

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Komplain

Setiap perusahaan tidak lepas dari yang namanya komplain pelanggan, ada beberapa ahli berpendapat mengenai komplain pelanggan

1. Menurut Azzahra (2015), Komplain adalah keluhan atau pengaduan konsumen pada produsen. Komplain merupakan masukan penting untuk membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Sedangkan menurut Putri (2016:64), Komplain adalah ekspresi yang timbul akibat adanya perbedaan antara persepsi (apa yang dilihat) dan ekspektasi (apa yang diharapkan) pelanggan.

Dari kedua pendapat para ahli tersebut penulis dapat simpulkan bahwa komplain adalah keluhan atau pengaduan yang timbul akibat adanya perbedaan persepsi dan ekspektasi.

B. Penyebab Keluhan/Komplain

Menurut Sujatna (2008:116) ada empat tipe penyebab munculnya keluhan (*Guest Complain*) adalah sebagai berikut:

1. Hal-hal yang bersifat dinamis adalah adanya kerusakan pada fasilitas hotel misalnya:
 - a. Penerangan
 - b. AC
 - c. Interior di kamar atau ruang
 - d. Kunci kamar Air

2. Hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan biasanya disebabkan oleh:
 - b. Tamu harus menunggu lama
 - c. Penanganan kopor dan bawaan lainnya
 - d. Kamar yang kurang bersih
 - e. Kurang perlengkapan dikamar
3. Sikap Pegawai
 - a. Kasar
 - b. Kurang hati-hati
 - c. Tidak ramah, kurang sopan
 - d. Kurang peka dan tanggap terhadap keinginan tamu
 - e. Membeda-bedakan tamu
 - f. Malas, lamban
4. Sesuatu yang tidak biasa
 - a. Kurangnya kendaraan umum saat itu
 - b. Cuaca yang kurang menunjang
 - c. Ada binatang masuk hotel
 - d. Hal-hal lain yang terjadi di luar kemampuan hotel untuk mencegahnya.

C. Penanganan Keluhan Pelanggan

Menurut Putri (2016:66) ada beberapa prosedur dalam menangani keluhan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Tetap tenang.
2. Memberikan kesempatan pelanggan untuk menyatakan keluhannya.
3. Memberikan pelanggan perhatian penuh.

4. Dengarkan dengan seksama.
5. Hindarkan suara keras dan kata-kata kasar.
6. Hindarkan memotong pembicaraan tamu.
7. Jangan menyalahkan kerja atau manajemen.
8. Jangan menyalahkan keadaan.
9. Jangan menyalahkan tamu.
10. Ajukan pertanyaan.
11. Membenarkan masalah, jangan berdebat dan jangan mengatakan tidak setuju.
12. Menerima keluhan dengan penuh.
13. Tunjukkan pada tamu bahwa *receptionist* siap menindaklanjuti permintaannya/ meminta kejelasan dari atasan.
14. Meminta maaf atas kejadian yang tidak menyenangkan.
15. Menyelesaikan keluhan dengan tepat dan cepat.
16. Kembalilah pada tamu setelah selesai melakukan sesuatu baik berhasil atau gagal.
17. Ucapan terima kasih kepada tamu karena kritik-kritik membangun yang telah diberikan.
18. Meminta maaf sekali lagi.

Menangani keluhan pelanggan secara lebih dini adalah suatu sikap yang bijaksana dan tepat karena perusahaan lebih mampu mengantisipasi hal-hal yang dapat merugikan. Sekecil apapun kekecewaan pelanggan adalah merupakan keluhan yang harus ditangani.

D. Pengertian Pelanggan

“Pelanggan adalah orang yang paling penting di kantor, dalam kehadiran secara pribadi maupun melalui surat, pelanggan tidak tergantung kepada perusahaan justru perusahaan yang bergantung kepada pelanggan. Pelanggan bukanlah suatu gangguan terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan, justru pelanggan adalah tujuan dari pekerjaan, pelanggan adalah seseorang yang datang membawa keinginannya kepada perusahaan adalah tugas perusahaan untuk menangani keinginan-keinginan itu sedemikian rupa, sehingga menguntungkan dirinya dan pelanggan” Leboeuf (2010:110)

Menurut Putri (2016:64) *Customer*/Pelanggan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk dan jasa. Adapun jenis-jenis pelanggan sebagai berikut:

1. *Internal Customer*, orang-orang di dalam perusahaan yang pelayanannya tergantung pada perusahaan dan hanya memiliki sedikit pilihan/tidak sama sekali untuk menerima pelayanan perusahaan.
2. *Eksternal Customer*, orang-orang yang di dalam perusahaan yang pelayanannya tidak tergantung pada perusahaan dan berbisnis dengan perusahaan karena pilihan sendiri.

E. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kaihatu dkk, (2015:6), Kepuasan bersifat abstrak dan tidak mudah dimengerti oleh pihak perusahaan. Hal ini karena kepuasan pelanggan dapat dikatakan bersifat relatif sehingga apa yang dipersepsikan sebagai kepuasan oleh seorang konsumen belum tentu sama dengan konsumen yang lain.

“Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kinerja produk dengan harapannya, jika kinerja produk sesuai maka pelanggan akan puas atau senang begitu sebaliknya” Suyanto (2007:10).

F. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Memahami kepuasan pelanggan memang penting untuk kesuksesan perusahaan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Suharno (2004:139), adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk (dominan untuk media).
2. Harga.
3. *Service Quality*/kualitas layanan.
4. *Emotional Factor*/faktor emosional.
5. Kemudahan

G. *Service*/Layanan Konsumen

Banyak pelaku bisnis dan instruktur sumber daya manusia yang menyetengahkan kreativitasnya dalam mengolah kata “*service*” menjadi kata atau kalimat yang diperkirakan akan lebih bermakna dengan cara menguraikan setiap huruf. Barata (2008:18), di dalam suatu pelatihan pelayanan prima menguraikan kata *service* menjadi:

Self awareness : Menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi agar mampu memberikan pelayanan dengan benar

- Enthusiasm* : Melaksanakan pelayanan dengan penuh gairah.
- Reform* : Memperbaiki kinerja pelayanan
- Value* : Memberikan pelayanan yang mempunyai nilai
- Impressive* : Menampilkan diri secara menarik, tidak berlebihan.
- Care* : Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggann secara optimal.
- Evaluation* : Mengevaluasi pelaksanaan yang suda diberikan.

Banyak teori yang berpendapat tentang pengertian *service* selain teori diatas Sutedja (2006:5), menerangkan bahwa Pelayanan atau *service* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan juga dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu didasarkan dari orang yang memberikan pelayanan atau didasarkan atas peralatannya. Pelayanan mempunyai empat sifat utama yaitu *intangibility*, tak terpisah-pisah, beragam, dan tidak tahan lama