



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah singkat perusahaan

PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo yang beralamat di jalan raya bantar gebang setu No. 168. Kota bekasi adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perindustrian kemasan dan kotak dari kertas dan karton. Didirikan pada tanggal 16 september 1999. Saat ini PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo memiliki kurang lebih 80 orang karyawan, yang memiliki berbagai macam latar belakang sosial, ekonomi dan pendidikan yang sesuai dengan tuntutan pekerjaannya. PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo akan selalu menjamin kepuasan pelanggan, dengan memberikan harga yang bersaing dan dengan kualitas yang terbaik. Produk yang PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo hasilkan pun beragam, mulai dari karton box standar yang biasa digunakan oleh kemasan makanan dan minuman, hingga *design* karton box yang bentuknya disesuaikan dengan permintaan pelanggan



Sumber : PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo

Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Selain itu, semua produk PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo dapat didaur ulang hampir seluruh *waste* akan dikirim kembali ke pabrik kertas untuk didaur ulang. Ini adalah sebagian kecil komitmen PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo untuk menjadi perusahaan yang ramah lingkungan. Karton box banyak digunakan untuk berbagai bidang, seperti Industri tekstil, industri makanan dan minuman

serta berbagai macam industri yang butuh pengemasan dan juga untuk keperluan pribadi

Fungsi utama dari karton box adalah melindungi apa yang dikemasnya dari beban dan benturan yang datang dari luar atau dalam karton box. Semakin kuat karton tersebut menahan benturan, maka semakin bagus pula kualitas suatu karton box. Selain itu, karton box juga memberikan identitas dari produk yang dikemasnya.

2.2 Visi dan Misi PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo

Berikut merupakan visi dan misi dari PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo:

Visi PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo

Kami akan berusaha menjadi pemimpin dalam industri karton box dan menjadi salah satu perusahaan terbaik agar dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan di seluruh Indonesia.

Misi PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo

1. Memberikan harga yang kompetitif
2. Memberikan kepuasan pada pelanggan baik dalam kualitas maupun dalam pelayanan (*service*)
3. Meningkatkan kapasitas produksi

PT. Jaya Mandiri Nuansa Packindo juga memiliki 3 prinsip perusahaan yang harus diikuti oleh seluruh karyawan, karyawan diminta untuk selalu mengingat dan menjalankan ketiga prinsip tersebut. Ketiga prinsip tersebut adalah:

1. Setia dan jujur terhadap perusahaan
2. Konsentrasi dan bertanggung jawab terhadap pekerjaannya masing-masing
3. Menjaga kebersihan lingkungan kerja dan disiplin



Gambar 2.2 Contoh Jenis Produk

2.3 Landasan Teori

2.3.1 *Customer Relationship Management (CRM)*

Menurut Kotler & Armstrong (2014) *customer relationship management* (CRM) adalah suatu konsep *modern* yang ada didalam suatu perusahaan serta merupakan salah satu cara yang paling penting untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen. Dengan kata lain *customer relationship management* atau CRM merupakan keseluruhan proses untuk membangun dan menjaga hubungan dengan *customer* yang menguntungkan dengan memberikan *value* dan kepuasan kepada *customer*. Konsep modern dari CRM adalah mengintegrasikan aspek apapun seperti penjualan, *service* atau pelayanan dan tim *marketing* untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan *customer* atau konsumen.

Jadi kunci untuk membangun *customer relationship management* atau CRM dalam jangka waktu yang lama adalah dengan membuat suatu *value/nilai* kepada *customer* dengan baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada *customer*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Untuk membangun *customer relationship management* atau CRM terbagi atas 2 cara, yaitu:

1. *Customer perceived value* adalah sebuah penilaian dari *customer* terhadap semua keuntungan yang didapat dengan semua biaya yang dikeluarkan oleh *customer* kepada suatu perusahaan
2. *Customer satisfaction* adalah sejauh mana produk yang dianggap sesuai dengan harapan *customer* atau pelanggan.

Jadi dengan menggunakan CRM untuk bagaimana mengerti *customer* dengan baik perusahaan menyediakan *service* atau pelayanan kepada pelanggan dengan level yang lebih tinggi dan mengembangkan *customer relationship* lebih dalam. Selain itu mereka biasanya menggunakan CRM untuk membidik *value* dari *customer* dengan tepat, menargetkan mereka dengan cara yang lebih efektif agar dapat menjual produk dari perusahaan secara lebih luas dan membuat penawaran yang disesuaikan untuk kebutuhan *customer* secara lebih spesifik.

Menurut Kotler & Armstrong (2012) cara-cara menerapkan *customer relationship management* adalah dengan cara meng-*capture* setiap informasi *touch point* dari *customer* dengan perusahaan. *Touch point* termasuk data pembelian *customer*, *sales for contacts*, telepon pelayanan dan bantuan, kunjungan situs *website*, survei kepuasan, *credit and payment interaction*, *markets research studies*.

Setelah mengumpulkan data tiap pelanggan secara *detail* dan lengkap, data tersebut diolah kemudian membuat penawaran-penawaran khusus sesuai dengan kebutuhan *customer* yang sudah diolah dari data yang sudah dikumpulkan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3.2 Cara-Cara menangani berbagai keluhan dari *customer*

4 Cara Menangani Keluhan Pelanggan dengan Baik (Tjhoa T, 2016)

Terima Keluhan dengan Baik

Tetap tenang dalam menghadapi pelanggan yang sedang menyampaikan keluhan mungkin saja bisa terjadi kesalahpahaman, jika memang kesalahan terletak pada perusahaan maka segeralah untuk meminta maaf dan jika memang kesalahan terletak pada pihak pelanggan maka jelaskan secara pelan dan detail agar tidak terjadi kesalahpahaman atau *miss* komunikasi.

Petakan masalah Keluhan Pelanggan

Setelah menerima keluhan dari pelanggan maka langsung petakan masalah apa yang sedang terjadi dan langsung lakukan analisis secara cepat. Coba untuk lihat apakah keluhan tersebut sudah sering terjadi, jika ya maka harus segera mencari solusi agar masalah tersebut tidak terjadi lagi.

Segera Tangani komplain dengan Cepat

Setelah mengetahui apa yang dikeluhkan oleh pelanggan maka langsung tawarkan opsi-opsi solusi yang ada dan coba untuk segera konfirmasi kepada pelanggan apakah solusi tersebut tepat untuk mereka, karena pelanggan yang ditanggapi keluhannya dengan cepat akan merasa dihargai dan dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Berikan Solusi yang Terbaik

Setelah sudah menerima keluhan dari pelanggan maka langkah selanjutnya adalah langsung memberikan solusi yang terbaik untuk pelanggan. Berikan penjelasan dengan detail sebelumnya kepada pelanggan agar pelanggan tahu secara rinci tentang solusi yang diberikan oleh perusahaan. Dengan begitu pelanggan menjadi merasa dihargai.

6 Strategi Menghadapi Keluhan Pelanggan (gofaztrack.com, 2016)

Menjadi pendengar yang baik

Hal yang terpenting ketika sedang menerima keluhan dari pelanggan adalah mendengarkan terlebih dahulu apa yang dikeluhkan oleh pelanggan jangan coba dulu untuk mencela atau membantah keluhan dari pelanggan. Karena ketika pelanggan sedang menyampaikan sebuah keluhan biasanya pelanggan tersebut dalam keadaan emosi.

Tetap jaga wibawa dan berkepala dingin

Ketika sedang mendengarkan keluhan dari pelanggan maka cobalah untuk tetap bersikap tenang dan jangan sampai ikut tersulut emosi karena sangat penting bagi kita untuk tetap tenang dikarenakan untuk menaga wibawa perusahaan.

Jangan sungkan meminta maaf

Jika kesalahan berada di pihak perusahaan maka sudah sepatutnya pihak perusahaan meminta maaf kepada pelanggan, namun jika memang benar kesalahan berada di pihak pelanggan pun maka sebaiknya pihak perusahaan tetap meminta maaf agar tetap dapat menjaga hubungan yang baik dengan pihak pelanggan walaupun pada akhirnya jika memang pihak pelanggan yang salah pihak perusahaan harus memberikan penjelasan dengan baik dan santun.

Tawarkan solusi terbaik

Menawarkan solusi terbaik untuk pelanggan yang adalah suatu hal yang harus dilakukan, tetapi lebih baik lagi jika solusi tersebut tidak membuat kedua belah pihak ada yang dirugikan. Berikan hal-hal yang detail tentang solusi yang ditawarkan agar pelanggan menjadi jelas. Tetapi kalau memang kesalahan berada dipihak perusahaan maka sedikit berkorban untuk pelanggan seharusnya tidak terlalu menjadi masalah.

Lakukan tindak lanjut dari keluhan pelanggan

Sebaiknya langsung segera tanggapilah keluhan dari pelanggan karena pelanggan akan merasa senang jika keluhan mereka ditanggapi oleh pihak perusahaan dan juga jangan lupa untuk tetap memperbaiki masalah-masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan agar nantinya pelanggan yang lain tidak mengajukan keluhan yang sama dikemudian hari.

Evaluasi dan sampaikan terima kasih

Jangan lupa untuk mengevaluasi keluhan-keluhan dari pelanggan karena keluhan dari pelanggan bisa menjadi *feedback* atau masukan bagi perusahaan agar lebih baik lagi kedepannya dan jangan lupa untuk menyampaikan terima kasih kepada pelanggan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA