

**PROSEDUR PENANGANAN KOMPLAIN KONSUMEN PADA PT.COCA
COLA BOTTLING INDONESIA – CENTRAL SUMATRA TAHUN 2012**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada tim penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan
(DIII) sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

**RAHMAWATI SYAHRUL
NIM. 15399**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2012**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

PROSEDUR PENANGANAN KOMPLAIN KONSUMEN PADA PT.COCA COLA BOTTLING INDONESIA – CENTRAL SUMATRA TAHUN 2012

Nama : RAHMAWATI SYAHRUL
NIM : 15399
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

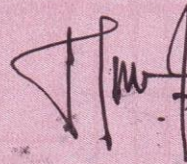
Padang, Agustus 2012

Diketahui Oleh :
Ketua Program Diploma III

Disetujui Oleh :
Pembimbing



Perengki Susanto, SE,M.Sc
NIP. 19810404 200501 1 002



Firman, SE,MSc
NIP. 19800206 200312 1 004

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

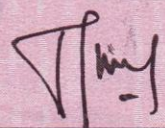
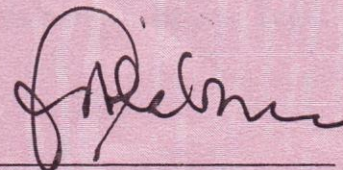
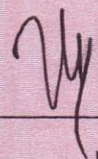
PROSEDUR PENANGANAN KOMPLAIN KONSUMEN PADA PT.COCA COLA BOTTLING INDONESIA – CENTRAL SUMATRA TAHUN 2012

Nama : RAHMAWATI SYAHRUL
NIM : 15399
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2012

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Firman,SE,M.Sc	(Ketua)	
2. Gesit Thabrani,SE,MT	(Anggota)	
3. Vidyarini Dwita,SE,MM	(Anggota)	

ABSTRAK

Rahmawati Syahrul, (2009/15399) : Prosedur Penanganan Komplain Konsumen Pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra.

Pembimbing : Firman SE, M.Sc

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana prosedur penanganan komplain konsumen pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui observasi. Penulis mengumpulkan data langsung dari perusahaan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan penulis mengamati secara langsung proses kerja pada perusahaan tempat dimana penulis melakukan penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut, peneliti melakukan pengolahan sehingga diperoleh hasil yang diinginkan. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut peneliti dapat memberikan kesimpulan tentang prosedur penanganan komplain konsumen pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra

Hasil penelitian menggambarkan dua jenis proses dalam merancang prosedur penanganan komplain konsumen yaitu prosedur penanganan komplain konsumen yang menggunakan *flow diagram* dan *service blueprinting*. Prosedur penanganan komplain konsumen yang menggunakan *flow diagram* pertama harus mengetahui jenis komplainnya, selanjutnya membuat laporan komplain, pengajuan komplain, analisa penyebab, tindakan perbaikan, tindakan pencegahan. Sedangkan *service blueprinting* memiliki tiga tahapan dalam merancang prosedur penanganan komplain yaitu: pada tahap pertama pastikan konsumen dalam kendali, tahapan kedua konsumen berinteraksi dengan penyedia layanan, dan tahap ketiga pelayanan dijauhkan dari kendali dan interaksi pelanggan. Disarankan agar perusahaan benar-benar memberikan kemudahan secara cepat dan efektif agar dapat memuaskan konsumennya dalam penanganan komplain tersebut

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Prosedur Penanganan Komplain Konsumen Pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra”**. Tugas akhir ini merupakan Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Terima kasih banyak Penulis ucapkan kepada Bapak Firman, SE, M.Sc, selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan, masukan, perhatian, semangat, serta waktu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaika terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII), Bapak Ramel Yanuarta RE, SE, M.S.M dan Ibu Charoline Cheisviyanny, SE, M.Si.Akt selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) dan Staf Tata Usaha Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Hendri Andi Mesta, SE.Ak, MM, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan semangat serta bimbingan akademik
4. Bapak dan Ibu Staf pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, serta seluruh karyawan dan karyawanati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus tercinta ini.

5. Bapak dan Ibu staf Ruang Baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang sangat membantu penulis dalam mencari sumber referensi
6. Seluruh Karyawan PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang menunjang tugas akhir ini.
7. Dan Teristimewa sekali penulis ucapkan kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, beserta kakak dan adik yang telah memberikan motivasi, mengirimkan doa serta bantuan moril dan materil kepada penulis sampai tugas akhir ini selesai
8. Khususnya penulis juga ucapkan kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2009 yang telah memberikan semangat serta masukan dalam tugas akhir ini

Semoga segala bimbingan, bantuan, semangat dan motivasi yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridoi oleh Allah SWT. Penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala kemampuan, namun penulis menyadari dalam penyelesaian tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Atas perhatian dari berbagai pihak, penulis mengucapkan terima kasih, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Tentang Prosedur.....	7
1. Pengertian Prosedur.....	7
2. Jenis Dalam Merancang Prosedur.....	8
A. Konsumen.....	14
1. Pengertian Konsumen.....	14
2. Jenis-jenis Konsumen.....	15
3. Karakteristik Konsumen.....	16
B. Komplain.....	18
1. Pengertian Komplain.....	18
2. Jenis-jenis Komplain.....	20
3. Sistem Penanganan Komplain Secara Efektif.....	22
4. Prosedur Penanganan Komplain Konsumen.....	30
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	
A. Bentuk Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Rancangan Penelitian	36
1. Jenis Penelitian.....	36
2. Tahapan Peneltian.....	36
3. Objek Penelitian.....	37
4. Sumber Data Penelitian.....	37
5. Teknik Analisis Data.....	38

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan	39
1. Sejarah PT.Coca Cola Company.....	39
2. Sejarah PT.Coca Cola Bottling Indonesia.....	41
3. Lokasi PT.Coca Cola Bottling Indonesia.....	42
4. Struktur Oraganisasi PT.Coca Cola Bottling Indonesia.....	43
5. Visi dan Misi PT.Coca Cola Bottling Indonesia.....	44
6. Produk PT.Coca Cola Bottling Indonesia.....	45
B. Pembahasan	46
Prosedur Penanganan Komplain Konsumen.....	46
1. Flow Diagram.....	47
2. Service Blueprint.....	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	58
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data komplain GDM PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra Januari 2012 - Mei 2012.....	5
2. Tipologi Perilaku Komplain Konsumen.....	23
3. Item-Item Pengukuran Minat Konsumen Untuk Melakukan Komplain.....	26
4. Produk PT.Coca Cola Bottling Indonesia.....	45
5. Kelebihan dan Kelemahan Flow Diagram.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. <i>Customer Complaints</i>	17
2. Kemungkinan-Kemungkinan Pemecahan Masalah Pelanggan Yang Tidak Puas.....	21
3. Prosedur Penanganan Komplain Konsumen Secara Efektif.....	28
4. Struktur Organisasi PT. Coca Cola Bottling Indonesia.....	39
5. Flow Diagram Prosedur Penanganan Komplain Konsumen PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra.....	49
6. Service Blueprint Prosedur Penanganan Komplain Konsumen PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra.....	54

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah perusahaan, konsumen yang mengeluh memberi perusahaan suatu peluang untuk memperbaiki masalah yang mungkin tidak diketahui oleh perusahaan. Hal ini dapat memulihkan hubungan dengan konsumen yang menyampaikan keluhan dan memperbaiki kepuasan di masa mendatang bagi konsumen. Keluhan mungkin saja dalam jangka panjang dapat menaikkan tingkat kepuasan, oleh karena itu fasilitas yang didapat oleh konsumen memudahkannya dalam menyatakan ketidakpuasan.

Komplain konsumen dianggap sebagai peluang penting bagi perusahaan untuk mengetahui reaksi konsumen atas suatu pelayanan perusahaan. Keluhan merupakan elemen yang perlu diperhatikan dan digunakan sebagai masukan dalam menyusun strategi pelayanan perusahaan. Pengetahuan tentang keluhan konsumen akan membantu pengelola perusahaan memperhatikan dan memecahkan masalah yang timbul. Perusahaan dapat menggunakan cara yang sesuai untuk merumuskan pelayanan selanjutnya. Sistem manajemen keluhan yang disusun dengan tepat dan efektif, akan memudahkan perusahaan untuk memaksimalkan tingkat loyalitas konsumen.

Konsumen yang mengalami ketidakpuasan belum tentu bersedia menyampaikan keluhannya pada perusahaan bersangkutan. Faktor yang mempengaruhi rendahnya tingkat keluhan yang dilakukan oleh konsumen yakni

konsumen tidak yakin bila perusahaan akan melakukan tindakan untuk menyelesaikan masalah dan dalam menyampaikan keluhan dibutuhkan waktu menelpon atau datang langsung ke perusahaan untuk menyampaikan keluhan. Kebanyakan konsumen enggan melakukannya. Penyebab lainnya adalah sebagian konsumen tidak memahami bagaimana cara menyampaikan keluhan, misalnya siapa yang harus di hubungi.

Perusahaan dapat meningkatkan perlindungan konsumen, melindunginya terhadap penyebaran komentar negatif dari mulut ke mulut, dan meminimalkan kerugian dengan mengelola keluhan secara efektif. Konsumen yang tidak puas akan mengkomunikasikan pengalaman negatifnya dengan konsumen lain yang berdampak pada penurunan penjualan perusahaan.

Dalam penanganan komplain konsumen, sedapat mungkin komplain dapat diperoleh solusi di tingkatannya. Namun sesuai dengan kapasitasnya, apabila permasalahan tidak dapat diselesaikan pada tingkatannya, maka harus secepat mungkin disampaikan kepada tingkat yang lebih tinggi.

Setiap jenis komplain konsumen harus diterima dan disikapi secara positif dan harus ditangani secara optimal. Demikian juga terhadap pihak pengadu, harus diposisikan secara proporsional dan positif, karena pengaduan adalah salah satu bentuk kepedulian yang bersangkutan untuk memperlancar kegiatan yang sedang berlangsung.

Pada saat penanganan komplain, seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian masalah tersebut diusahakan untuk bersedia mengikuti proses

penyelesaian masalah secara sukarela dan menghindari adanya kondisi keterpaksaan.

Penanganan komplain tidak hanya terhadap pihak-pihak yang terkait secara langsung, akan tetapi perlu juga melibatkan pihak lain yang dapat memberikan masukan dalam penyelesaian masalah terhadap pokok pengaduan. Dengan keterlibatan pihak yang lebih luas, maka penyelesaiannya dapat lebih menyeluruh. Demikian pula proses dan hasil penyelesaian pengaduan, harus disampaikan kepada semua pihak secara transparan.

Prosedur penanganan komplain konsumen dilakukan secara objektif dengan menghindari keberpihakan yang tidak berimbang terhadap pihak-pihak yang terlibat. Dalam upaya penanganan pengaduan, kerahasiaan identitas pengadu harus dapat dijamin untuk rasa keamanan yang bersangkutan.

Menurut Fandy (2011), cara penanganan komplain konsumen terdiri dari *voice responses*, *private responses* dan *third-party responses*. *Voice Responses* ditujukan pada objek-objek yang sifatnya eksternal bagi lingkaran sosial konsumen (yakni, relasi informal) dan pihak-pihak yang secara langsung terlibat dalam pertukaran yang tidak memuaskan (misalnya, pengecer, distributor, pamanufaktur, dan penyedia jasa). *Private responses* bukanlah pihak eksternal bagi jejaring sosial konsumen dan juga bukan pihak yang terlibat langsung dalam pengalaman yang tidak memuaskan, sedangkan *Third Party Responses* ditujukan pada objek-objek eksternal yang tidak secara langsung terlibat dalam pengalaman

yang tidak memuaskan (contohnya, surat kabar, lembaga konsumen, lembaga bantuan hukum, dan sebagainya).

Cara penyampaian komplain seperti ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. Bila konsumen melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat. Apabila penyampaian komplain tidak sesuai dengan apa yang di janjikan dapat mempengaruhi konsumen khususnya sehubungan dengan seberapa besar konsumen mengharapkan dan menilai apakah penyampain komplain tersebut cepat ditanggapi, maka kepuasan yang timbul cenderung bersifat positif dan begitu juga sebaliknya.

Pada hakekatnya setiap konsumen bebas memilih produk-produk yang ditawarkan ke pasar oleh berbagai macam perusahaan, dan tentunya konsumen akan lebih memilih perusahaan mana yang bisa memberikan kemudahan dalam mendapatkan haknya sebagai konsumen dari produk yang ditawarkan perusahaan.

PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra beralamat di Jalan Raya Padang – Bukittinggi KM 22 Desa Duku Kasang merupakan sales office yang melayani daerah operasi di Central Sumatra. PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra sepenuhnya menjalankan kegiatan usaha perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumennya.

Komplain yang terjadi pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra biasanya karena konsumen belum mengerti tentang sistem atau prosedur

yang ada di perusahaan. Standar penyelesaian komplain pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra ini adalah 3 hari.

Tabel 1 Data komplain GDM PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra Januari 2012 - Mei 2012 :

Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Jumlah komplain	5 oultet	2 oultet	3 oultet	4 oultet	3 oultet

Sumber : PT.Coca Cola Bottling Indonesia- Central Sumatra

Oleh karena itu, pada segmen ini PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra telah menetapkan prosedur-prosedur dalam menangani komplain terhadap produk/layanan yang terjadi pada konsumen.

Prosedur penanganan komplain ini di atur oleh tim manajemen dari PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra yang mengutamakan kemudahan bagi konsumennya dalam mendapatkan layanan bagi konsumen yang merasa tidak puas dengan cara yang mudah, cepat dan tidak rumit dalam prosesnya.

Bertitik tolak dari masalah itulah penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai penanganan komplain konsumen yang telah ditetapkan oleh PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra dan menuangkannya kedalam sebuah tugas akhir dengan judul **“Prosedur Penanganan Komplain Konsumen Pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang diajukan adalah : Bagaimana prosedur penanganan komplain konsumen pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui bagaimana prosedur penanganan komplain konsumen pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia – Central Sumatra.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari Penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Bagi Penulis, memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman dan wawasan tentang hal-hal yang berhubungan dengan bahan yang dibahas, juga bisa sebagai perbandingan antara teori yang didapat dengan kegiatan sebenarnya yang dilakukan dilapangan mengenai prosedur penanganan komplain konsumen tersebut.
2. Bagi Peneliti, mudah-mudahan tulisan ini dapat membantu untuk Penulisan yang terkait.
3. Bagi Perusahaan, memberikan masukan kepada perusahaan dalam penanganan komplain yang melakukan komplain.