

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1 TINJAUAN TEORI**

##### **3.1.1 Definisi Komplain**

Dalam menerima jasa pelayanan sebuah perusahaan jasa ada kalanya mengalami ketidakpuasan atas layanan jasa tersebut. Ketidakpuasan tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang disebut komplain atau klaim komplain merupakan sanggahan atau sikap menantang/menyanggah yang dinyatakan sebagai reaksi atau ketidakpuasan terhadap layanan.

Menurut Tjiptono (1996 : 138), mengemukakan paling tidak ada empat aspek untuk menangani keluhan, yaitu :

1. Empati terhadap pelanggan yang marah.
2. Kecepatan dalam penanganan keluhan.
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan.
4. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan.

##### **3.1.2 Perilaku Komplain**

Dalam hal ketidakpuasan, paling tidak terdapat empat kemungkinan respons pelanggan menurut Tjiptono, (2001 : 24), mengemukakan, yaitu:

1. Tidak melakukan apa-apa, maksudnya mereka tidak menyampaikan komplainnya kepada siapapun. Namun, kebanyakan diantara mereka praktis sudah beralih ke pemasok atau penyedia jasa lain.
2. Berhenti membeli produk/jasa perusahaan bersangkutan dan menyampaikan bad word-of-mouth kepada keluarga, rekan sejawat, maupun orang dekat lainnya (*private action*). Informasi negatif semacam itu biasanya mengalir cepat dan berdampak negatif pada citra perusahaan maupun sikap pelanggan terhadap penyedia jasa

dan produknya. Akibatnya, perusahaan bisa kehilangan banyak pelanggan potensial maupun pelanggan saat ini yang beralih ke pesaing.

3. Menyampaikan komplain secara langsung dan atau meminta kompensasi kepada perusahaan maupun penyalurnya. Bila ini terjadi, sesungguhnya perusahaan memperoleh “Berkah Tersembunyi” (*blessing in disguise*). Paling tidak, perusahaan mendapat umpan balik yang berharga dari berbagai komplain yang disampaikan dan ada peluang untuk mengatasi masalah sebelum menyebar luas (apalagi sampai merusak citra perusahaan dan reputasi perusahaan). Bila komplain berhasil ditangani secara dan memuaskan, konsumen yang semula tidak puas bisa berubah menjadi puas dan tetap akan membeli produk/jasa perusahaan. Ini sangat kontras dengan konsumen yang langsung berhenti memakai jasa perusahaan tanpa menyampaikan komplain. Perusahaan tidak akan bisa mengetahui penyebab kekecewaan dan melakukan perbaikan.
4. Mengadu lewat media massa (misalnya menulis di “surat pembaca”, surat kabar), mengadu ke lembaga konsumen atau instansi pemerintah terkait, dan menuntut produsen penyedia jasa secara hukum. Ini merupakan bentuk komplain yang paling ditakuti pemerintah atau instansi pemerintah terkait. Komunikasi pemasaran dan Public Relations memegang peranan vital dalam mengantisipasi dan menangani kemungkinan terjadinya bentuk komplain ini.

### **3.1.3 Keluhan Pelanggan**

Dalam Tjiptono (1996: 148), mengemukakan sistem keluhan dan saran mempunyai peran yang sangat penting artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

Media yang bisa digunakan meliputi kontak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, maupun

menyediakan saluran telepon.

### **3.1.4 Manajemen Komplain**

Manajemen Komplain merupakan sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang metode – metode atau strategi – strategi dalam menangani dan mengelola keluhan konsumen untuk menciptakan keuntungan yang diperoleh dari berbagai faktor lainnya sehingga terbentuk model ekonomi yang efisien dan sekaligus mengetahui apakah investasi yang dilakukan perusahaan selama ini telah berhasil atau tidak.

Menurut Tjiptono, (2000 : 173), mengemukakan Manajemen Komplain adalah bentuk penanganan atau penataan, pengaturan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menyelesaikan atau mengatasi sanggahan atau reaksi ketidakpuasan atau ketidaksetujuan konsumen terhadap kegiatan – kegiatan fungsi manajemen yang dilakukan tidak efisien dan efektif oleh perusahaan tersebut

Berbagai metode yang dipakai untuk mengatasi keluhan adalah untuk memberikan kepuasan yang optimal kepada konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen, terhadap jasa perusahaan dalam manajemen komplain adalah bagaimana mengubah keluhan dan kritikan konsumen menjadi informasi yang berharga bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepuasan serta menciptakan loyalitas konsumen.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen komplain merupakan suatu cara atau strategi yang digunakan oleh pihak perusahaan dalam menangani keluhan konsumen, yaitu dengan memandang bahwa keluhan konsumen merupakan suatu kesempatan bagi pihak perusahaan untuk dapat mempertahankan konsumen tersebut melalui proses penanganan keluhan yang efektif dan dapat menjadikan informasi – informasi yang berasal dari keluhan konsumen tersebut sebagai suatu landasan dalam mengembangkan kegiatan usaha perusahaan selanjutnya.

### 3.1.5 Prinsip – prinsip Manajemen Komplain

Menurut Irawan, (2002: 97), menyatakan berikut prinsip – prinsip dalam manajemen komplain yang baik :

#### 1. Saluran Komunikasi dari lini depan kepada sistem informasi.

Saluran komunikasi dari lini depan ke sistem informasi sangat bernilai tinggi dalam mengatasi komplain. Sebagai contoh penggunaan saluran komunikasi yang sangat kreatif adalah penelusuran jejak yang digunakan oleh perusahaan jasa antar seperti UPS dan Federal Express. Di setiap daerah/lokal perantara (transit), kode paket yang telah discanner mengidentifikasi informasi tersebut ke komputer pusat.

#### 2. Penanganan Segera

Penanganan Segera adalah prinsip penting lainnya dalam manajemen komplain. Jika keluhan disaat proses pelayanan maka waktu adalah esensi untuk mencapai pemulihan penuh. Bila keluhan dibuat setelah itu, banyak perusahaan telah menetapkan kebijakan merespon dalam waktu 24 jam atau lebih cepat. Maka dari itu respon cepat atau penanganan segera masih sangat penting dalam perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

#### 3. Kemampuan Untuk Mengatur Komplain.

Kemampuan untuk mengatur komplain atau menangani komplain sangat penting bagi suksesnya penyelesaian masalah pelanggan. Karena kecepatan penyelesaian resolusi suatu masalah sangat penting, maka kemampuan mengatur/menangani komplain biasanya diserahkan pada lini depan dan ditangani dengan baik oleh lini depan perusahaan.

#### 4. Daya Tanggap

Daya tanggap berarti komplain akan diselesaikan secara cepat jika. Jika komplain tidak dapat diselesaikan secepatnya maka setidaknya perusahaan mengkomunikasikan fakta ini kepada pelanggan dengan cepat dan tepat tindakan apa yang terjadi untuk

resolusi masalahnya. Beberapa prinsip yang telah didiskusikan diatas sejauh ini berkaitan erat dengan cepat tanggap. Contohnya saluran komunikasi yang baik dan komputerisasi yang lebih cepat dalam menangani keluhan, dan lain – lain. Juga lini handal cenderung memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalahnya dengan cepat. Dua hal yang harus dilakukan oleh perusahaan, yaitu:

- a. Tanggapi dengan segera semua keluhan pelanggan.
- b. Beritahukan pelanggan akan apa yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah.

Ketika organisasi sudah membuat kesalahan, telah menjadi tanggung jawab organisasi itu sendiri untuk memperbaiki kesalahan tersebut.

### **3.1.6 Dimensi Manajemen Komplain.**

Menurut Tjiptono, (2000 :173), mengemukakan manajemen komplain memiliki lima dimensi pokok tersebut, yaitu:

#### *1. Commitment*

Diperlukan adanya sebuah komitmen untuk menciptakan suatu penanganan keluhan yang efektif dan efisien. Semua anggota organisasi, termasuk pihak manajemen, berkomitmen tinggi untuk mendengarkan dan menyelesaikan masalah komplain dalam rangka peningkatan kualitas produk dan jasa.

#### *2. Fairness*

Sebuah proses penanganan keluhan harus mengetahui dan memahami tentang keadilan dan kewajiban kebutuhan serta kepentingan dari kedua belah pihak, yaitu pihak perusahaan dan pihak konsumen.

#### *3. Visibility*

Sebuah proses penanganan keluhan sebaiknya dipublikasikan

kepada para konsumen dan kepada para staff/karyawan perusahaan. Hal ini akan mencakup informasi mengenai cara dan hak dalam menyampaikan keluhan.

#### 4. *Responsiveness*

Pada penanganan keluhan, kecepatan merupakan hal yang sangat penting dibutuhkan oleh para konsumen.

#### 5. *Simple*

Adanya fasilitas dan kemudahan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan:

- a. Tidak melakukan apa-apa, maksudnya mereka tidak menyampaikan komplainnya kepada siapapun. Namun, kebanyakan diantara mereka praktis sudah beralih ke pemasok atau penyedia jasa lain.
- b. Berhenti membeli produk/jasa perusahaan bersangkutan dan menyampaikan bad word-of-mouth kepada keluarga, rekan sejawat, maupun orang dekat lainnya (*private action*) informasi negatif semacam itu biasanya mengalir cepat dan berdampak negatif pada citra perusahaan maupun sikap pelanggan terhadap penyedia jasa dan produknya. Akibatnya, perusahaan bisa kehilangan banyak pelanggan potensial maupun pelanggan saat ini yang beralih ke pesaing .
- c. Menyampaikan komplain secara langsung dan atau meminta kompensasi kepada perusahaan maupun penyalurnya. Bila ini terjadi, sesungguhnya perusahaan memperoleh “Berkah Tersembunyi” (*Blessing in disguise*). Paling tidak, perusahaan mendapat umpan balik yang berharga dari berbagai komplain yang disampaikan dan ada peluang untuk mengatasi masalah sebelum menyebar luas (apalagi sampai merusak citra perusahaan dan reputasi perusahaan). Bila komplain berhasil ditangani secara dan memuaskan, konsumen yang semula tidak puas bisa berubah menjadi puas dan tetap akan membeli produk / jasa perusahaan.

Ini sangat kontras dengan konsumen yang langsung berhenti memakai jasa perusahaan tanpa menyampaikan komplain. Perusahaan tidak akan bisa mengetahui penyebab kekecewaan dan melakukan perbaikan.

- d. Mengadu lewat media massa (misalnya menulis di “surat pembaca”, surat kabar), mengadu ke lembaga konsumen atau instansi pemerintah terkait, dan menuntut produsen penyedia jasa secara hukum. Ini merupakan bentuk komplain yang paling ditakuti pemerintah atau instansi pemerintah terkait. Komunikasi pemasaran dan Public Relations memegang peranan vital dalam mengantisipasi dan menangani kemungkinan terjadinya bentuk komplain ini.

### **3.1.7 Penanganan Keluhan**

Salah satu faktor yang paling mempengaruhi kepuasan dan persepsi pelanggan terhadap mutu pelayanan adalah bagaimana menangani keluhan pelanggan. Bila seorang pelanggan datang ke tempat anda dan mengadukan keluhan, jangan dipandang suatu masalah. Lihatlah hal itu sebagai suatu kesempatan emas. Pelanggan yang telah meluangkan waktu berharganya untuk menghubungi anda dengan keluhannya, juga memberikan informasi gratis mengenai cara-cara memperbaiki bisnis anda. Mereka juga memberitahu anda apa persisnya yang harus dilakukan untuk memuaskan mereka saat ini dan pada masa mendatang. Dengarkan keluhan mereka. Tanyakan lebih banyak informasi lagi. Pastikan apasesungguhnya yang diinginkan pelanggan dan kemudian penuhi keinginan mereka. Kunci untuk memamanajemeni keluhan pelanggan adalah staff yang sangat terlatih dan pemulihan secara aktif serta proses restitusi. Pemulihan dan restitusi yang sesuai dengan keluhan pelanggan dan kepuasan setelah diajukan sangat penting bagi keberhasilan anda dan penjualan di masa mendatang.

Menurut Keegan (2003:395), dalam memamanajemeni keluhan

pelanggan hal-hal yang perlu dilakukan adalah:

1. Minta Maaf Beritahukan pelanggan bahwa anda menyesal atas ketidaknyamanan yang terjadi.
2. Pentingnya Menyatakan Kembali Menyatakan kembali keluhan dengan menggunakan kata-kata sendiri menunjukkan bahwa anda benar-benar memahami keluhan dan anda serta pelanggan berada pada pemahaman yang sama. Komunikasikan kepada pelanggan secara jelas bahwa anda memahami masalahnya dan menghargai apa yang dirasakannya.
3. Restitusi Pada tahap ini, lakukan apa saja untuk memuaskan pelanggan. Berikan kepada pelanggan apa saja yang dibutuhkan, diinginkan, atau diharapkan dari anda untuk menyelesaikan keluhan tanpa harus merugikan anda.
4. Tindak Lanjut Cek bersama pelanggan sebelum mereka pergi untuk memastikan bahwa mereka puas. Kemudian, dalam waktu satu minggu teleponlah mereka dan tulisi surat untuk memastikan bahwa mereka tetap puas. Anda juga bisa menyertakan kupon diskon dalam surat itu. Pastikan terus berhubungan dengan pelanggan tersebut.

### **3.1.8 Pentingnya Penanganan Keluhan**

Menurut Sutojo (2003:56), menyebutkan bahwa terdapat beberapa alasan mengapa seseorang tidak lagi membeli atau mengonsumsi suatu jasa, yaitu:

1. 1% meninggal dunia
2. 3% pindah tempat
3. 5% minat berubah
4. 9% pindah langganan pada perusahaan saingan
5. 15% tidak puas pada produk yang dibeli
6. 68% tidak puas terhadap layanan pimpinan dan karyawan perusahaan, termasuk cara mereka menangani tuntutan (klaim) jaminan karena diperlakukan kasar, kurang diperhatikan atau diacuhkan.

Melihat pernyataan diatas, dapat dijelaskan bahwa kebanyakan



konsumen yang berpaling dari suatu produk jasa atau penggunaan jasa adalah para konsumen yang tidak puas atau kecewa atas jasa tersebut. Dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan yang baik sangatlah mutlak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, khususnya yang bergerak dibidang jasa sebagai suatu upaya mempertahankan para pelanggan dan yang paling penting adalah untuk tetap mempertahankan profit perusahaan.

Tipe-Tipe Pelanggan yang Mengajukan Komplain Dalam kaitannya dengan komplain, Denham yang dikutip (Anastasia 2000:170), mengidentifikasi tipe-tipe pelanggan yang mengajukan komplain, yaitu:

1. *Active complainers*

*Active complainers* adalah mereka yang memahami haknya, asertif, percaya diri, dan tahu persis cara menyampaikan komplain. Bila ekspektasi mereka akan pelayanan dan nilai tidak terpenuhi, mereka akan menyampaikan komplainnya ke perusahaan bersangkutan. Tipe pelanggan semacam ini sangat berharga bagi perusahaan, karena mereka cenderung langsung menginformasikan dan mencari solusi atas setiap komplain yang mereka alami. Dengan demikian perusahaan masih berpeluang melakukan perbaikan dan memuaskan mereka.

2. *Inactive complainers*

*Inactive complainers* adalah mereka yang lebih suka menyampaikan keluhan kepada orang lain (teman, keluarga, tetangga, rekan kerja) daripada langsung kepada perusahaan bersangkutan. Mereka cenderung langsung berganti pemasok dan tidak pernah kembali lagi ke perusahaan yang mengecewakan mereka. Dengan demikian, peluang perbaikan perusahaan praktis tidak ada.

3. *Hyperactive complainers*

*Hyperactive complainers* adalah mereka yang selalu komplain terhadap siapapun untuk masalah apapun. Tipe ini biasa disebut pula

chronic complainers yang kadangkala berlaku kasar dan agresif. Mereka ini hampir tidak mungkin dipuaskan karena tujuan komplainnya lebih dilatarbelakangi keinginan untuk mencari “untung”.

### **3.1.9 Harapan Konsumen Atas Penanganan Keluhan**

Dalam melakukan atau menyampaikan keluhan, konsumen mempunyai harapan-harapan atas keluhan yang telah mereka utarakan tersebut. Secara spesifik konsumen mengharapkan suatu keadilan, kejujuran, dan kewajiban dari pihak perusahaan dalam menangani setiap keluhan atas ketidakpuasan para konsumen tersebut. Steve Brown dan Steve Tax dikutip oleh Anastasia (2000:170), menjelaskan bahwa terdapat tiga jenis keadilan yang diharapkan oleh para konsumen pada saat perusahaan menangani keluhan mereka, yaitu Outcome Fairness, Procedural Fairness, Interactional Fairness.

#### *1. Outcome fairness*

Konsumen mengharapkan suatu outcome atau kebijaksanaan atau kompensasi yang sesuai dengan tingkat kekecewaan mereka. Kompensasi ini dapat berbentuk penggantian atau pengambilan biaya yang telah dikeluarkan oleh pihak konsumen, memberikan pelayanan secara Cuma-cuma, permintaan maaf dan penggantian dengan pelayanan yang lain. Konsumen akan sangat menghargai apabila perusahaan membuat beberapa pilihan untuk dipilih oleh konsumen dalam kompensasi tersebut.

#### *2. Procedural Fairness*

Selain harapan atas kompensasi yang setimpal, konsumen juga mengharapkan suatu kebijaksanaan dan peraturan perusahaan serta proses penanganan keluhan yang tidak menyita waktu mereka terlalu lama. Konsumen sangat mengharapkan akses yang paling mudah dalam proses penyampaian keluhan mereka tersebut dan konsumen juga mengharapkan rasa kekecewaan mereka tersebut segera diselesaikan, terutama oleh orang pertama dan perusahaan yang

mereka hubungi. Prosedur perusahaan dalam penanganan keluhan dapat dikatakan fair apabila mempunyai karakteristik jelas, cepat dan memberikan rasa kenyamanan bagi konsumen yang menyampaikan keluhannya.

### 3. Interactional Fairness

Disamping harapan - harapan konsumen diatas, konsumen juga sangat mengharapkan untuk diperlakukan secara sopan, ramah, dan jujur. Bentuk keadilan ini sangat mendominasi sikap dan perasaan konsumen terhadap hasil (outcome) dan proses (procedure) dalam penanganan keluhan oleh perusahaan.

#### **3.1.10 Cara Menghadapi Keluhan Konsumen**

Didalam menanggapi konsumen ada beberapa hal yang dapat diterapkan oleh perusahaan sebagaimana yang dikemukakan oleh Tjiptono(2000:159), dalam I.N.R. Pendit dan Tata Sudarta sebagai berikut:

1. Melakukan aktifitas recruitment penempatan, pelatihan dan promosi yang pengaruh pada keunggulan service recovery secara keseluruhan.
2. Secara aktif mengumpulkan atau menampung dari keluhan konsumen yang dipandang sebagai peluang pemasaran dan penyempurnaan proses.
3. Mengukur biaya primer dan sekunder dari konsumen yang tidak puas lalu melakukan penyesuaian investasi terhadap tingkat biaya tersebut.
4. Memperdayakan karyawan front liner untuk mengambil tindakan yang tepat dalam rangka service recovery.
5. Mengembangkan jalur komunikasi yang singkat antara konsumen dan manajer
6. Memberikan penghargaan kepada setiap karyawan yang menerima dan memecahkan masalah keluhan pelanggan konsumen serta memperbaiki sumber-sumber perusahaan.

7. Memasukkan keunggulan pelayanan dan recovery sebagai bagian dan strategi bisnis perusahaan.
8. Komitmen manajemen puncak terhadap 2 hal utama, yaitu melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan mengembangkan service recovery secara efektif.

### **3.2 TINJAUAN PRAKTIK**

#### **3.2.1 Keluhan – Keluhan Yang Disampaikan Oleh Para Pelanggan Kepada Pihak PDAM Tirta Moedal Kota Semarang**

Keluhan – keluhan pelanggan yang disampaikan pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang, yaitu:

##### **1. Sambungan Pelanggan**

Jenis pengaduan pelanggan yang keterkaitannya dengan sambungan pelanggan meliputi:

- a. Meter air hilang dan box meter tidak ada hal ini disebabkan karena pencurian.
- b. Angka meter tidak valid disebabkan karena kebocoran jaringan di dalam rumah Pelanggan.
- c. Meter air mati atau rusak disebabkan karena faktor disengaja dan tidak disengaja.

Faktor disengaja misalnya meter air dipukul oleh pemilik rumah sedangkan ketidaksengajaan disebabkan karena kondisi alam seperti meter air tertimpa pohon dan pergeseran alam.

- a. Kerusakan pipa dibagi menjadi dua yaitu kerusakan pipa jaringan dinas dan kerusakan pipa rumah. Kerusakan pipa jaringan diakibatkan karena kondisi alam dan ketidaksengajaan manusia. Kondisi alam meliputi tanah longsor, pergeseran tanah, akar pohon yang membesar. Ketidaksengajaan manusia disebabkan karena pipa tertabrak mobil pasir sehingga lem lepas dan terkena linggis saat perbaikan jalan.
- a. Pencurian air dilakukan karena unsur kesengajaan yaitu memasukkan benda kecil kedalam kipas meter air, menjebol

saluran pipa dan menyalurkannya ke rumah. Selain itu juga dapat dilakukan dengan memasang T sebelum meter.

- b. Pelanggan tidak mau diputus disebabkan karena adanya beberapa pelanggan PDAM yang memberikan ancaman secara fisik kepada petugas, sehingga petugas terpaksa memberikan jangkauan waktu pembayaran sesuai kesepakatan.

## 2. Kesalahan Rekening

- a. Rekening dobel disebabkan karena pelanggan sudah melakukan pembayaran di parsih namun belum terupdate oleh pegawai yang bersangkutan, dikantor pusatlah dilakukan kembali pembayaran oleh pelanggan yang berbeda dengan nomor sambungan yang sama.
- b. Pemakaian air melonjak ini disebabkan karena kebocoran pipa persil, salah pencatatan dan bisa jadi karena kerusakan meteran.
- c. .Stand Meter salah baca disebabkan karena petugas kontrol meter salah membaca angka meteran karena faktor tertentu semisal rasa lelah, kecapekandan rasa lapar,dll. Untuk menghindari hal tersebut petugas kontrol meter memfoto angka meter kemudian angka diolah secara terkomputerisasi.

## 3. Distribusi

- a. Air mati disebabkan karena pipa bocor dan debit air kurang.
- b. Aliran air kecil dikarenakan kondisi air geografis yang berbeda-beda disetiap wilayah. Selain itu semakin bertambahnya pelanggan mengakibatkan penggunaan air semakin meningkat sehingga kadangkala petugas menstop aliran air di jam-jam tertentu.
- c. Air berbau disebabkan kran air atau penampung air mengandung bakteri sedangkan air berbau disebabkan karena kadar besi tinggi dan tidak larut di air. Kasus seperti ini jarang terjadi karena air sebelum di alirkan ke pelanggan terlebih dahulu disortir menggunakan gas klor dan uji laboratorium.

- d. Pipa bocor bisa terjadi karena terkena alat bangunan yang tajam saat perbaikan, tanah longsor, lem kurang bagus, dan kondisi alam lainnya.

#### 4. Pelayanan

- a. Sambungan belum terpasang disebabkan karena beberapa hal antara lain pelanggan belum memiliki dana untuk membayar, karena ada beberapa hal yang bersifat teknis (debit air yang berkurang).
- b. Putus sementara adalah permohonan pelanggan untuk menutup sambungan air minumnya karena pelanggan kecewa, telah mempunyai sumur dan masuknya pansimnas, putus total terjadi apabila pelanggan mempunyai tunggakan rekening air lebih dari tiga bulan. Putus total tidak langsung akan tetapi pelanggan surat peringatan terlebih dahulu kemudian terjadi kesepakatan pembayaran, karena pelanggan mengingkari perjanjian maka PDAM melakukan pemutusan total.
- c. Sambung kembali adalah permintaan sambung kembali oleh pelanggan karena telah ditutup PDAM yang diakibatkan suatu hal semisal tidak terpenuhinya kewajiban pelanggan.
- d. Balik nama adalah penggantian nama bisa dilakukan setiap pelanggan.
- e. Pindah meter bisa dilakukan atas permintaan pelanggan semisal pelanggan membuat garasi yang ada disamping rumah kemudian meter air digeser beberapa meter dari garasi.

### **3.2.2 Penerimaan Komplain Pelanggan PT. PDAM Tirta Moedal Kota**

#### **Semarang**

Proses penerimaan komplain dilakukan setelah pelanggan menyampaikan keluhan yang dirasakan atau dialami terhadap produk, pelanggan dalam menyampaikan keluhan, perusahaan mempunyai dua cara penyampaian yaitu :

### 1. Keluhan lisan

Keluhan lisan merupakan suatu rasa ketidakpuasan yang disampaikan secara langsung baik tatap muka langsung maupun lewat telepon call center. Penyampaian keluhan yang diterapkan oleh PDAM Tirta Moedal Kota Semarang adalah pelanggan dapat langsung datang ke kantor PDAM Tirta Moedal Kota Semarang yang beralamat di Jl. Kelud Raya No 60 atau melalui telepon call center 024 76920999, lalu pelanggan dapat menjelaskan keluhan yang sebenarnya dialami terhadap produk.

### 2. Keluhan Tertulis

Keluhan tertulis merupakan keluhan yang disampaikan melalui tulisan (tidak langsung), dalam penyampaian keluhan tertulis pelanggan dapat melakukannya dengan cara :

- a. Melalui blangko pengaduan.
- b. Melalui Media online seperti facebook PDAM Kota Semarang, dan melalui twitter @PDAMKotaSMG.

Akses dalam penyampaian komplain didukung oleh unsur sarana dan prasarana seperti alamat perusahaan, media pengaduan komplain, mekanisme penyampaian komplain dan petugas penerima pengaduan.

Penerima pengaduan komplain pada PDAM Tirta Moedal Kota Semarang mengutamakan unsur keadilan dalam penerimaan komplain pelanggan karena menggambarkan bahwa adanya kesamaan perilaku penyamaan kepada pelanggan tanpa membedakan latar belakang pelanggan. Selain itu keadilan juga ditunjukkan dengan adanya kesamaan penyampaian komplain serta sikap petugas dalam menerima komplain.

### **3.2.3 Kebijakan Dalam Menangani Keluhan Pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang**

Berdasarkan wawancara Kebijakan penanganan keluhan pelanggan yang diterapkan di PDAM Tirta Moedal Kota Semarang terdapat

beberapa 5 kebijakan dalam menangani keluhan pelanggan, yaitu:

1. PDAM Tirta Moedal Kota Semarang menerima dan mendengarkan segala keluhan pelanggan baik melalui Call Center, Media Massa, Sosial media seperti Facebook dan Twitter.
2. PDAM Tirta Moedal Kota Semarang mencatat semua keluhan pelanggan yang telah disampaikan oleh pelanggan.
3. PDAM Tirta Moedal Kota Semarang Mengupayakan keluhan pelanggan segera terselesaikan yang ada penanganan di selesaikan maksimal selama 3 hari setelah pengaduan.
4. PDAM Tirta Moedal Kota Semarang memberitahukan kepada pelanggan langkah PDAM dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
5. Memberitahukan kepada pelanggan petugas yang akan menuju lokasi dan menangani keluhan pelanggan.

### **3.2.4 Penerapan Penanganan Komplain pada PDAM Tirta Moedal Kota Semarang**

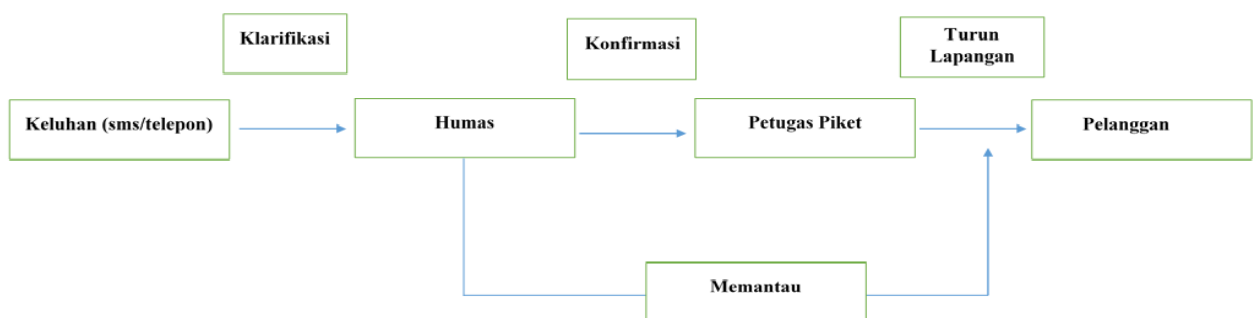
Untuk menangani manajemen komplain pelanggan hal dasar yang harus dilakukan karyawan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang pada bagian call center karyawan harus menjawab telepon dengan ramah dan sopan, karyawan harus dapat menahan emosi saat menerima komplain masuk dari pelanggan. Sebagian besar dari pelanggan yang komplain adalah mereka memiliki perhatian lebih terhadap perusahaan dan setiap komplain akan membuat perusahaan pekerja dengan baik. Oleh karena itu, PDAM Tirta Moedal Kota Semarang menangani komplain pelanggan dengan memuaskan sehingga loyalitas pelanggan dapat meningkat.

Terdapat 3 Mekanisme PDAM Tirta Moedal Kota Semarang dalam menangani komplain pelanggan, yaitu dengan cara:

1. Melalui *Call Center*:
  - a. Pelanggan Telpon langsung ke call center PDAM Tirta Moedal Kota Semarang.
  - b. Diterima oleh agen call center.



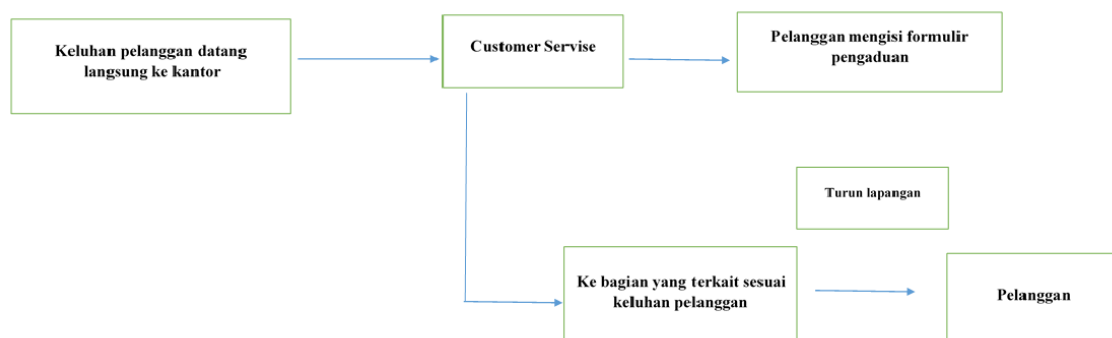
- c. Pelanggan yang mengadu akan diminta untuk memberi tahu alamatnya.
- d. Staff humas kemudian akan melakukan konfirmasi dengan petugas teknis lapangan untuk segera memperbaiki masalah yang dihadapi pelanggan.



**Gambar 3.1 Proses Penanganan Keluhan melalui Call Center**  
**Sumber: PDAM, 2017**

## 2. Blangko Pengaduan

- a. Pelangan yang datang diberikan form pengaduan untuk diisi tentang pengaduan permasalahan, kemudian form tersebut diterima oleh petugas bagian terkait sesuai dengan pengaduan yang diajukan.
- b. Pelanggan yang sudah mengisi form di berikan arahan untuk kembali ke rumah dan setelah diproses petugas bagian teknis segera datang ke alamat pelanggan yang melakukan *complain*.



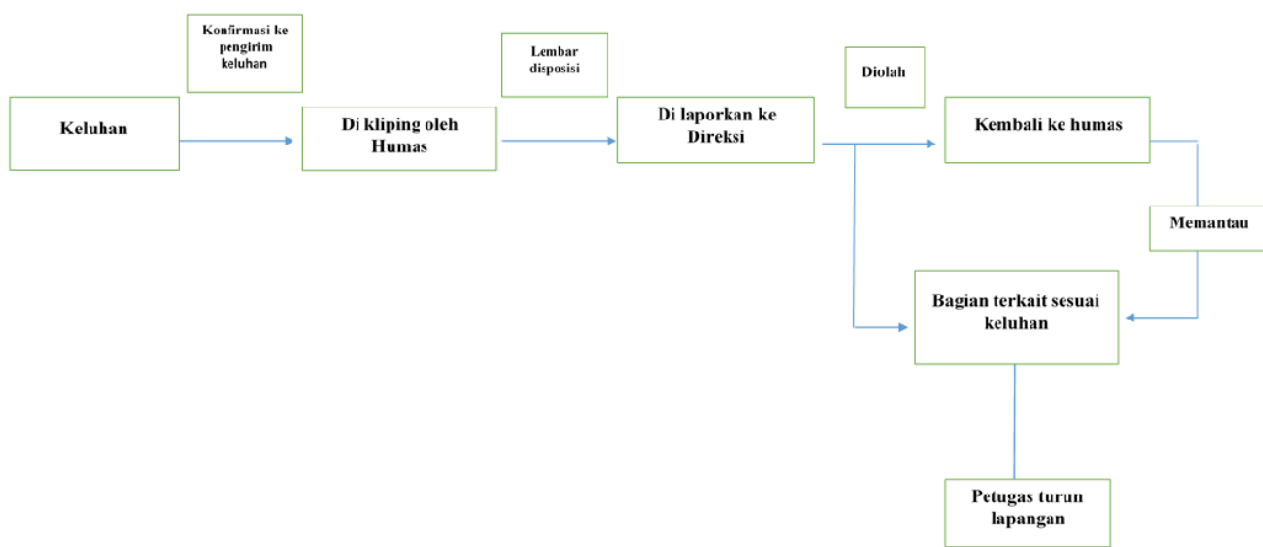
### Gambar 3.2 Proses Penanganan Keluhan melalui Call Center

Sumber: PDAM, 2017

#### 3. Media Massa

Untuk pengaduan melalui media massa melalui 2 media , yaitu media cetak dan media online. Penanganan media cetak sebagai berikut:

- a. Melalui surat kabar pengaduan akan di kliping dan kemudian no. Telepon yang tercantum tersebut akan dihubungi oleh pihak Staff Humas melalui telepon untuk konfirmasi masalah keluhan tersebut apakah masih berlangsung atau sudah baik, kemudian keluhan tersebut dimasukan kelembar disposisi untuk diajukan ke direksi, acuan tersebut dijadikan sebagai pedoman bagi petugas lapangan guna memperbaiki kerusakan .
- b. Melalui Media Online, PDAM Tirta Moedal Kota Semarang memiliki 2 media online yaitu facebook dengan akun PDAM Tirta Moedal Kota Semarang dan Akun Twitter @PDAMkotaSMG .Seluruh aduan kritik / saran yang masuk akan di balas oleh Admin sesuai jam kerja mulai dari Pukul 07.30 a.m-15.30 p.m. Semua keluhan yang masuk akan di catat dan jika memerlukan penanganan akan di serahkan ke bagian teknis .



**Gambar 3.2 Proses Penanganan Keluhan Melalui Media Massa**  
**Sumber: PDAM, 2017**

**3.2.5 Kendala Dalam Menangani Komplain Pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang**

Kendala yang sering dihadapi dalam bagian teknis, karena penanganannya membutuhkan proses dan waktu yang tidak sebentar, sehingga pelanggan harus menunggu sampai masalah kerusakan tersebut bisa teratasi dan diselesaikan.

Kendala tentang cuaca juga mempengaruhi tingkat aduan pelanggan, misalkan pada saat musim kemarau banyak yang mengeluhkan tentang air pam yang mati, dan pada waktu musim penghujan produksi air off karena air keruh terkena hujan atau air banjir.

**3.2.6 Penyelesaian Masalah**

PDAM Tirta Moedal Kota Semarang dalam menyelesaikan masalah/komplain terdapat 2 cara penyelesaian dari kendala yang terjadi yaitu secara teknis dan berdasarkan cuaca adapun cara yang dilakukan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang untuk menyelesaikan komplain dari pelanggan sebagai berikut:

**1. Penanganan Komplain Secara Teknis**

Penyelesaian komplain secara teknis sebagai berikut:

- a. Data keluhan pelanggan yang masuk di call center akan di

disposisikan oleh Humas kepada bagian Teknik untuk di tangani permasalahannya.

- b. Bagian Teknik melakukan konfirmasi kepada pelanggan untuk menanyakan permasalahan .
- c. Kemudian Teknisi mendatangi alamat pelanggan dan melakukan pengecekan serta membenahi kerusakan
- d. Setelah permasalahan teratasi , bagian teknis konfirmasi kepada pihak humas untuk mendata kerusakan yang sudah di tangani dan kemudian bagian Humas melakukan konfirmasi kepada pelanggan untuk mengecek apakah sudah teratasi atau masih ada permasalahan.

Penyelesaian masalah pelanggan dalam komplain bagian teknik, setelah pelanggan telepon melalui call center, surat kabar, ataupun media sosial komplain akan didata menurut komplain yang telah disampaikan pelanggan. Setelah itu diproses ke bagian teknisi untuk ditindaklanjuti ke lapangan sesuai dengan alamat pelanggan. Paling lama penyelesaian dilakukan selama 3 hari. Sebelum petugas datang menuju ke lapangan, petugas menghubungi pelanggan terlebih dahulu untuk memastikan keberadaan pelanggan.

2. Dalam penyelesaian masalah terhadap cuaca kemarau PDAM Tirta Moedal Kota Semarang memberikan bantuan berupa air satu tanki kepada pelanggan tetapi harus dibagikan ke pelanggan sekitar minimal 4 orang, bantuan akan diantar oleh petugas bagian teknik sesuai alamat pelanggan, apabila pelanggan tidak mau membagikan air maka PDAM tidak memberikan bantuan kepada pelanggan, tetapi pelanggan boleh membeli air dengan pun.