

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah salah satu wujud dari sifat makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk sosial yang dalam kehidupannya tidak akan terlepas dari interaksi dan sosialisasi antara satu orang dengan orang lain. Komunikasi menjadi penting karena dengan melakukan komunikasi, seseorang dapat mengungkapkan apa yang menjadi keinginan, harapan, perasaan kepada orang yang dilibatkan dalam aktivitas komunikasi. Hal ini juga tercermin terhadap tujuan organisasi bisnis yang terdiri dari beberapa manusia. Melalui komunikasi, organisasi bisnis dapat menyampaikan maksud dan tujuan organisasi bisnis tersebut serta mampu menerima respon dari pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkannya.

*Complaint handling* adalah salah satu contoh komunikasi antara organisasi bisnis dan pelanggan, baik itu kritik, masukan, saran atau keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Organisasi bisnis dituntut untuk memberikan jawaban atas keluhan pelanggan baik secara tertulis maupun secara langsung menghubungi pelanggan. Hal tersebut guna menanggulangi kesalahpahaman dalam penerimaan informasi yang akan berdampak pada ketidaknyamanan diantara kedua belah pihak.

Keluhan pelanggan dalam sebuah perusahaan biasanya bisa dilakukan melalui berbagai macam cara, semua tergantung dari perusahaannya menyediakan media seperti apa yang diberikan kepada pelanggan dalam rangka menyampaikan keluhannya. Yang membuat berbeda itu bagaimana *complaint handling* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam menanggapi keluhan yang ada, karena biasanya perusahaan mempunyai cara sendiri-sendiri dalam menyelesaikan konflik yang ada.

Pada era globalisasi saat ini, semua fasilitas dan teknologi serba ada, serba canggih, dan serba praktis yang dimanfaatkan oleh sebuah organisasi maupun perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada *customer* perusahaan seringkali menghadapi konflik, karena sebuah perusahaan itu akan mendapatkan citra atau *image* yang baik apabila layanan dalam sebuah perusahaannya sangat baik dan berkualitas. Dan begitu juga sebaliknya, apabila sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang biasa saja atau kurang dengan apa yang pelanggan harapkan maka tidak memungkiri juga jika suatu saat perusahaan tersebut akan ditinggalkan oleh pelanggannya. Adanya fungsi pelayanan publik akan menjadi salah satu faktor perhatian untuk meningkatkan kinerja instansi dalam pemerintah daerah. Maka dari itu berbagai fasilitas pelayanan publik harus tetap dikembangkan dan didekatkan dengan semua kalangan masyarakat.

Hubungan pelanggan adalah hal yang lumrah yang biasa dipakai perusahaan-perusahaan untuk membina hubungan dengan pelanggan. Dengan adanya hubungan pelanggan dapat menjalin relasi yang kuat diantara perusahaan dengan pelanggan. Dalam sebuah perusahaan, apalagi perusahaan penyedia jasa mekanisme tentang penanganan keluhan atau *complaint handling* sangat dibutuhkan, semata-mata juga untuk mempermudah perusahaan. Dengan adanya sistem penanganan keluhan yang efektif dan cepat tanggap, masyarakat juga tidak sungkan untuk menyampaikan keluhan dan komplainnya dikarenakan mereka tahu pasti bahwa permasalahannya itu pasti akan ditindak lanjuti. Keluhan atau komplain dari pelanggan ini juga merupakan salah satu bentuk perhatian dari pelanggan atau masyarakat luar. Penyampaian komplain yang baik atau bisa berupa saran menjadi suatu bentuk dan bahan untuk introspeksi diri, bagaimana caranya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan dalam sebuah organisasi maupun pelayanan tersebut. Dan begitu pula sebaliknya, dengan adanya komplain yang negatif atau kritik dari pelanggan, akan membuat suatu perusahaan tersebut melakukan pembenahan internal apa saja kelemahan dan kekurangan dari perusahaan tersebut, mempererat pihak *internal* untuk mencari jalan keluar sebuah permasalahan, dan dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan terhadap sebuah perusahaan tersebut.

Berbicara mengenai pelayanan rumah sakit menjadi salah satu bentuk upaya yang telah diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan kesehatan

masyarakat. Pelayanan kesehatan oleh rumah sakit berfungsi untuk memberikan pelayanan kesehatan secara menyeluruh kepada semua masyarakat demi peningkatan kesehatan, pencegahan penyakit, penularan penyakit, penyembuhan penyakit, dan tentunya pemulihan kesehatan. Rumah sakit menjadi salah satu bentuk fasilitas tentang pelayanan kesehatan dan tentunya dituntut untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik dan berkualitas. Manajemen rumah sakit juga harus berupaya memberikan pelayanan dan kepuasan pada setiap pasiennya, dengan ini masyarakat dapat terpenuhi dalam setiap kebutuhan dan penanganan yang tepat.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta saat ini telah banyak muncul rumah sakit maupun klinik kesehatan, dengan berbagai fasilitas dan pelayanan yang maksimal. Berbicara tentang kesehatan, sebelumnya penulis akan menegaskan bahwa kesehatan itu mahal, karena kesehatan merupakan salah satu aset pokok dan dasar yang sangat berharga dari apapun pada setiap individu. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan mewajibkan pemerintah harus menyelenggarakan tentang pelayanan kesehatan dengan memberikan fasilitas pelayanan kesehatan yang baik dan terus meningkatkan adanya kualitas pelayanan kepada masyarakat.

Rumah Sakit Tipe B adalah Rumah Sakit yang mampu memberikan pelayanan kesehatan dengan kedokteran medik spesialis luas dan sub spesialis terbatas. Rumah Sakit Tipe B didirikan disetiap ibu kota provinsi yang dapat menampung pelayanan rujukan dari Rumah Sakit Kabupaten. Rumah Sakit

pendidikan yang tidak termasuk tipe A juga diklasifikasikan sebagai rumah sakit Tipe B. Di Yogyakarta terdapat beberapa rumah sakit dengan tipe B yaitu RS Panti Rapih, RS Bethesda, RS JIH, RS UGM, RSUD Sleman, RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta, RSUD Kota Yogyakarta, RSUD Panembahan Senopati, dan RSUD Wates.

Rumah Sakit “JIH” merupakan Rumah Sakit Tipe B yang mengembangkan layanan prima dengan fokus pada kebutuhan pasien. Beroperasi sejak 2007, Rumah Sakit “JIH” berikhtiar membangun institusi syariah di bidang pelayanan kesehatan. Rumah Sakit “JIH” selalu berkomitmen menghadirkan inovasi layanan untuk Pasien. Rumah Sakit ini mempunyai kualitas mutu dengan memastikan layanan premium yang bermanfaat bagi masyarakat, berbasis syariah dan bertaraf Internasional. Rumah Sakit “JIH” juga mempunyai standar segmentasi pasar yang berbeda dengan rumah sakit lain, karena mereka lebih memfokuskan kepada pasien menengah ke atas. Sedangkan Rumah Sakit Bethesda merupakan rumah sakit yang dimiliki oleh yayasan kristen dengan hanya mengedepankan kualitas mutu dengan menjadi rumah sakit pilihan yang bertumbuh dan memuliakan Allah.

Sebagai salah satu rumah sakit besar di Yogyakarta, Rumah Sakit “JIH” membuka layanan Poli Spesialis setiap saat, sejak pagi jam 08.00 WIB sampai malam jam 21.00 WIB. Dokter Spesialis di Poli Anak, Obsgyn (Kebidanan dan Kandungan), Penyakit Dalam, Syaraf, Jantung, THT, Gigi

selalu siap membantu dari pagi hingga malam tanpa jeda waktu. Sedangkan Poli Spesialis lainnya bisa mengikuti jadwal Dokter Poliklinik sesuai Spesialisnya masing – masing. Setelah jam operasional Poli Spesialis berakhir, anda tak perlu khawatir, Tim Reaksi Cepat Unit Gawat Darurat (UGD) siap setiap saat melayani pasien yang membutuhkan pertolongan pasien selama 7 hari seminggu, 24 jam sehari. Tim Reaksi Cepat UGD siap menerima maupun menjemput pasien dalam keadaan darurat. Selain itu juga didukung oleh layanan Laboratorium dan Radiologi 24 Jam. Bahkan khusus Poli Spesialis Anak, Rumah Sakit “JIH” menghadirkan Poli Spesialis Anak 24 Jam. Dokter Spesialis Anak selalu siaga 24 Jam penuh. Jadi orang tua tidak perlu khawatir saat anak tiba - tiba sakit pada tengah malam.

Rumah Sakit “JIH” selalu berinovasi dalam meningkatkan layanan ke Pasien setiap tahunnya. Hampir setiap tahun Rumah Sakit “JIH” menghadirkan alat medis baru yang modern dan canggih untuk membantu Dokter menegakkan diagnose penyakit Pasien dan memberikan terapi yang efektif. Semakin bertambahnya peralatan medis untuk melengkapi peralatan medis yang sudah ada sangat penting bagi Pasien, karena pengobatan bisa dilakukan secara tuntas di Rumah Sakit “JIH” tanpa perlu merujuk ke tempat lain.

Pada tahun 2018 Rumah Sakit “JIH” menambah kamar rawat inap. Hal itu terlihat dari banyaknya daftar *waiting list* pasien rawat inap yang membutuhkan kamar. Pada tahun ini Rumah Sakit “JIH” juga semakin

berkembang dilihat dari jumlah pasien yang terus meningkat pesat, penambahan kapasitas layanan rawat jalan dan rawat inap serta pembaharuan dan penambahan alat kesehatan.

Pada penelitian ini penulis lebih menekankan tentang *complaint handling* yang dilakukan oleh Rumah Sakit “JIH” dalam menangani keluhan pelanggan. Alasan penulis mengapa penelitian ini diambil di Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta karena pada dasarnya masyarakat membutuhkan pelayanan kesehatan yang bagus dan fasilitas lengkap dengan didukung teknologi yang sudah bagus dan moderen. Rumah Sakit “JIH” tidak hanya mengedepankan pelayanan medis tapi juga di dukung dengan kenyamanan ruangan. Bahkan Rumah sakit ini merupakan rumah sakit favorit dengan pelayanan yang bagus kelas Internasional dan menerapkan konsep *Boutique Hospital* untuk desain ruangnya. Selain itu, di Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta dari tahun ke tahun mendapat pasien berlangganan yang terus meningkat terhadap rumah sakit ini, hal ini terlihat dari kunjungan rawat jalan, rawat inap, dan penggunaan fasilitas lainnya naik 20 persen dari Tahun 2017 ke Tahun 2018, maka peneliti memilih Tahun 2018 yang akan dijadikan penelitian, sebab pada tahun itu penunjangnya paling banyak dibanding tahun sebelumnya. Dengan jumlah pengunjung yang paling banyak maka pelanggan yang kurang puas dengan pelayanan yang sudah Rumah Sakit “JIH” berikan juga semakin meningkat. Pasien atau pelanggan yang datang ke Rumah Sakit “JIH” tidak hanya dari Yogyakarta tetapi dari berbagai daerah di Indonesia. Hal tersebut yang

membuat Rumah Sakit “JIH” mendapatkan dampak positif dan *negative*. Dampak *negative* dari semakin banyak pasien di Rumah Sakit “JIH” maka akan timbul permasalahan atau keluhan yang dialami oleh pelanggan. Tetapi adanya keluhan ini akan membuat Rumah Sakit “JIH” semakin maju dan lebih membangun dalam hal pelayanan yang diberikan kepada masyarakat terkait pelayanan kesehatan.

Tabel 1.1 Rekapitulasi Pelanggan Komplain bulan Januari – Desember 2018.

| No | Bulan     | jumlah pelanggan yang melakukan Komplain |
|----|-----------|--|
| 1  | Januari   | 127 orang                                |
| 2  | Februari  | 102 orang                                |
| 3  | Maret     | 151 orang                                |
| 4  | April     | 135 orang                                |
| 5  | Mei       | 150 orang                                |
| 6  | Juni      | 106 orang                                |
| 7  | Juli      | 113 orang                                |
| 8  | Agustus   | 150 orang                                |
| 9  | September | 133 orang                                |
| 10 | Oktober   | 137 orang                                |
| 11 | November  | 186 orang                                |
| 12 | Desember  | 137 orang                                |

Keluhan pelanggan yang terdapat di Rumah Sakit “JIH” dari bulan Januari – Desember naik turun bisa dilihat dari data tabel diatas. Dengan begitu



maka Rumah Sakit “JIH” bisa mengkosok apa kekurangan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam tiap bulannya guna untuk meminimalisir jumlah pelanggan yang melakukan pengaduan

Tabel 1.2 Rekapitulasi Media Komplain bulan Januari- Desember 2018.

| No | Bulan     | Media Komplain |          |         |         |         |          |           |           |                  |              |
|----|-----------|----------------|----------|---------|---------|---------|----------|-----------|-----------|------------------|--------------|
|    |           | Humas          | WhatsApp | SMS     | Telepon | Email   | Facebook | Kuesioner | Instagram | Customer Service | E-Questioner |
| 1  | Januari   | 3 orang        | 2 orang  | 0       | 1 Orang | 0       | 0        | 119 orang | 0         | 2 orang          | 0            |
| 2  | Februari  | 2 orang        | 0        | 0       | 0       | 0       | 0        | 94 orang  | 0         | 6 orang          | 0            |
| 3  | Maret     | 3 orang        | 0        | 0       | 0       | 0       | 0        | 145 orang | 0         | 3 orang          | 0            |
| 4  | April     | 3 orang        | 0        | 0       | 0       | 0       | 0        | 129 orang | 1 orang   | 2 orang          | 0            |
| 5  | Mei       | 0              | 0        | 0       | 0       | 0       | 0        | 150 orang | 0         | 0                | 0            |
| 6  | Juni      | 1 orang        | 0        | 0       | 0       | 1 orang | 0        | 101 orang | 0         | 3 orang          | 0            |
| 7  | Juli      | 1 orang        | 1 orang  | 0       | 0       | 0       | 0        | 109 orang | 0         | 2 orang          | 0            |
| 8  | Agustus   | 1 orang        | 5 orang  | 1 orang | 0       | 1 orang | 0        | 138 orang | 0         | 4 orang          | 0            |
| 9  | September | 5 orang        | 5 orang  | 0       | 0       | 0       | 0        | 116 orang | 0         | 0                | 7 orang      |
| 10 | Oktober   | 2 orang        | 1 orang  | 0       | 0       | 0       | 0        | 125 orang | 0         | 3 orang          | 6 orang      |
| 11 | November  | 2 orang        | 3 orang  | 0       | 0       | 0       | 0        | 174 orang | 0         | 3 orang          | 4 orang      |
| 12 | Desember  | 2 orang        | 4 orang  | 0       | 0       | 0       | 0        | 187 orang | 1 orang   | 7 orang          | 1 orang      |

Keluhan Pelanggan yang terjadi di Rumah Sakit “JIH” sangat bermacam-macam, dan yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian disini karena Rumah Sakit “JIH” berbeda dengan rumah sakit lain. Di Rumah Sakit “JIH” pelanggan bisa menyampaikan keluhannya melalui berbagai macam cara dengan melalui Humas, whatsApp, SMS, Telepon, Email, Kuesioner, Facebook, Instagram, Customer Service dan E-Questioner. Namun bisa disimpulkan dari data diatas jika kebanyakan pelanggan melakukan pengaduan menggunakan media kuesioner. Hal itulah yang menjadi keunggulan Rumah Sakit “JIH” dibandingkan rumah sakit lain, karena mereka hanya bisa menyampaikan keluhannya melalui bertatap muka langsung.

Tabel 1.3 Rekapitulasi Klarifikasi data keluhan pelanggan pada bulan Januari – Desember 2018.

| No | Bulan     | Klasifikasi Komplain |            |         |
|----|-----------|----------------------|------------|---------|
|    |           | Ringan               | Sedang     | Berat   |
| 1  | Januari   | 127 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 2  | Februari  | 102 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 3  | Maret     | 151 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 4  | April     | 135 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 5  | Mei       | 150 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 6  | Juni      | 106 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 7  | Juli      | 113 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 8  | Agustus   | 149 Komplain         | 1 Komplain | tdk ada |
| 9  | September | 133 Komplain         | tdk ada    | tdk ada |
| 10 | Oktober   | 134 Komplain         | 3 Komplain | tdk ada |
| 11 | November  | 180 Komplain         | 6 Komplain | tdk ada |
| 12 | Desember  | 201 Komplain         | 1 Komplain | tdk ada |

(Sumber : Data yang diperoleh dari *Departement Service Manager* Rumah Sakit “JIH”)

*Complaint Handling* yang dilakukan oleh Rumah Sakit “JIH” juga lebih terarah, hal itu bisa dilihat dari data diatas. Jadi komplain yang masuk akan direkap dengan dimasukan ke kategori ringan, sedang ataupun berat. Jadi pelanggan yang melakukan Komplain bisa mendapatkan *feedback* dengan porsinya masing-masing.

Berikut adalah contoh dari keluhan pelanggan dengan kategori ringan, pasien rawat inap menyarankan mohon untuk yang di UGD pasien akan melahirkan lebih diperhatikan, pasien rawat inap mengeluhkan UGD terlalu mahal dan waktu pelayanan kurang cepat, banyak pemeriksaan yang sudah di polakan menjadi biaya mahal, pasien rawat jalan memberikan masukan mohon ditinjau kembali untuk antrian yang terlambat dengan melewati 5 antrian karena kondisi jalanan tiap sore saat ini sangat macet dan sebaiknya di lompati 2 saja, apalagi buat kami yang datang jauh- jauh dan waktunya sudah cukup lama di jalan di tambah lagi harus menunggu gara-gara terlambat hanya beberapa menit. Banyak waktu terbuang pada akhirnya, kami komplain ke perawat pun tidak ada gunanya hanya diam dan cuma ngasih jawaban sudah seperti itu sistemnya, dan masih banyak lagi.

Keluhan pelanggan yang masuk kategori sedang, seperti ini contoh kasusnya pasien rawat menyarankan untuk pemasangan infus mohon di perhatikan lagi supaya tidak bengkok, kemarin sempat ada miss komunikasi masalah dokter tapi sudah diselesaikan dengan baik, Pasien rawat inap

mengeluhkan tidak bisa tidur dengan nyaman karena selalu terganggu oleh keluar masuknya petugas RS JIH, perawatnya, Cleaning Service nya, Ahli Gizinya, dan Pasien mengatakan pada perawat untuk tidak mau diganggu dulu, tidak ada yang boleh masuk sama sekali. Pada suatu ketika, dr. Noor Ikhtiyati Sp.KK hendak visite pasien, tetapi perawat menyampaikan bahwa pasien tidak ingin ditemui oleh siapapun. dr. Noor Ikhtiyati Sp.KK pun hanya memberikan advice treatment lanjutan. Pada tanggal 26 Nov 2018, pasien ingin pulang secara APS, meminta obat dari dokter sebagai obat pulang. Tetapi dr. Noor Okhtiyati Sp.KK tidak memberikan karena obatnya tidak diperlukan. Cukup dengan betadin saja. Pasien tidak terima, pasien mengtakan atas saran dari dokter kulit kenalannya, obat oles harus diberikan untuk obat. Dan mengeluhkan bahwa pada invoice yang di dapatkan, ada satu item yaitu Visite dr. Noor Ikhtiyati Sp.KK ditagihkan padanya, padahal saat itu dokter tersebut tidak visite ke pasien. Dan meminta kebijakan dari rumah sakit untuk menghapus tagihan tersebut dan masih banyak kasus lagi. Sedangkan kategori berat belum ditemukan kasusnya di Rumah Sakit “JIH” pada tahun 2018.

Rumah Sakit “JIH” mempunyai tahapan-tahapan tersendiri dalam menangani keluhan yang ada. Jadi dengan adanya sosial media maka dalam 24 jam pelanggan bebas kapan saja menyampaikan keluhannya, hal itu juga sangat membantu untuk pasien rawat jalan maupun *home service*.

## **B. Perumusan Masalah**

Bagaimana Strategi *complaint handling* yang dilakukan oleh Rumah Sakit “JIH” dalam menangani keluhan pelanggan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dari judul ini adalah untuk mengetahui secara mendalam bagaimana strategi *complaint handling* yang dilakukan oleh Rumah Sakit “JIH” dalam menangani Keluhan pelanggan.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan kajian ilmu komunikasi tentang *public relations* dalam pengembangan teori strategi *complaint handling* secara lebih lanjut. Selain itu dapat menjadi nilai tambah dalam pengetahuan ilmiah, khususnya mengenai penanganan keluhan.

### 2. Manfaat Praktis

- Bagi Rumah Sakit “JIH”, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh Rumah Sakit “JIH” dalam mengembangkan strategi *complaint handling* dalam menangani keluhan pelanggan.

- Bagi peneliti, dapat secara langsung mengetahui strategi *complaint handling* yang dilakukan oleh Rumah Sakit “JIH” serta dapat mengaplikasikan teori kedalam dunia kerja.

## **E. Kajian Teori**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teori sebagai referensi penelitian antara lain teori *Customer Relations*, *Customer Relationship Management* dan *Complaint Handling*. Teori tersebut digunakan karena relevan dengan masalah yang sedang diteliti.

### **1. *Customer Relations***

Dalam bidang *public relations*, kegiatan yang fokus dalam membina hubungan dengan pelanggan disebut *customer relations* yang bertujuan untuk menjaga loyalitas dan citra perusahaan. Sebelum mengetahui *customer relations* lebih jauh, maka perlu kita ketahui definisi dari *customer relations*. Menurut teori Smith yang dikutip dari buku Rhenald Kasali (2004 : 5) yaitu :

*“A customer is an individu or group of individu to whom you provide one or more product or services.”*

*Customer* adalah seorang atau sekumpulan dari orang-orang yang menggunakan satu atau lebih produk ataupun jasa pelayanan yang diberikan.

Sedangkan *customer relations* menurut Teori Kotler dan Amstrong (2014:16) yaitu:

*“Customer Relations is the overall process of building and maintaining profitable customer relationship by delivering superior customer value and satisfaction.”*

*Customer Relations* merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan pelayanan yang bernilai dan yang memuaskan mereka.

Menurut Lattimore (2010:406) hubungan pelanggan merupakan salah satu aktivitas *public relations* yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi, baik itu dilakukan oleh divisi *public relations* secara khusus ataupun divisi lainnya yang menjalankan aktivitas ini. Menjalani hubungan baik dengan pelanggan dapat terkait pula dengan pemasaran produk dari perusahaan tersebut, yang paling utama adalah citra yang dihasilkan dari adanya interaksi yang baik.

Hubungan Pelanggan dalam konteks *public relations* yang berarti membangun hubungan yang positif dengan konsumen, menanggapi keluhan dan masalah konsumen secara positif, serta mendukung kegiatan penjualan dan pemasaran.

Menurut Majid (2009: 15-16) pelanggan adalah setiap orang atau organisasi yang sangat berpotensi untuk mengkonsumsi barang dan jasa dan melakukan pengonsumsi atau pembelian secara berulang kali

karena memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:143) pelanggan merupakan seseorang yang datang secara berulang-ulang ke suatu tempat yang sama untuk memenuhi keinginannya dengan memiliki produk atau mendapatkan suatu jasa tertentu dan membayar produk atau jasa tersebut.

Konsep yang harus diperhatikan untuk mencapai kesuksesan suatu perusahaan yang disebut 4 R (Rangkuti, 2003: 146), adalah sebagai berikut :

a. Membangun *Customer Relationship* yaitu menciptakan hubungan perusahaan dengan pelanggan dalam periode waktu tertentu.

b. Menciptakan *Customer Retention* yaitu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, ini akan jauh lebih hemat dibandingkan mencari pelanggan baru.

c. Menghasilkan *Customer Referrals* yaitu kepuasan pelanggan, jika seorang pelanggan merasa puas dia akan datang lagi bahkan akan membawa keluarga atau rekannya.

d. Memperoleh *Customer Recovery* yaitu bagaimana perusahaan memperbaiki kesalahan dan mengubahnya menjadi sebuah peluang.

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi jual beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih dalam memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang



terjadi adalah ketidakpuasan. Kepuasan pelanggan terhadap produsen akan membagi kepuasannya kepada pelanggan lain sehingga dapat menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu bila terjadi kepuasan maka pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan. Dengan begitu kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari setiap perusahaan. Kepuasan dan kelayaitasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas produk dan pelayanan serta fasilitas yang diberikan oleh perusahaan.

Cara efektif untuk memperoleh respon dari pelanggan yaitu dengan cara mendengarkan langsung dari mereka mengenai pelayanan perusahaan. Untuk memastikan bahwa semua yang dilaksanakan tetap efektif, maka program hubungan pelanggan atau *customer relations* harus dievaluasi kembali secara berkesinambungan. Suatu perusahaan atau organisasi dalam menjalin hubungan dengan konsumen, harus mampu menyusun perencanaan peran *customer relations* dengan baik.

Perusahaan dalam mempromosikan produk yang ditawarkan harus menyampaikan serta menginformasikan produk sesuai dengan keadaan produk tersebut. Apabila penyampaian informasi produk tidak sesuai dengan yang diinformasikan kepada pelanggan, maka akan menimbulkan ketidakpercayaan serta ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan dan juga produk yang ditawarkan. Sebaliknya apabila kita memberikan pelayanan serta informasi yang efektif kepada pelanggan hal ini akan

memudahkan membentuk hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan. Adanya kegiatan *customer relations* dalam sebuah perusahaan memudahkan perusahaan untuk mendapatkan, membina serta menjaga pelanggannya.

Melalui sistem yang menerapkan peran *customer relations* perusahaan dapat membentuk hubungan yang lebih dekat dengan pelanggannya. Dari peran *customer relations* tersebut perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan pelanggan.

## **2. *Customer Relationship Management (CRM)***

Menurut Hamidin (2008) CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan *client* sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) menekankan bahwa CRM adalah cara perusahaan dalam membina relasi dengan para pelanggan dengan tujuan memelihara kesetiaan dan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Lovelock dan Writz (2011) CRM menandakan seluruh proses menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan dimana hubungan tersebut dapat menjadi jalan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

Sedangkan menurut Kolter dan Amstrong (2004) dalam Ham dan Samuel (2016), Customer Relationship Management merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyedia pelayanan yang bernilai dan memuaskan mereka. Secara garis besar, perusahaan dapat membangun hubungan dengan pelanggannya melalui tiga pendekatan, yaitu :

- a. Manfaat finansial
- b. Manfaat sosial
- c. Ikatan struktural

Dalam IT, CRM merupakan sebuah teknologi informasi untuk menciptakan cross-functional enterprise system yang didalamnya mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses layanan pelanggan dalam bidang penjualan, pemasaran, dan layanan produk atau jasa yang berkaitan dengan perusahaan.

Customer Relationship Management memiliki tujuan menurut Kalakota, et al. Dalam Ham dan Samuel (2016), yaitu:

- a. Menggunakan hubungan pelanggan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

- b. Menggunakan informasi untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.
- c. Mendukung proses penjualan berulang kepada pelanggan.

Tahapan Customer Relationship Management menurut Kalakota et al. Dalam Ham dan Samuel (2016) yaitu:

- a. Memperoleh pelanggan baru, dengan mempromosikan keunggulan produk atau jasa dalam hal inovasi serta kemudahan karena nilai suatu produk atau jasa bagi pelanggan adalah produk yang lebih baik dan didukung oleh layanan yang memuaskan.
- b. Meningkatkan keuntungan yang diperoleh dari pelanggan dengan mendorong terciptanya produk atau jasa yang lebih baik dari produk atau jasa yang dimiliki oleh pelanggan.
- c. Mempertahankan pelanggan yang memberi keuntungan, dengan menawarkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan spesifik bukan yang dibutuhkan oleh pelanggan pasar, karena nilai proaktif yang paling sesuai dengan kebutuhannya.

Robinette (2001) dalam Ham dan Samuel (2016), menjelaskan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi Customer Relations Management, antara lain:

a. Keuntungan bersama

Yang dimaksud disini adalah bagaimana perusahaan dan pelanggan bisa saling menguntungkan satu sama lain. Pelanggan dapat puas dengan produk atau jasa yang dikonsumsi dan perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang diberikan dari pelanggan dengan adanya transaksi yang terjadi.

b. Komitmen

Menurut Jasfar (2005) dalam Ham dan Samuel (2016), komitmen adalah rasa saling percaya diantara pihak-pihak yang menjalin hubungan, baik secara tersirat maupun yang tidak tersirat bahwa hubungan mereka akan berlangsung terus menerus dan masing-masing menjaga agar janji diantara mereka tetap terpelihara. Dalam hal ini perusahaan terus mempertahankan mutu atau kualitas produknya sehingga pelanggan akan merasa selalu puas dan loyal dengan perusahaan.

c. Kebenaran

Dalam perusahaan kebenaran dan kejujuran sangatlah penting untuk keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Perusahaan harus mampu menanggapi keluhan atau complain dengan sungguh-sungguh. Penanganan keluhan yang baik mampu menciptakan kepuasan pelanggan sendiri dan berujung dengan hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan. Robinette (2001) dalam Ham dan

Samuel (2016), menjelaskan bila perhatian tidak sungguh-sungguh maka konsumen akan pergi dan hubungan akan mengalami kemunduran. Apresiasi yang diberikan secara sungguh-sungguh akan diperhatikan dan akan memacu perkembangan hubungan.

d. Komunikasi

Tanpa adanya komunikasi yang baik, hubungan antara perusahaan dengan pelanggan tidak akan berjalan dengan baik. Menurut Tjiptono (2004) dalam Ham dan Samuel (2016), untuk mewujudkan komunikasi organisasi yang efektif dibutuhkan lima macam ketrampilan pokok yaitu mendengarkan, memberi dan menerima umpan balik, menunjukkan ketegasan, menangani konflik, serta memecahkan masalah. Kelima ketrampilan pokok tersebut bisa digunakan untuk mewujudkan komunikasi yang baik antara perusahaan dan pelanggannya.

**3. *Complaint Handling***

Pada masa sekarang, pelanggan sudah semakin terinformasi dan semakin cerdas. Standart mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikanpun sudah semakin tinggi. Kecenderungan untuk menyampaikan keluhan dan keinginan untuk ditanggapi pun semakin kuat. Untuk itu, maka perusahaan membutuhkan suatu prosedur penanganan keluhan yang komprehensif, praktis, dan efektif.

*Complaint Handling* adalah suatu sistem penanganan keluhan dengan cara yang terorganisasi untuk menanggapi, mencatat laporan, dan menggunakan pengaduan untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan. Di dalamnya terdapat prosedur-prosedur bagi pelanggan untuk membuat pengaduan dan pedoman bagi karyawan untuk menyelesaikan keluhan serta menyediakan informasi kepada *manager* atau staf yang dapat membantu mereka dalam menghadapi ketidakpuasan pelanggan dimasa yang akan datang (Afidah, 2013:168)

Keluhan merupakan suatu rasa ketidakpuasan konsumen. Keluhan sangat berpengaruh besar terhadap kemajuan sebuah perusahaan. Keluhan yang dapat terselesaikan dengan baik dan profesional akan berdampak positif bagi perusahaan, karena dengan begitu pelanggan akan sangat merasa dihargai pendapatnya. Hal ini merupakan hak bagi para konsumen untuk menyampaikan ketidakpuasaannya dengan layanan yang diberikan sebuah perusahaan. Tetapi, langkah baiknya jika kita bisa mencegah keluhan itu terjadi dengan memperhatikan hal sekecil ataupun sedetail mungkin dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sebelum mereka sendiri yang meminta kepada perusahaan.

Dalam menghadapi keluhan pelanggan perusahaan juga membutuhkan strategi yang bisa dilakukan dalam menangani keluhan pelanggan. Strategi tersebut dibagi menjadi dua langkah, yaitu:

- a. Mengelompokkan jenis masalah. Setiap masalah yang sudah dikelompokkan harus jelas alur penyelesaiannya.
- b. Dalam standar layanan *complaint handling* harus jelas siapa yang menjadi tanggung jawab, seperti pihak terkait bisa supervisor, manager ataupun top manajemen.

Media keluhan pelanggan terbagi menjadi dua macam yaitu

- a. keluhan yang telah disampaikan secara lisan atau komunikasi secara langsung dengan cara bertatap muka Perusahaan lebih mudah memberikan *feedback* pada pelanggan yang menyampaikan secara langsung, karena perusahaan tentu akan lebih mudah mengetahui apa yang menjadi permasalahan pelanggannya.
- b. keluhan yang dilakukan secara tertulis melalui kuesioner maupun gmail. Perusahaan akan sulit memberikan *feedback* kepada pelanggan yang menyampaikan keluhan secara tidak langsung karena perusahaan tidak dapat secara detail menanyakan apa yang menjadi ketidaknyamanan pelanggan.

Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan akan sangat bermanfaat bagi perusahaan sebagai kritikan yang membangun untuk perusahaan tersebut. Adanya sebuah keluhan diharapkan dapat membuat perusahaan segera mengoreksi kekurangan-kekurangan serta kesalahan yang akan menjadikan sebuah ide-ide baru dari keluhan yang disampaikan pelanggan yang berguna untuk memperbaiki mutu serta meningkatkan



layanan. Keluhan yang disampaikan oleh konsumen pasti memiliki alasan ketidakpuasan atas suatu barang atau jasa yang digunakan.

Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan harus memperhatikan langkah-langkah penting untuk mengatasi keluhan-keluhan tersebut, seperti yang diungkapkan oleh (Rangkuti, 2003: 89):

- 1) Mendengarkan keluhan yang datang dari konsumen.
- 2) Mengerti masalah dan mengkomunikasikan dengan pihak yang bersangkutan.
- 3) Meminta maaf atas nama perusahaan dan berterima kasih atas keluhan yang disampaikan.
- 4) Menjelaskan proses yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memecahkan masalah tersebut.
- 5) Berikan informasi secara detail kapan keluhan tersebut dapat terselesaikan, dan dengan siapa konsumen dapat menghubungi.

Mayangsari, Agni S, (2016:194) juga menetapkan beberapa strategi eksternal yang dapat dilakukan dalam *complaint handling* pelanggan, sebagai berikut:

- a) Menunjuk karyawan yang secara proaktif untuk menanyakan perasaan *customer* secara langsung mengenai pengalaman melakukan transaksi dengan kita setelah selesai bertransaksi.
- b) Mengirimkan email berisi kuesioner mengenai penilaian *customer* tentang pengalamannya bertransaksi dengan kita,

tentunya dengan terlebih dahulu meminta persetujuannya kepada *customer* untuk kita kirim email tersebut.

- c) Menunjuk karyawan untuk secara proaktif menghubungi *customer* melalui telepon untuk menanyakan pengalaman mereka selama bertransaksi dengan kita.
- d) Menunjuk karyawan untuk menggunakan berbagai media sosial perusahaan secara resmi maupun miliknya pribadi untuk bisa dekat dengan para *customer* dengan tetap menjaga citra baik perusahaan.
- e) Mempublikasikan nomor yang bisa dihubungi oleh *customer* dengan mudah, seperti *call center*, untuk menyampaikan komplain atau masukan dari mereka.
- f) Menyediakan *link* khusus untuk *customer*.

Arnina (2016:155) juga menetapkan beberapa langkah yang harus dilakukan oleh pelaksana penanganan keluhan agar hal tersebut berjalan efektif, yaitu:

- a. Dengan tenang dan sabar mendengarkan keluhan tersebut.
- b. Komplain apapun yang diterima ditangani secara tepat oleh penanggung jawab perusahaan yang selanjutnya dilaporkan kepada manajer.
- c. Penting untuk memastikan tindakan tepat, efisien, dan sopan dalam menanggapi keluhan tersebut.

- d. Langkah pelayanan segera dilakukan.
- e. Berhati – hati saat menghadapi pelanggan yang sulit.
- f. Jangan berdebat dengan pelanggan karena membuat situasi semakin tegang, arahkan komplain pelanggan kepada penanggung jawab perusahaan.
- g. Semua keluhan tertulis mesti diselidiki dan ditanggapi segera. Kemudian ditangani oleh penanggung jawab yang selanjutnya akan dilaporkan kepada manajer.

Sebuah bisnis tidak akan maju atau berkembang dengan baik jika tidak ada keluhan dari pelanggan. Di dalam perusahaan keluhan dari pelanggan itu dijadikan sebagai tolak ukur sebuah perusahaan tersebut. Dengan adanya keluhan dari pelanggan maka perusahaan akan mengetahui kekurangan layanan yang diberikan untuk pelanggan, jadi perusahaan bisa memperbaiki layanan yang masih buruk dimata pelanggan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus mempunyai tahapan-tahapan khusus dalam menghadapi *Complaint Handling* pelanggan. Berikut tahapan-tahapannya menurut (Politwika: 2017: 209-210):

- a. Awali dengan mengucapkan terima kasih, yang berarti jangan langsung menjawab setiap keluhan pelanggan. Standar yang baik dalam menangani keluhan pelanggan yang pertama yaitu dengan mengucapkan terima kasih kepada pelanggan. Dengan mengucapkan terima kasih, perusahaan telah menghargai

pelanggan. Selain itu, dengan keluhan dari pelanggan perusahaan bisa menaikkan kualitas bisnisnya.

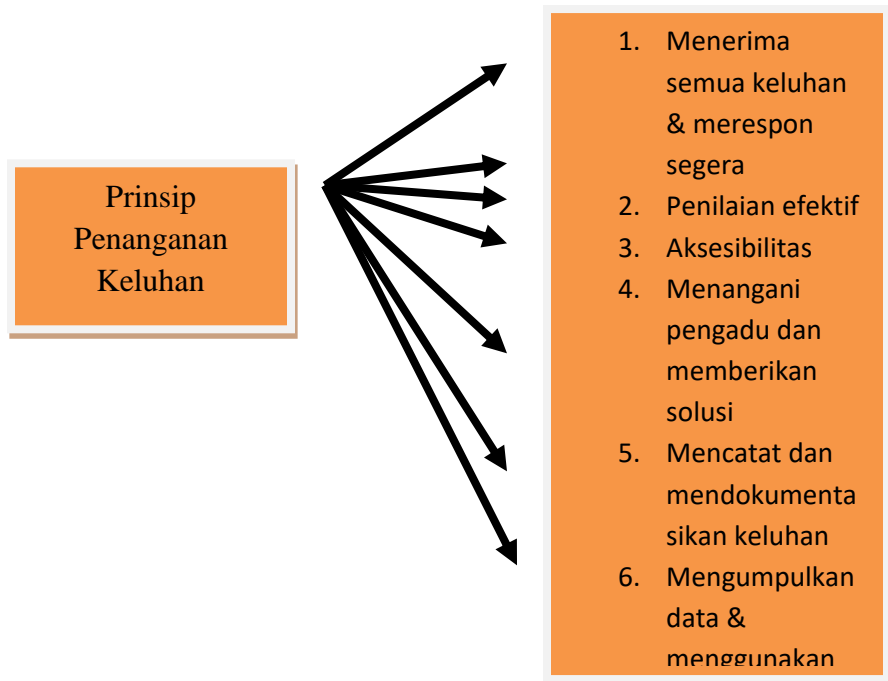
- b. Respons bertahap, yang berarti jangan selesaikan semuanya secara bersamaan. Lakukan tahap demi tahap. Perusahaan juga harus memiliki standar dalam menghadapi keluhan pelanggan. Jangan respons secara berantakan karena akan membuat keluhan semakin bertambah.
- c. Jangan emosi, yang berarti perusahaan harus tahu bahwa tidak semua pelanggan memiliki etika yang baik. Tetapi mereka tetap pelanggan. Orang yang membuat bisnis perusahaan menjadi menanjak. Bagaimanapun sikap mereka, perusahaan harus menjaga emosi. Perusahaan boleh emosi, setelah semuanya selesai.
- d. Sebisa mungkin jangan berdebat, yang berarti perusahaan tahu bahwa ada sebuah keadaan dimana pelanggannya yang salah. Dengan masalah yang seperti itu, perusahaan jangan mendebat mereka. Perusahaan harus bisa mengarahkan mereka untuk mengatasi masalahnya sendiri hingga pelanggan sadar bahwa ternyata dialah yang salah.
- e. Jangan remehkan pelanggan, yang berarti perusahaan tidak boleh meremehkan pelanggan, karena pada dasarnya

perusahaan sering menganggap pelanggan adalah orang yang awam. Sehingga perusahaan malas menghadapinya.

Lima tahapan ini bisa dilakukan dalam menghadapi keluhan pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas bisnis perusahaan.

### Kerangka Teori

#### Penanganan Keluhan dalam Rumah Sakit



Sumber: *Australian Council For Safety And Quality In Health Care* (2005)

Cara dimana keluhan ditangani dapat bervariasi dari satu organisasi ke organisasi, tetapi yang mendasari prinsip tetap sama. Prinsip-prinsip ini dapat dimasukkan sebagai inti komponen pelayanan dan dipahami oleh staf disemua tingkatan. Dijelaskan lebih rinci pada buku panduan

penanganan keluhan yang dikeluarkan oleh *Australian Council For Safety and Quality In Health Care* (2005), bahwa ada pedoman yang dilakukan untuk menangani keluhan pasien, yaitu:

1. Komitmen terhadap konsumen dan peningkatan kualitas. Pemimpin dalam pelayanan kesehatan mempromosikan pendekatan yang berfokus pada konsumen keluhan sebagai bagian dari program peningkatan mutu berkelanjutan seperti penetapan pedoman teknis.
  - a. Pemimpin dalam sebuah pelayanan mempromosikan perawatan yang berfokus pada konsumen sebagian dari pemeliharaan kualitas dan keamanan perawatan dan layanan.
  - b. Semua manajer layanan memegang tanggung jawab dan memiliki pemahaman pengelolaan pengaduan yang efektif.
  - c. Layanan memiliki kebijakan pengelolaan pengaduan dan prosedur, staf yang dapat menggambarkan dan secara rutin digunakan, sesuai dengan peran mereka dan tanggung jawab.
  - d. Layanan ini menyediakan sumber daya yang memadai untuk mempertahankan keluhan sistem manajemen, terutama untuk pelatihan staf, sesuai dukungan administrasi dan staf.
  - e. Layanan memiliki kebijakan tentang persetujuan yang dipahami oleh staf yang relevan.

- f. Seorang anggota tepat terampil dan senior staf bertanggung jawab untuk sistem pengelolaan pengaduan dan melapor kepada senior yang menjadi bagian manajemen.
2. Akses yang berarti layanan ini mendorong konsumen untuk memberikan umpan balik tentang layanan, termasuk permasalahan dan keluhan, dan membuatnya mudah untuk melakukannya seperti sarana dan prasarana.
- a. Layanan membuat informasi tersedia untuk konsumen dengan berbagai macam cara sehingga konsumen menyadari kebijakan pengelolaan pengaduan, apa yang dapat mereka harapkan ketika mengajukan keluhan dan ketersediaan independen keluhan kesehatan komisariss.
  - b. Layanan aktif mencari umpan balik dari konsumen dan keluarga mereka dan menawarkan berbagai metode bagi mereka untuk meningkatkan keluhan dan saran untuk perbaikan.
  - c. Layanan ini menyediakan pengaduan harus dibuat anonim.
  - d. Layanan ini menyediakan bantuan kepada konsumen yang memiliki kebutuhan khusus, seperti orang-orang yang tidak bisa menulis.

- e. Layanan mengambil langkah untuk memfasilitasi keluhan dari orang-orang yang (untuk alasan budaya atau status kesehatan) cenderung mengeluh yang sesuai dengan basis konsumen.
3. Respon yaitu menerima semua keluhan dan keprihatinan dan merespon segera dan sensitif tanpa membedakan dalam melayani pasien.
- a. Dokter dan staf lain mampu mengatasi keluhan pada titik layanan dan merujuk keluhan yang memerlukan tindakan lebih lanjut sesuai dengan kebijakan layanan keluhan.
  - b. Dokter dan staf mampu merespon dengan tepat untuk meminimalkan kemungkinan sengketa atau konflik.
  - c. Layanan mengakui dalam waktu 48 jam keluhan tidak diselesaikan pada titik pelayanan (keluhan formal) dan menginformasikan pengadu tentang proses pengaduan tentang apa yang bisa mereka harapkan dan pelayanan keluhan eksternal yang tersedia.
  - d. Layanan menyelesaikan keluhan segera dalam target yang wajar kerangka waktu yang diterapkan dalam kebijakan keluhan. Dalam hal ini jangka waktu dalam 80 persen kasus.
  - e. Layanan monitor kemajuan keluhan yang tidak terselesaikan pada titik layanan dan terus menginformasikan pengadu pada setiap tahapan proses.



4. Penilaian yang efektif. Layanan ini menilai keluhan untuk menentukan respon yang tepat dengan mempertimbangkan faktor resiko, keinginan pengadu dan akuntabilitas. Semua hal tersebut dijelaskan lebih rinci pada prosedur teknis.
  - a. Layanan menilai semua keluhan untuk menentukan tanggapan yang paling tepat. Proses penyelesaian sengketa dengan mempertimbangkan keseriusan dan kompleksitas keluhan dan keinginan pengadu.
  - b. Layanan memiliki program manajemen resiko, yang meliputi strategi untuk mengelola keluhan sebagai bagian dari monitoring insiden, dengan alat untuk mendukung identifikasi rutin dan klarifikasi resiko.
  - c. Layanan ini memiliki sistem untuk memberitahu manajemen senior dari resiko serius cepat dan efektif, memungkinkan tindakan cepat dan tepat.
  - d. Layanan kebijakan keluhan menetapkan keadaan dimana badan eksternal, seperti papan registrasi profesional, perawatan kesehatan komisi keluhan, korener, polisi dan regulator lainnya akan berkonsultasi dan diberitahu.
5. Resolusi yang sesuai. Penawaran layanan keluhan ini dengan cara yang lengkap, adil untuk semua pihak dan hanya menyediakan

hasil. Dalam penanganan keluhan adalah kegiatan mendengarkan, yaitu:

- a. Resolusi pengaduan dan investigasi proses yang sederhana dan jelas. Dan dapat dengan mudah dipahami oleh pengadu dan staf.
- b. Layanan menekankan pemecahan dalam penyelesaian masalah bersama keluhan.
- c. Layanan ulasan pengaduan resmi untuk menentukan peristiwa yang terjadi, penyebab keluhan dan korektif strategi.
- d. Investigasi pengaduan yang dibuat oleh layanan yang lengkap dan berdasarkan fakta, menggunakan dokumentasi yang relevan, kebijakan dan informasi disediakan oleh pelapor, dokter dan staf yang terlibat langsung dalam keluhan.
- e. Ketika menyelidiki keluhan, layanan berusaha untuk memberikan kontribusi faktor, dan merekomendasikan strategi pencegahan.
- f. Proses penyelesaian keluhan yang digunakan oleh layanan yang adil dan objektif untuk semua pihak.
- g. Layanan menginformasikan pengadu dan staf dari hasil investigasi dan memberikan alasan atas keputusannya sendiri.
- h. Layanan ini menyediakan hasil bagi pengadu yang sesuai dengan keadaan.

6. Privasi dan pengungkapan terbuka yang berarti mengelola informasi secara adil, sehingga fakta yang relevan dan keputusan untuk dikomunikasikan secara terbuka sekaligus melindungi kerahasiaan dan privasi pribadi. Dalam penanganan keluhan seperti pencatatan keluhan dan dokumentasi keluhan.
  - a. Layanan menyelidiki dan menyelesaikan keluhan dalam cara yang rahasia.
  - b. Pada saat itu keluhan resmi pertama mengakui dan menginformasikan layanan pengadu tentang bagaimana informasi pribadi mereka mungkin untuk digunakan.
  - c. Layanan mengumpulkan dan menyimpan keluhan catatan secara terpisah dari catatan medis pasien dan untuk memastikan bahwa informasi identitas pribadi dalam catatan akurat. Disimpan dan dipergunakan sesuai dengan kewajiban privasi.
  - d. Layanan ini dapat segera menanggapi permintaan dari konsumen dan perwakilan resmi mereka. Untuk akses ke kesehatan pribadi catatan dan mengubah kesalahan dalam catatan.
  - e. Layanan ini memiliki dokumentasi kebijakan pengungkapan terbuka yang dipahami oleh staf yang relevan.

- f. Layanan ini menyediakan pengadu, dokter dan staf yang terlibat dalam keluhan dengan fakta yang diketahui, ringkasan faktor yang berkontribusi untuk keluhan, informasi tentang apa yang dilakukan untuk menghindari pengulangan dan bagaimana perubahan akan dipantau.
7. Mengumpulkan dan menggunakan informasi yaitu menyimpan semua keluhan untuk memungkinkan meninjau kasus-kasus individu, untuk mengidentifikasi tren dan resiko, serta melaporkan tentang bagaimana keluhan telah menyebabkan perbaikan.
- a. Metode yang digunakan oleh layanan untuk merekam keluhan memfasilitasi review pengaduan individu dan analisis trend dan pola dalam keluhan untuk tujuan *clinical governance* dan kualitas perbaikan.
  - b. Layanan ini menggunakan sistem manajemen resiko untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi dan mengelola resiko untuk mengidentifikasi kemungkinan kerugian minimal dan peluang maksimum.
  - c. Layanan mengumpulkan informasi yang cukup untuk memungkinkan pemantauan dan meninjau sistem manajemen pengaduan dan membandingkan kinerja dengan kebijakan dan standart yang relevan.

- d. Layanan berkala memberikan informasi kepada publik tentang konsumen umpan balik, termasuk keluhan, sebagai bagian dari peningkatan kualitas pelapor.
8. Membuat perbaikan yaitu menggunakan keluhan untuk meningkatkan layanan, secara teratur mengevaluasi kebijakan pengelolaan pengaduan dan praktik.
- a. Manajemen eksekutif tahu kepala layanan rutin menggunakan keluhan informasi sebagai bagian dari *clinical governance*, kualitas perbaikan, perencanaan, dan untuk menginformasikan pelatihan staf dan profesional pembangunan.
  - b. Dokter senior dan manajemen menanggapi keluhan setelah menyelesaikan penilaian resiko, dan melakukan penyelidikan yang tepat, pelaporan, analisis, review dan tindak lanjut.
  - c. Monitor layanan pengadu dan staf kepuasan dengan proses penyelesaian keluhan dan hasil resolusi pengaduan.
  - d. Layanan terus menerus memantau dan secara teratur membandingkan kinerja sistem manajemen keluhan dengan kebijakan pengelolaan pengaduan dan standart eksternal.
  - e. Manajer layanan secara rutin mengevaluasi kebijakan dan praktek pengelolaan pengaduan, persetujuan dan pengungkapan terbuka untuk menentukan efektifitas mereka dan melakukan perbaikan bila perlu.

- f. Layanan melibatkan konsumen dan staf dalam desain dan evaluasi sistem manajemen keluhan.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Guna mendukung penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Dari tinjauan pustaka yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa judul penelitian yang hampir sama dengan Strategi Complaint Handling di Rumah Sakit “JIH” Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan pada Tahun 2018, penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

Pertama, skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Humas Dalam Pelaksanaan *Handling Complaint* Dalam Upaya Menjalin Hubungan Baik Dengan Pelanggan” oleh Atyanta Henggar mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2015. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis buat ada pada kajian teori dan teknik pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan tiga teori yaitu strategi komunikasi, *public relations*, dan *complaint handling*, sedangkan yang penulis hanya menggunakan dua teori yaitu *customer relations* dan *complaint handling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan wawancara dan

dokumentas, sedangkan penelitian terdahulu dengan menggunakan *interview* dan observasi. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama tentang strategi complaint handling dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan, selain itu metode penelitian yang diambil sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Skripsi yang kedua adalah “Strategi Mirota Kampus Dalam Penanganan Komplain Konsumen” oleh Josefa Tri Harmiati mahasiswa jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2015. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Menggunakan deskriptif kualitatif dengan melakukan pengamatan yang luas dan menganalisis suatu fenomena secara mendalam.

Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada kajian teori dan teknik pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan satu kajian teori yaitu strategi penanganan keluhan sedangkan penelitian penulis menggunakan dua kajian teori yaitu *customer relations* dan *complaint handling*. Teknik pengumpulan data yang dipilih oleh penelitian ini dengan menggunakan observasi dan wawancara, sedangkan penulis memilih dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diungkapkan sebelumnya, jenis penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan / menyelaraskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, menggambarkan dengan data non statistik. (Rakhmat,2001:24)

Penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data yang bersifat deskriptif dengan berupa fakta-fakta tertulis maupun lisan. Penelitian deskriptif ini berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan *strategi complaint handling* rumah sakit JIH dalam menghadapi keluhan pelanggan.

### **2. Obyek Penelitian**

Objek Penelitian ini adalah Strategi Complaint Handling dan lokasi penelitiannya akan dilakukan di Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta yang beralamat di Jl Ring Road Utara no. 160 Condongcatur Depok Sleman, Yogyakarta. Rumah Sakit “JIH” adalah sebuah bisnis yang bergerak dibidang kesehatan. Alasan peneliti memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian karena Rumah Sakit “JIH” merupakan salah satu rumah sakit yang sudah berstandar Internasional dan merupakan



rumah sakit favorit dengan pelayanan yang bagus dengan alat medis yang modern dan sudah lengkap, Rumah Sakit “JIH” juga memiliki keunikan tersendiri yang berbeda dengan rumah sakit lain dengan menerapkan konsep *Boutique Hospital* untuk desain ruangnya sehingga pelanggan tidak akan mudah bosan jika berkunjung kesana. Rumah sakit ini juga telah memiliki strategi complaint handling dalam keluhan pelanggan yang terarah dengan metode untuk menyalurkan keluhan juga lebih lengkap. Rumah sakit ini juga tiap tahun selalu mengeluarkan produk-produk baru yang tidak dimiliki oleh rumah sakit lain. Rumah Sakit “JIH” juga hampir tidak pernah sepi pengunjung setiap harinya dan pengunjung yang datang jumlahnya stabil setiap bulannya bahkan selalu meningkat.

(Sumber: Humas Rumah Sakit “JIH” dan <http://rs-jih.co.id/>)

### **3. Sumber Data**

Patton (2002) seperti yang dikutip oleh Raco dalam bukunya “Metode Penelitian Kualitatif” (2010:108) menyajikan tipe jenis sumber data yang akan dipublikasikan dalam penelitian ini:

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **a. Data primer**

Sumber data primer diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara, *company profile* perusahaan,

dokumen dan arsip perusahaan yang berkenaan dengan penelitian berupa seperti laporan bulanan penanganan keluhan dan website Rumah Sakit "JIH".

Sumber data diperoleh dari:

- 1) Service Management Manajer Rumah Sakit "JIH"
- 2) Layanan Pelanggan Rumah Sakit "JIH"

Data primer yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi *Complanit Handling* yang dilakukan oleh RS JIH dalam menangani keluhan pelanggan
- 2) Data keluhan pelanggan melalui berbagai media komplain seperti, humas, WhatsApp, sms, telepon, email, facebook, kuisisioner, instagram, customer service, dan kuesioner..
- 3) Program-program strategi *complaint handling* yang dilakukan oleh RS JIH dalam menangani keluhan pelanggan agar mendapat pelanggan yang loyal.
- 4) Pendapat dan penilain customer terhadap layanan yang diberikan oleh RS JIH

b. Data sekunder

Menurut Sutopo (2002:49) data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data umum mengenai deskripsi obyek penelitian yang berupa arsip seperti skripsi dan jurnal yang terkait dengan penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder berupa data

tertulis yang didapat dari buku-buku perpustakaan, dan situs internet yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Yaitu teknik wawancara dan teknik dokumentasi.

##### **a. Teknik Wawancara**

Wawancara adalah suatu kegiatan yang digunakan untuk memperoleh informasi secara akurat dan mendalam. Informasi yang akurat dan mendalam bisa peneliti dapatkan dengan melakukan wawancara secara langsung dengan orang yang berkompeten. Hal-hal yang harus diperhatikan sebelum wawancara adalah pertanyaan yang dibutuhkan guna memperoleh informasi dari penelitian, alat tulis sebagai media untuk mencatat hal penting saat wawancara, kamera dan alat perekam digunakan untuk mendokumentasikan wawancara tersebut. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth Interview*). Menurut Moleong (2013:186) teknik wawancara mendalam adalah percakapan dengan maksud tertentu.percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara mendalam ini bertujuan untuk mengetahui informasi seakurat mungkin guna menyelesaikan penelitian ini.

Narasumber dalam penelitian ini terdapat dua pihak yang akan dilibatkan, maka dalam pemilihan narasumber penulis telah menentukan dengan kriteria tertentu yaitu dimana dengan kriteria yang ada dapat memberikan bantuan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Adapun kriteria pihak yang akan menjadi narasumber adalah sebagai berikut:

- a) Pihak Internal yang bertanggung jawab dan terjun langsung dalam strategi *complaint handling* di Rumah Sakit “JIH”.

Narasumber yang memenuhi kriteria diatas adalah:

- a. Layanan pelanggan Rumah Sakit “JIH”.
  - b. Humas Rumah Sakit “JIH”.
  - c. *Service management manager* rumah sakit “JIH”.
- b) Pihak Eksternal yaitu pelanggan Rumah Sakit “JIH” yang pernah memberikan komplain dan sudah diberi *feedback* oleh pihak penanggung jawab terkait.
- b. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, majalah dokumen lainnya dan hasil penelitian terdahulu sebagai penunjang penelitian yang sejalan dengan penelitian yang diteliti. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen

ini bisa berbentuk company profile perusahaan, laporan kantor dan buku harian diary.

## **5. Teknik Analisis Data**

Data-data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan analisis kualitatif yaitu merupakan cara untuk mengolah atau menganalisis data kualitatif yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, yaitu menjelaskan eksistensi sebuah permasalahan atau fenomena dengan cara menguraikan secara sistematis seluruh elemen yang bersifat kualitatif, yang berkaitan dengan masalahnya. Langkah-langkah yang ditempuh sebagai berikut (Wardhani, 2012:35):

### **a. Pengumpulan data**

Data penelitian yang diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik yang sesuai dengan tipe interaktif, seperti wawancara mendalam.

### **b. Reduksi data dengan membuat ringkasan dalam berbagai bentuk, menyisihkan yang tidak diperlukan, mengkode dan mengelompokkan.**

### **c. Proses pemilihan data dan pemusatan pola data yang relevan dengan permasalahan penelitian, seperti menyeleksi data-data yang berhubungan erat dengan penelitian agar fokus dan terarah.**

- d. Penyajian data, menggambarkan keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi, yaitu dengan memaparkan hasil penelitian berdasarkan kajian teori yang telah dibuat.
- e. Kesimpulan, Pokok pemikiran hasil keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan.

## **6. Uji Validitas Data**

Untuk menguji validitas data yang didapat sehingga benar-benar sesuai dengan tujuan dan maksud penelitian, maka digunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2013:330) triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar dari data tersebut untuk keperluan mengecek atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

Penelitian ini menggunakan salah satu teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber untuk mendapatkan data yang valid. Setelah data semua terkumpul data tidak dapat dirata-rata atau dijumlah seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi data dapat dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan lebih spesifik dari data yang telah dihasilkan. Peneliti lebih memilih teknik triangulasi sumber untuk dijadikan uji validitas data karena dalam teknik triangulasi ini peneliti berusaha untuk membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu

informasi yang diperoleh dari sumber yang sesuai dengan penelitian ini.

## **H. Sistematika Penulisan**

Agar mendapatkan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal dibahas dalam setiap bab, adapun sistematika penulisan penelitian adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian teori, penelitian terdahulu, metode penelitian yang digunakan dan sistematika penulisan.

Bab II Gambaran Umum Objek Penelitian, berisi tentang gambaran umum dan obyek penelitian. Obyek dalam penelitian ini adalah Rumah Sakit “JIH” Kota Yogyakarta khususnya Bagian Layanan Pelanggan dan Service Management Manager. Bab ini bertujuan untuk memberikan informasi yang mendukung tentang obyek penelitian seperti profil, visi dan misi, struktur organisasi obyek penelitian dan lain sebagainya.

Bab III Sajian Data dan Pembahasan, berisi tentang paparan penjelasan mengenai strategi Complaint Handling dalam penanganan keluhan pelanggan di Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta tentang penanganan keluhan. Selain itu juga akan membahas hasil analisis penelitian yang dikaji melalui metodologi penelitian.

Bab IV Penutup. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.