

PELAYANAN PRIMA CUSTOMER SERVICES DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN DI DEVELOPER PROPERTY SINARMAS LAND

Anisa Putri Andini¹, Afaldi Prabowo², Tracy Ester Brigita³, Sepdiana Putri⁴, Intan Permatasari⁵

^{1,2,3,4,5} *Administrasi Perkantoran D-III, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang*
E-mail : anisa.andin99@gmail.com

ABSTRAK

Pelayanan prima staf Customer Service dalam menangani keluhan pelanggan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan di Developer Property Sinarmas Land. Latar belakang penulisan karya tulis ini adalah adanya kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui evaluasi dimensi-dimensi pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan prima oleh staf Customer Service dalam menangani keluhan pelanggan serta kendala dan solusi yang dihadapi dalam penerapannya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dengan staf Customer Service dan pelanggan, serta dokumentasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan secara umum sudah cukup baik, terutama pada aspek keandalan dan jaminan, di mana pelanggan merasa puas dengan konsistensi layanan dan sikap profesional staf. Namun, masih terdapat kekurangan dalam hal daya tanggap dan empati, terutama terkait kecepatan respons dan pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pelanggan. Beberapa kendala yang dihadapi yaitu terbatasnya sumber daya manusia, kurangnya pelatihan komunikasi, serta koordinasi internal yang belum optimal. Saran yang diberikan adalah peningkatan pelatihan bagi staf Customer Service, penguatan sistem koordinasi antar divisi, dan pemanfaatan teknologi Customer Relationship Management (CRM) secara lebih maksimal untuk menunjang efektivitas pelayanan.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Staf Customer Service, Keluhan Pelanggan.

ABSTRACT

Excellent service by Customer Service staff in handling customer complaints is an important factor in shaping customer satisfaction at Property Developer Sinarmas Land. The background of this paper is the need for companies to improve service quality through evaluation of service dimensions received by customers. This study aims to determine how the implementation of excellent service by Customer Service staff in handling customer complaints and the obstacles and solutions faced in its implementation. The method used is a qualitative descriptive method with a case study approach. Data were obtained through observation, interviews with Customer Service staff and customers, and company documentation. The results of the study indicate that the service in general is quite good, especially in terms of reliability and assurance, where customers are satisfied with the consistency of service and the professional attitude of the staff. However, there are still shortcomings in terms of responsiveness and empathy, especially related to the speed of response and understanding of specific customer needs. Some of the obstacles faced are limited human resources, lack of communication training, and suboptimal internal coordination. The suggestions given are to improve training for Customer Service staff, strengthen the coordination system between divisions, and utilize Customer Relationship Management (CRM) technology more optimally to support service effectiveness.

Kata Kunci: Excellent Service, Customer Service Staff, Customer Complaints.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, pelayanan kepada pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Hal ini tidak terkecuali bagi perusahaan pengembang properti, di mana pelanggan memegang peran yang sangat vital dalam menentukan kelangsungan dan perkembangan usaha. Sinarmas Land, sebagai salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia, berusaha untuk memberikan layanan terbaik kepada para pelanggannya, khususnya dalam hal penanganan keluhan yang sering kali menjadi titik kritis dalam pelayanan.

Keluhan pelanggan merupakan hal yang tidak bisa dihindari dalam setiap bisnis. Namun, cara perusahaan dalam menangani keluhan tersebut dapat menjadi pembeda yang signifikan, baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maupun dalam membangun loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana perusahaan pengembang properti seperti Sinarmas Land dalam memberikan pelayanan prima untuk menangani keluhan pelanggan mereka. Hal ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi pihak Customer Services untuk menjaga kualitas pelayanan meski dihadapkan dengan keluhan atau komplain dari pelanggan.

Masalah yang sering muncul di berbagai perusahaan, termasuk Sinarmas Land, adalah bagaimana memastikan agar setiap keluhan yang diterima dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat, serta memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan yang tidak hanya harus memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga dapat meminimalisir ketidakpuasan yang dapat berpotensi merusak reputasi perusahaan.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mendalami lebih dalam mengenai pelayanan prima dalam penanganan keluhan pelanggan di Sinarmas Land, dengan fokus pada bagaimana Customer Services menangani berbagai masalah yang muncul. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kendala-kendala yang dihadapi dalam memberikan pelayanan terbaik, serta solusi-solusi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki sistem pelayanan yang ada di Sinarmas Land.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi literatur seperti buku, undang-undang, maupun jurnal. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Berdasarkan pendapat Ginantra (2020: 12–13), jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, yaitu dari sumber data yang memberikan informasi secara langsung kepada penulis tanpa melalui perantara. Menurut Sugiyono (2017:137), jenis data terbagi menjadi dua yaitu data primer, yang dikumpulkan langsung dari sumber asli, dan data sekunder, yang diperoleh dari dokumen perusahaan. Sementara itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi untuk memahami perilaku non-verbal atau objek alam (Sugiyono, 2018:229), wawancara yang merupakan komunikasi dua arah tatap muka untuk mendapatkan informasi dari narasumber (Sugiyono, 2018:467), termasuk wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi yang mengumpulkan bukti penguat data berupa gambar, dokumen, atau tulisan (Sugiyono, 2016:369).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai bagian dari tim layanan pelanggan, *customer services* memiliki peran penting dalam menangani berbagai proses terkait *inquiry*, *request*, komplain, dan serah terima unit kepada pelanggan. Tugas ini dimulai dengan menerima dan merespons *inquiry* pelanggan yang mencakup pertanyaan seputar spesifikasi unit properti, harga, metode pembayaran, hingga fasilitas yang ditawarkan. Dalam hal ini, *customer services* harus memiliki pemahaman mengenai produk dan layanan Sinar Mas Land untuk memberikan informasi yang akurat dan meyakinkan.



Gambar 1. Tim layanan pelanggan dari Sinarmasland

Selain itu, *customer services* juga menangani berbagai request khusus dari pelanggan, seperti permintaan pengaturan ulang jadwal serah terima unit, penyesuaian fitur tertentu dalam unit, atau kebutuhan administratif lainnya. Tugas ini membutuhkan keterampilan komunikasi yang baik, kemampuan multitasking, dan ketelitian dalam mencatat setiap detail permintaan pelanggan untuk memastikan kebutuhan mereka terpenuhi secara optimal.

Setelah menangani komplain staf *Customer Service* berkoordinasi dengan divisi lain untuk menyelesaikan keluhan pelanggan membutuhkan kemampuan komunikasi dan kolaborasi yang baik. Dalam tugas ini, *customer services* bertindak sebagai penghubung antara pelanggan dan divisi terkait di dalam perusahaan. Ketika pelanggan menyampaikan keluhan, seperti masalah teknis pada unit properti, keterlambatan jadwal serah terima, atau ketidakcocokan dokumen, *customer services* memastikan informasi tersebut tercatat dengan akurat dan diteruskan kepada divisi yang bertanggung jawab, seperti tim teknis, administrasi, atau keuangan.



Gambar 2. Staf Customer Service Berkoordinasi dengan Divisi lain

Customer services juga memantau perkembangan penyelesaian keluhan hingga tuntas. Mereka berkoordinasi secara berkala dengan divisi terkait untuk memastikan bahwa langkah-langkah penanganan telah dilakukan sesuai dengan prosedur dan jadwal yang ditetapkan. Selain itu, *customer services* bertanggung jawab memberikan pembaruan kepada pelanggan mengenai status keluhan mereka.

Tugas lainnya adalah memfollow-up terkait proses keluhan pelanggan bertujuan memastikan bahwa setiap permasalahan yang disampaikan pelanggan

mendapatkan penanganan secara optimal hingga tuntas. *customer services* bertanggung jawab untuk memantau perkembangan keluhan yang telah diajukan, baik melalui sistem internal perusahaan maupun komunikasi langsung dengan pelanggan. Proses *follow-up* melibatkan pengecekan status penanganan oleh divisi terkait untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diperlukan telah diambil.

Customer services menjaga komunikasi yang efektif dengan pelanggan, baik melalui telepon, email, atau pertemuan langsung. Tujuannya adalah memberikan rasa nyaman dan memastikan pelanggan merasa didengar. Data yang diperoleh dari proses ini kemudian dilaporkan kepada atasan untuk evaluasi lebih lanjut.

Tugas menerima *customer walk-in* merupakan salah satu aspek penting dalam layanan pelanggan. *Customer services* menyambut pelanggan dengan ramah, sopan, dan profesional untuk menciptakan kesan pertama yang positif. Tugas ini melibatkan mendengarkan kebutuhan pelanggan secara aktif, baik terkait informasi produk, status transaksi, maupun keluhan.

Customer services bertugas mencatat setiap interaksi dengan pelanggan untuk memastikan adanya rekam jejak yang dapat ditindaklanjuti jika diperlukan. Dengan tugas ini, *customer services* memahami dinamika kebutuhan pelanggan secara langsung, meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal, dan mempraktikkan pengelolaan waktu untuk menangani beberapa pelanggan secara bersamaan.

Selain menjawab pertanyaan, *customer services* juga membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan, termasuk menangani keluhan terkait kualitas unit, dokumen yang belum lengkap, atau ketidaksesuaian dalam layanan. Tugas ini melatih *customer services* dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan, menangani tekanan dalam situasi kompleks, dan memperkuat kemampuan komunikasi serta pemecahan masalah.

Customer services memverifikasi setiap permintaan yang masuk, seperti permintaan informasi tambahan, perubahan data, atau jadwal serah terima unit, agar sesuai dengan kebijakan dan prosedur perusahaan. Mereka juga memantau progres penyelesaian setiap permintaan secara rutin untuk memastikan bahwa tidak ada kendala yang menghambat prosesnya.

Memberikan layanan terbaik

Memberikan layanan terbaik kepada pelanggan adalah tugas utama *customer service*. Mereka menjaga sikap profesional, ramah, dan siap membantu pelanggan. Setiap interaksi dilakukan dengan pendekatan yang empatik dan memastikan semua pertanyaan serta permintaan pelanggan dijawab secara tepat dan memadai. *Customer services* juga menjaga hubungan baik dengan pelanggan setelah transaksi selesai dengan melakukan tindak lanjut, seperti pengecekan kepuasan pelanggan atau memberikan konfirmasi atas layanan yang telah diberikan.

Dengan menjalankan tugas ini, *Customer services* tidak hanya membantu menjaga kelancaran operasional perusahaan tetapi juga memastikan kepuasan pelanggan tetap menjadi prioritas utama.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis model SERVQUAL, kualitas pelayanan *Customer Services* di PT Sinarmas Land cukup baik, terutama dalam keandalan dan jaminan yang memberikan rasa aman kepada pelanggan. Namun, dimensi daya tanggap dan empati perlu ditingkatkan, khususnya dalam kecepatan menangani keluhan dan memahami kebutuhan pelanggan secara personal.

Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pelatihan komunikasi bagi staf, serta koordinasi internal yang belum optimal. Hal ini memengaruhi kecepatan respons, konsistensi informasi, dan kepuasan pelanggan terhadap layanan.

Upaya perbaikan dilakukan dengan mengimplementasikan teknologi CRM untuk memantau keluhan secara real-time, memberikan pelatihan rutin kepada staf, memperkuat koordinasi lintas fungsi serta meningkatkan transparansi layanan.

Langkah-langkah ini diharapkan dapat memastikan pelanggan mendapatkan layanan yang lebih cepat, konsisten, dan memuaskan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung atau tidak langsung dalam memberikan masukan dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M., Wessel, M., & Benlian, A. (2021). AI-Based Chatbots in Customer Services and Their Effects On User Compliance. *Electronic Markets*, 31(2), 427-445.
- Anita, D. (2019). Pengembangan Strategi Pelayanan Prima Melalui Administrasi Perkantoran Modern. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic*, 3(3), 38-42.
- Barata, A. A. (2019). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Goodman, J. (2019). Strategic Customer service: Managing The Customer Experience to Increase Positive Word of Mouth, Build Loyalty, And Maximize Profits. *Amacom*.
- Hermawan, H. (2020). Meningkatkan Kompetensi Pengelola Wisata Desa melalui Penyuluhan Pelayanan Prima. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 1(1), 1-11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lee, S. M., & Lee, D. (2020). "Untact": a New Customer Services Strategy in The Digital Age. *Service Business*, 14(1), 1-22.
- Lestari, R. A., & Santoso, A. (2022). Pelayanan Publik Dalam Good Governance. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(1), 43-55.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific Publishing.
- Nelfiyanti, N., Rani, A. M., & Fauzi, A. (2018). Implementasi Six Sigma untuk Perbaikan Kualitas Produk Kiwi Paste Berdasarkan Keluhan Pelanggan. *J. Sist. dan Manaj. Ind*, 2(1), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pratama, E. E., & Trilaksono, B. R. (2015). Klasifikasi Topik Keluhan Pelanggan Berdasarkan Tweet Dengan Menggunakan Penggabungan Feature Hasil Ekstraksi Pada Metode Support Vector Machine (SVM). *JEPIN (Jurnal Edukasi dan Pengamatan Informatika)*, 1(2), 53-59.
- Puryatama, A. F., & Haryani, T. N. (2020). Pelayanan Prima Melalui Penyelenggaraan Mal Pelayanan Publik di Indonesia. Kybernan: *Jurnal Studi Kepemerintahan*, 3(1), 40-54.
- Putra, A. A., & Hidayati, R. (2022). Analisis Pengaruh Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Perbankan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45-58.
- Rayasa, R. F., Rande, S., & Dwivayani, K. D. (2019). Strategi Komunikasi Customer Services PT. JNE Cabang Utama Samarinda Dalam Menangani Kasus Keluhan Pelanggan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 233-242.

- Saggaf, S., Salam, R., Kahar, F., & Akib, H. (2014). Pelayanan Fungsi Administrasi Perkantoran Modern. *Jurnal Ad'ministrare*, 1(1), 20-27.
- Sinambela, L. P. (2021). *Kinerja Pelayanan Publik: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Pengamatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, W. (2019). Strategi Komunikasi Internal PDAM Tirta Satria Mengatasi Keluhan Pelanggan. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(01), 48-53.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2020). *EBK: Services Marketing: Integrating Customer Services Across the Firm 4e*. McGraw Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.