan metode Business Proses 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.

II. KAJIAN TEORI

A. Manajemen Mutu

Manajemen adalah serangkaian solusi yang melibatkan perencanaan matang, pengaturan yang terstruktur, pemberian motivasi, dan pemantauan yang ketat terhadap semua sumber daya yang ada. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa semua kegiatan yang dilakukan bisa mencapai hasil yang sudah ditetapkan sebelumnya. (Witara, 2018).

B. ISO 9001:2015

ISO 9001 adalah aturan main internasional yang membantu perusahaan mengatur semua kegiatannya agar bisa berjalan lancar dan menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, sehingga pelanggan merasa puas (Darmawan, Wacono, & Saputra, 2020). Berikut merupakan persyaratan ISO 9001:2015 dari klausul 8.2.1.

8.2.1 Komunikasi Pelanggan

Komunikasi dengan pelanggan harus termasuk:

- Menyediakan informasi yang berkaitan dengan produk dan layanan;
- Menangani permintaan, kontrak atau pesanan, termasuk perubahannya;

- Memperoleh umpan balik pelanggan terkait dengan produk dan layanan, termasuk keluhan pelanggan;
- Menangani atau mengendalikan barang milik pelanggan;
- Membuat persyaratan khusus untuk tindakan kontingensi, jika relevan.

C. Keluhan Pelanggan

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).

Menurut Sunarto dalam Eka, Widarko, & Asiyah (2021), keluhan pelanggan adalah segala yang mencakup tindakan dari pelanggan yang terdapat perbedaan dan mereka merasa tidak puas dengan sebuah pembelian atau pelayanan.

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 terkait dengan perusahaan. Penanganan keluhan yang efektif akan menciptakan pelanggan yang setia (Harahap A. K, 2024).

D. Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah sarana untuk menyampaikan sebuah pertukaran informasi dari pengirim ke penerima, dengan menggunakan beberapa cara seperti lisan, tertulis, maupun menggunakan alat komunikasi (Sopiah, 2008).

Menurut Mulyana dalam Wambrau, Komunikasi adalah suatu tindakan untuk mengungkapkan ide, informasi pengetahuan pikiran dan perasaan serta pemahaman apa yang diungkapkan oleh orang lain yang melibatkan isi, tetapi juga dampak emosionalnya atau efek sebuah pesan dari orang yang menerimanya (Wambrau, Randang, & Kalesaran, 2019).

E. Model Proses

Model merupakan sebuah hasil pemikiran atau pemahaman untuk merepresentasikan sudut pandang atau aspek tertentu. Jenis-jenis model terdapat 4 antara lain model fisik, model skematik, model verbal, model matematis (SEBok, 2015).

Proses merupakan serangkaian aktivitas yang saling berkaitan yang dimulai sebagai respon dari sebuah peristiwa dengan tujuan tertentu (Association of Business Proses Management Professionals, Business Proses Management, 2013).

Dapat disimpulkan bahwa model proses adalah sebuah hasil pemikiran atau pemahaman yang merepresentasikan sekumpulan aktivitas yang saling berkaitan dari sebuah peristiwa yang bertujuan tertentu.

F. Proses Bisnis

Proses Bisnis adalah sekumpulan dari aktivitas atau pekerjaan terstruktur yang saling berkaitan untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu atau yang menghasilkan produk atau layanan (demi meraih tujuan tertentu) (Weske, 2007).

Dapat disimpulkan bahwa proses bisnis merupakan sekumpulan kegiatan atau aktivitas untuk mencapai output (barang atau jasa) atau menyelesaikan masalah kepada konsumen sebagai tujuan yang melibatkan manusia, metode, sistem dan peralatan.

G. Business Proses Management (BPM)

Business Proses Management (BPM) adalah pendekatan manajemen yang disiplin untuk mengidentifikasi, merancang, mengeksekusi, mendokumentasikan, mengukur, memantau dan mengendalikan proses bisnis yang terotomatisasi dan tidak terotomatisasi untuk mencapai hasil yang konsisten dan sesuai dengan tujuan strategis organisasi (Association of Business Proses Management Professionals, Business Proses Management, 2019).

Siklus Business Proses Management (BPM *Lifecycle*) BPM *lifecycle* memberikan petunjuk siklus bagaimana sebuah proses akan menerapkan *continuous improvement* (Dumas, La Rosa, Mendling, & Reijers, 2013).

Berikut penjelasan dari BPM *lifecycle* yang dilakukan adalah sebagai berikut,

a. Proses Identification

Pada tahap ini dilakukan identifikasi untuk menentukan proses scope yang diteliti.

b. Proses Discovery

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan informasi mengenai komponen proses apa saja yang terjadi pada organisasi.

c. Proses Analysis

Pada tahap ini dapat disebut juga sebagai As-Is Analysis untuk melihat kelemahan yang terjadi kondisi eksisting sehingga dapat ditentukan perubahan atau perbaikan yang akan dilakukan.

d. Proses Redesign

Pada tahap ini dilakukan untuk memberikan rekomendasi terhadap perbaikan pada proses bisnis to-be atau proses bisnis yang akan diusulkan.

Pada tugas akhir ini BPM *lifecycle* yang dilakukan hanya mencakup *proses identification*, *discovery*, *analysis* dan *redesign*.

III. METODE

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini akan dimulai dengan tahap pengumpulan data, terdiri dari data primer dan data sekunder. Setelah data telah dikumpulkan akan dilakukan pengolahan data yang menghasilkan output berupa GAP *analysis* yang sesuai dengan *requirement* ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 dan identifikasi komponen proses. Selanjutnya, memasuki tahap perancangan untuk membuat rancangan proses bisnis dan prosedur terhadap penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan sebagai panduan dari pelaksanaan yang diusulkan dalam proses bisnis. Pada tahap ini, dilakukan analisis hasil perancangan. Kemudian setelah menganalisis hasil usulan perbaikan, maka tahap terakhir dari tugas akhir ini adalah tahap kesimpulan dan saran.

A. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang diperlukan dalam tugas akhir ini. Pada BPM *lifecycle* tahap ini termasuk dalam *proses identification*. Pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yang terdapat pada tugas akhir terdapat job description dan proses bisnis aktual penanganan keluhan. Serta, data sekunder akan berisikan profil, struktur, data hasil penjualan dan data keluhan pelanggan.

B. Pengolahan Data

Pada tahap ini akan dilakukan pengolahan data dengan berdasarkan *requirement* dari klausul 8.2.1 ISO 9001:2015 dan penentuan spesifikasi dari rancangan yang diharapkan pada prosedur yang akan dibuat dengan membandingkan juga kondisi aktual saat ini. Pada BPM *lifecycle* tahap ini termasuk menjadi *proses discovery* dan *proses analysis*. Pada tahap pertama, *levelling proses* untuk memberikan gambaran level ke level berikutnya dari setiap tahapan proses dalam melakukan bisnis Auction teh yang dilaksanakan oleh PT XYZ untuk mencapai tujuan atau visi misi dari perusahaan. Pada tahap ini diperlihatkan persinggungan proses penanganan keluhan sebagai monitoring dan evaluasi dari ketidakpuasan pelanggan dengan proses bisnis Auction teh secara garis besar. Kemudian, Gap *Analysis* adalah proses untuk membandingkan *requirement* dari klausul 8.2.1 ISO 9001:2015 dengan kondisi aktual saat ini dari pelaksanaan penanganan keluhan yang dilakukan.

Tabel 3.1 GAP Analysis

Requirement klausul 8.2.1 ISO 9001:2015	Kondisi Aktual (As-Is)	GAP Analysis	Usulan
a. Menyediakan informasi yang berkaitan dengan produk dan layanan;	Dalam melakukan penyediaan informasi produk dan layanan PT XYZ telah menyediakan website perusahaan dan juga terdapat grup menggunakan WhatsApp sebagai sarana penyebaran informasi.	Kondisi aktual telah memenuhi poin 1 dari <i>requirement</i> klausul 8.2.1 ISO 9001:2015.	Terpenuhi
b. Menangani permintaan, kontrak atau pesanan, termasuk perubahannya;	PT XYZ telah menangani permintaan, kontrak atau pesanan termasuk perubahannya.	Kondisi aktual telah memenuhi poin 2 dari <i>requirement</i> klausul 8.2.1 ISO 9001:2015.	Terpenuhi
c. Memperoleh umpan balik pelanggan terkait dengan produk dan layanan, termasuk keluhan pelanggan;	Belum ada bagian khusus di PT XYZ untuk menerima umpan balik pelanggan terkait dengan produk dan layanan termasuk keluhan pelanggan.	Terjadi ketidakjelasan penanganan keluhan pelanggan dikarenakan tidak adanya wadah dan tata cara yang teratur dalam menangani keluhan.	PT XYZ membuat alur proses penerimaan, pencatatan, analisis, tindak lanjut, dan umpan balik ke pelanggan.

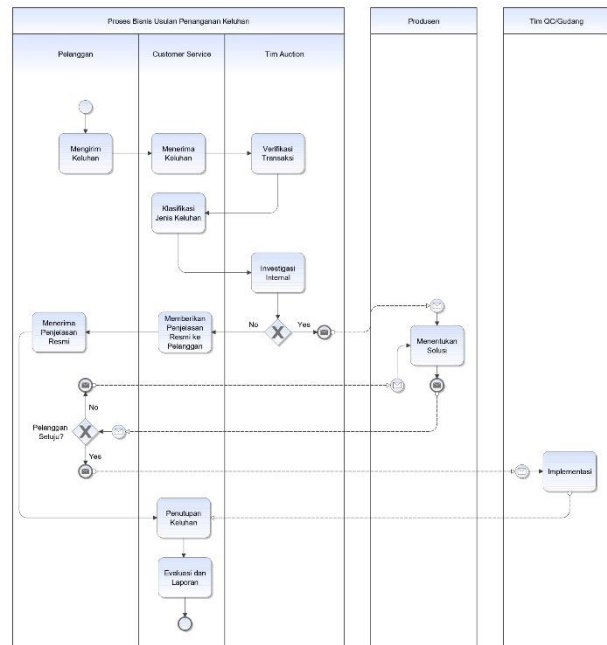
Requirement klausul 8.2.1 ISO 9001:2015	Kondisi Aktual (As-Is)	GAP Analysis	Usulan
d. Menangani atau mengendalikan barang milik pelanggan;	Belum ada ketentuan dan aturan cara secara terdokumentasi dalam menangani atau mengendalikan barang milik pelanggan.	Menimbulkan ketidaktauhan cara melakukan penanganan atau pengendalian barang milik pelanggan.	PT XYZ membuat tindakan penanganan keluhan dengan membuat aturan komunikasi dengan pelanggan dan dokumentasi bukti penyelesaian.
e. Membuat persyaratan khusus untuk tindakan kontingensi, jika relevan	Belum ada persyaratan khusus untuk tindakan kontingensi	Jika terjadi kontingensi atau hal tak terduga, maka keputusan akan sulit diambil karena belum ada mekanisme penanganan kontingensi khusus	PT XYZ membuat mekanisme eskalasi dan instruksi kerja komunikasi ke produsen dan kepada pelanggan.

Pada tabel 3.1, berisikan *GAP analysis* untuk menjadi acuan usulan perancangan yang akan dirancang sehingga pada tahap perancangan akan menyesuaikan pada hasil *GAP analysis*.

C. Tahap Perancangan

Pada tahap ini dilakukan perancangan kembali atau pada BPM *lifecycle* merupakan tahap *proses redesign* dengan membuat usulan rancangan proses bisnis dan prosedur penanganan keluhan. Pertama, proses yang dilakukan adalah identifikasi komponen proses menggunakan 18 item proses bisnis. Kemudian, ditentukan spesifikasi atau persyaratan yang relevan dalam merancang proses bisnis yang baru. Persyaratan ini juga mengacu pada identifikasi komponen-komponen proses dari keseluruhan pelaksanaan Auction teh dan juga pada visi, misi PT XYZ.

Penetapan *input* proses dilakukan untuk menentukan *input* yang akan menjadi sebuah proses baru dalam pembuatan proses bisnis usulan pada penanganan keluhan pelanggan. Kemudian ditentukan juga *outpu* dan *outcome* pada proses yang telah ditentukan. Sehingga, proses bisnis usulan telah berhasil dibuat dan mulai melakukan perancangan prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan.



Gambar 3. 1 Proses Bisnis Usulan Penanganan Keluhan dan Komunikasi Pelanggan

Pada gambar 3.1, merupakan rancangan proses bisnis penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang diusulkan berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan pada tahap sebelumnya yang bermula dari *levelling proses* pada bisnis Auction teh, dilanjutkan gap analysis kondisi aktual dengan requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1, mengidentifikasi 18 item proses bisnis dan menentukan spesifikasi rancangan.

Pada verifikasi hasil pada penelitian ini, terdapat 2 verifikasi yaitu verifikasi terhadap tujuan tugas akhir dan requirement ISO 9001:2015 yang menggunakan perbandingan hasil rancangan yang diusulkan dengan requirement yang digunakan pada pembuatan usulan yaitu ISO 9001:2015 klausul 8.2.1. Verifikasi yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang sudah sesuai dengan semua aspek yang digunakan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis hasil rancangan dilakukan dengan membandingkan cara penangan keluhan pada kondisi sebelum dan setelah terdapat hasil prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan. Hasil prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan telah sesuai dengan requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 yang membahas mengenai komunikasi pelanggan dan telah dirancang dengan mencakup kegunaan, tujuan, ruang lingkup, referensi dan juga instruksi kerja untuk memberikan detail pelaksanaan dalam komunikasi produsen maupun pelanggan. Serta ditetapkan tujuan dan kegunaan serta ruang lingkup dapat diketahui batasan dari pelaksanaan penanganan keluhan.

Tabel 4. 1 Cara Penangan Keluhan pada Kondisi Sebelum dan Setelah Prosedur

Penanganan Keluhan Kondisi Aktual	Penanganan Keluhan Setelah Prosedur
-----------------------------------	-------------------------------------

Penanganan keluhan dilakukan secara verbal	Penanganan keluhan lebih terstruktur dan sistematis dari proses penerimaan hingga penawaran solusi dan pemantauan implementasi.
Laporan keluhan tidak terdokumentasi	Setiap proses pada prosedur dilakukan menggunakan formulir untuk mempermudah proses dokumentasi.
Tidak memiliki panduan tata cara komunikasi kepada Produsen dan Pelanggan.	Tata cara komunikasi kepada Produsen dan Pelanggan telah diatur untuk proses yang lebih terperinci.

Pada tabel 4.1 memberikan penjelasan perbedaan cara penanganan keluhan antara kondisi sebelum dan setelah adanya prosedur seperti dapat memberikan panduan kepada PT XYZ dalam melaksanakan penanganan keluhan dan komunikasi yang lebih sistematis dan terstruktur dari penerimaan keluhan pelanggan dilanjutkan tahap investigasi keluhan serta diteruskan kepada Produsen untuk mendapatkan penawaran solusi sampai pada akhir proses terdapat pemantauan terhadap implementasi solusi yang dilakukan. Proses pelaksanaan prosedur menggunakan formulir untuk mendokumentasikan setiap keluhan yang masuk. Serta, terdapat tata cara komunikasi untuk melakukan proses penanganan keluhan kepada Produsen dan Pelanggan.

Tabel 4. 2 Kelebihan dan Kekurangan Hasil Rancangan

No.	Kelebihan	Kekurangan
1.	Prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan memberikan panduan kepada pekerja dalam melakukan penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan setelah proses penjualan.	Prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan belum dilakukan secara nyata.
2.	Tampilan <i>website dummy</i> memberikan gambaran media penerimaan dan penanganan keluhan.	Tampilan <i>website dummy</i> hanya dibuat dalam desain ui/ux dan belum dirancang dalam bentuk sistem informasi sesungguhnya.
3.	Proses penanganan dilakukan lebih sistematis dan terstruktur dari proses penerimaan keluhan, penawaran solusi hingga pemantauan implementasi solusi.	Memerlukan sumber daya lebih dalam melakukan tugas penanganan keluhan ini dan juga penyesuaian pelaksanaan karena adanya prosedur baru.
4.	Tampilan <i>website dummy</i> dapat memberikan gambaran pemantauan dari setiap proses yang dilakukan.	Tampilan <i>website dummy</i> belum menggunakan data real-time.
5.	Keluhan dari pelanggan akan terdokumentasi.	Sumber daya memerlukan pelatihan tambahan terkait pelaksanaan prosedur penanganan keluhan.

No.	Kelebihan	Kekurangan
6.	Instruksi kerja memberikan cara komunikasi terhadap pelanggan untuk solusi yang diberikan untuk menjawab keluhan dari pelanggan.	Berpotensi terdapat penolakan perubahan akibat peningkatan beban kerja terhadap beberapa <i>stakeholder</i> karena terdapat proses aktivitas baru.

Pada tabel 4.2, memberikan penjelasan kelebihan dan kekurangan dari prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang telah dirancang memiliki nilai tambah dalam memberikan panduan kepada pekerja dengan proses penanganan dari penerimaan hingga selesai yang lebih sistematis dan terstruktur, terdokumentasi serta tata cara komunikasi yang diatur dalam instruksi kerja. Tetapi, terdapat kekurangan pada belum dilakukannya prosedur secara nyata dan kesiapan sumber daya dalam menjalankan prosedur baru.

Usulan rancangan prosedur penanganan keluhan pada Bisnis Auction teh ini juga akan mengakibatkan beberapa perubahan terhadap Produsen dan Perusahaan Holding.

1. Produsen

Perubahan proses terjadi pada proses penawaran solusi yang diberikan oleh Produsen, proses penawaran solusi dilakukan sebagai bentuk penyelesaian permasalahan dari pihak produsen. Pada kondisi sebelumnya tidak terdapat proses penawaran solusi terhadap pelanggan. Tetapi, pada rancangan prosedur penanganan keluhan pelanggan sudah memiliki proses tersebut. Produsen juga perlu mempelajari proses dari tampilan *website dummy* prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan dalam melakukan proses penawaran solusi.

2. Perusahaan Holding

Pada Perusahaan Holding sebagai pihak pemegang hak penuh atas gudang dan *quality control* mengalami penyesuaian dalam proses pelaporan atas *quality control* yang dilakukan lebih rinci dan terstruktur. Proses ini akan digunakan sebagai landasan dari proses investigasi keluhan yang dilakukan oleh customer service dan tim Auction teh, sehingga investigasi yang dilakukan menjadi lebih objektif dengan berlandaskan data serta terdapat proses implementasi untuk melakukan penyelesaian solusi yang ditawarkan oleh Produsen. Holding juga perlu mempelajari proses dari tampilan *website dummy* prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan dalam melakukan proses pelaporan implementasi.

V. KESIMPULAN

Pada tugas akhir ini penulis membantu mengusulkan dua rancangan antara lain,

1. Rancangan prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan yang sistematis dan terstruktur untuk memberikan panduan untuk penanganan keluhan. Hasil rancangan ini juga berisikan instruksi kerja pemberian investigasi, instruksi kerja penerimaan solusi dari produsen, dan instruksi kerja komunikasi pelanggan. Seluruh instruksi kerja dibantu dengan pengisian beberapa formulir yang akan menciptakan keluhan pelanggan yang lebih terdokumentasi serta akan memandu proses komunikasi kepada produsen maupun pelanggan dengan terstruktur. Prosedur usulan ini

juga sudah memenuhi dengan requirement ISO 9001:2015 klausul 8.2.1 mengenai komunikasi pelanggan. Sehingga, diharapkan dengan adanya hasil rancangan ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan PT XYZ dalam menjalankan bisnis Auction teh yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Pembuatan tampilan website dummy prosedur penanganan keluhan dan komunikasi pelanggan membantu proses prosedur ketika dilakukan secara digital. Tampilan website dummy berfungsi untuk gambaran media pelanggan dalam menyampaikan keluhan secara langsung dan terdokumentasi, memantau perkembangan penanganan keluhannya, serta memastikan transparansi dalam setiap tahapan penyelesaian.

REFERENSI

Electronic References

• Books

- [1] Association of Business Proses Management Professionals. (2013). Business Proses Management. In BPM CBOK Version 3.0: Guide to the Business Proses Management Common Body of Knowledge (p. 43). California: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- [2] Association of Business Proses Management Professionals. (2019). Business Proses Management. In BPM CBOK Version 4.0: Guide to the BPM Common Body of Knowledge (p. 33). Las Vegas.
- [3] Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2013). Fundamentals of Business Proses Managemen. New York: Springer.
- [4] Hammer, M., & Champy, J. (1993). Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business. Harper Business.
- [5] ISO 9001. (2015). QUALITY MANAGEMENT SYSTEM – REQUIREMENT.
- [6] Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian. Yogyakarta: CV. Andi.
- [7] SEBok. (2015). Guide to the Systems Engineering Body of Knowledge
- [8] Sopiah. (2008). Perilaku Organisasi. Edited by FI.Sigit Suryantoro. . Yogyakarta: : CV. Andi Offset (Penerbit ANDI).
- [9] Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- [10] Weske, M. (2007). Business Proses Management: Concepts, Languages, Architectures. New York: Springer.
- [11] Witara, K. (2018). Cara singkat memahami sistem manajemen mutu iso 9001:2015 dan implementasinya. Sukabumi: Albest.
- [12] Wulandari, T. (2018). Definisi Website.

• Journal

- [1] Chen, X., Deng, Y., Zhu, G., Wang, D., & Fang, Y. (2022). From Resource Auction to Service Auction: An Auction Paradigm Shift in Wireless Networks. IEEE Wireless Communications.
- [2] Darmawan, A., Wacono, S., & Saputra, J. (2020). PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN MUTU ISO 9001PADA KONTRAKTOR PT. X. Jurusan Teknik Sipil, Politeknik NegeriJakarta.
- [3] Harahap A. K, N. N. (2024). PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS. COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting.
- [4] Wambrau, N. R., Randang , J., & Kalesaran, E. (2019). PERAN KOMUNIKASI PERSUASIF CUSTOMER SERVICE DALAM MENARIK SIMPATI PADA PELANGGAN DI PT. BANK PAPUA CABANG BIAK KOTA. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/24552>.
- [5] Witara, K. (2018). Cara singkat memahami sistem manajemen mutu iso 9001:2015 dan implementasinya. Sukabumi: Albest.