



CUSTOMER RELATIONS

Pertemuan ke-9



Tujuan Customer Relations

- Membina hubungan baik dengan customer (pelanggan, konsumen)
- Memberikan pelayanan prima
- Meningkatkan kepuasan pelanggan
- Mengkondisikan agar pelanggan loyal

Siapa Customer?

- Orang yang paling penting dalam perusahaan
- Customer tidak tergantung pada perusahaan, justru perusahaanlah yang tergantung padanya
- Memperlakukan dengan baik thd customer berarti telah berupaya mendapatkan keuntungan bagi perusahaan

Perspektif Pelayanan Pelanggan

- Pelanggan adalah raja
- Pelanggan adalah alasan keberadaan kita
- Tanpa pelanggan kita tidak punya apa-apa
- Pelanggan menentukan masa depan bisnis kita
- Jika kita tidak memahami pelanggan, berarti kita tidak memahami bisnis kita

Alasan2 Customer **PERGI**

- Pelayanan buruk 68%
- Produk jelek 14%
- Kompetitor 9%
- Perubahan mitra bisnis 5%
- Tidak ada alasan 3%
- Meninggal dunia 1%

Beberapa Kesalahan dalam Pelayanan Konsumen

- Kesalahan 1 : Tidak tahu apa harapan pelanggan
- Kesalahan 2 : Tidak direncanakan standar pelayanan yang benar
- Kesalahan 3 : Tidak memberikan standar pelayanan yang telah direncanakan
- Kesalahan 4 : Tidak cocok dengan kinerja yang telah dijanjikan
- Kesalahan 5 : Pemberian pelayanan tidak sesuai dengan harapan



Perlunya pelayanan prima (excellent service)

- Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan kepada customer
- Tetap menjaga agar customer merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan dan keinginannya
- Upaya mempertahankan customer agar tetap loyal untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan



Urgensi Pelayanan Prima

- Persaingan semakin ketat
- Pelanggan semakin kritis
- Meningkatnya isue demokratisasi, transparansi, dan HAM

Kepuasan Customer

- Kepuasan LEBIH KECIL dari harapan =
Kecewa
- Kepuasan SAMA DENGAN harapan = Puas
- Kepuasan LEBIH BESAR harapan =
 - ✓ Sangat puas
 - ✓ Ikatan emosional
 - ✓ Loyalitas

INGAT – INGAT

- **KEPUASAN CUSTOMER ADALAH TARGET YANG BERGERAK**
- **Mengapa?**
 - ✓ Harapan berubah-ubah
 - ✓ Customer menilai pelayanan
 - ✓ Adanya saingan dari perusahaan lain
 - ✓ Satu kepuasan dicapai, harapan lain bermunculan

INGAT – INGAT

- Customer yang puas akan menjadi juru promosi, mengajak orang lain menggunakan produk atau jasa kita
- Customer yang kecewa, akan memberitahukan kekecewaannya itu kepada banyak orang

Customer Menilai Pelayanan

- Dimensi prosedural: mencakup sistem dan prosedur yang telah tertata guna menyampaikan produk atau jasa
- Dimensi pribadi: bagaimana penyedia pelayanan menggunakan sikap, perilaku, dan kemampuan lisan berinteraksi dengan pelanggan



5 KEBUTUHAN DASAR

- 1) **Kebutuhan untuk dipahami**
- 2) **Kebutuhan untuk diperhatikan**
- 3) **Kebutuhan untuk merasa diterima**
- 4) **Kebutuhan untuk merasa penting**
- 5) **Kebutuhan akan kenyamanan**

Cantok2 Konkret Pelayanan

- Cepat & akurat
- Aman & mudah
- Senyum & tegur sapa
- Ramah & hangat
- Bersih & rapi
- Indah & wangi
- Nyaman & teratur
- Asri & serasi
- Maaf, terimakasih, tolong, silakan...

Jips Kepuasan Pelanggan

- Komitmen total dari manajemen
- Mengenal dengan baik customer
- Kembangkan standar pelayanan
- Kompensasi yang pantas bagi karyawan yang baik
- Sistem penilaian yang adil bagi kinerja karyawan
- Kembangkan hubungan yang baik dengan customer
- Sempurnakan pekerjaan melalui pengalaman yang diperoleh selama melayani nasabah
- Membuka diri bagi saran dan kritik
- Jujur dan ikhlas dalam memberikan pelayanan

Penyebab complaint

- Keluhan akibat sikap petugas
- Keluhan yang berhubungan dengan pelayanan
- Kesenjangan antara janji dan kenyataan
- Keluhan yang berhubungan dengan kualitas produk

Customer Kecewa ingin Diperlakukan.....

- Diperlakukan secara serius
- Diperlakukan dengan penuh hormat
- Memperoleh tindakan lanjut segera
- Mendapatkan kompensasi
- Mendapatkan keadilan
- Menjernihkan masalah sehingga tidak terulang lagi
- Didengarkan



Terima kasih