

**LAPORAN PENELITIAN**  
**KINERJA CV NUSA PAPUA DALAM MENANGGAPI**  
**KELUHAN PELANGGAN DI KOTA SORONG**



**Disusun Oleh:**

**Rusdi**  
**Muhammad Ali**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SORONG**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

- |                      |                            |   |   |
|----------------------|----------------------------|---|---|
| 1                    | Judul                      | : | Kinerja CV Nusa Papua Dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan Di Kota Sorong |
| 2                    | Peneliti/Pelaksana         | : | <b>Rusdi S.Sos.,M.Si</b>  |
|                      | Nama Lengkap               | : | Universitas Muhammadiyah Sorong   |
|                      | Perguruan Tinggi           | : | 1412077901  |
|                      | NIDN                       | : | Asisten Ahli  |
|                      | Jabatan Fungsional         | : | Adm. Negara   |
|                      | Program Studi              | : | Penata/ IIIb  |
|                      | Pangkat/Golongan           | : | 081342496325  |
|                      | Nomor HP                   | : | rusdi@um-sorong.ac.id   |
| 3                    | Alamat Surel (e-mail)      | : |   |
|                      | Anggota (1)                | : | Dr. Muhammad Ali.,MM.,MH  |
|                      | Nama Lengkap               | : | Universitas Muhammadiyah Sorong   |
|                      | Perguruan Tinggi           | : | -   |
|                      | Institusi Mitra (jika ada) | : | Jalan Pendidikan No. 27 Km.8 Kota sorong                                |
|                      | Nama Institusi Mitra       | : | Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun   |
|                      | Alamat                     | : | Rp. 1.000.000   |
|                      | Tahun Pelaksanaan          | : | Rp. 1.000.000   |
| Biaya Tahun Berjalan | :                          |   |   |
| Biaya keseluruhan    | :                          |   |   |

Sorong, 7 Juni 2022

Mengetahui,  
Dekan FISIP



**(Aria Purnomo, S.IP.,M.Si)**  
NIDN. 1217018201

Ketua,



**(Rusdi S.Sos.,M.Si)**  
NIDN. 1412077901

Menyetujui,  
Ketua LPPM



**(Muhammad Shahrul Kahar S.Pd.,M.Pd.)**  
NIDN. 1406019001

# KINERJA CV NUSA PAPUA DALAM MENANGGAPI KELUHAN PELANGGAN DI KOTA SORONG

<sup>1</sup>Rusdi, <sup>2</sup>Muhammad Ali.

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Sorong

<sup>1</sup> rusdi@um-sorong.ac.id

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana kinerja dan Upaya CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan serta hambatan CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan, Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis datanya dengan tiga jalur yaitu penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menemukan beberapa keluhan pelanggan dan telah mengidentifikasi tiap-tiap masalah. Dari proses identifikasi tersebut ditemukan bahwa yang menyebabkan terjadinya keluhan pelanggan adalah adanya miss komunikasi antara pelanggan dan pihak CV Nusa Papua. Berdasarkan hal tersebut kinerja CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan adalah sudah baik dan semakin meningkat. Hal tersebut diwujudkan dengan upaya mereka untuk selalu meningkatkan kinerjanya agar mengurangi keluhan pelanggan. Rekomendasi yang sesuai terhadap penelitian ini adalah berupa sosialisasi dan peningkatan layanan 24 jam CV Nusa Papua.

Kata Kunci: *Kinerja, Keluhan Pelanggan, Kinerja*

---

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan adalah kinerja dan produktifitas karyawan. Setiap organisasi atau instansi dalam melaksanakan program yang diarahkan selalu berdaya guna untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan pengertian kinerja (prestasi kerja) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Sutrisno, 2016:59). Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan karyawan sehingga mereka mempengaruhi seberapa banyak mereka berkontribusi kepada instansi atau organisasi termasuk pelayanan kualitas yang disajikan. Kinerja juga dapat dinilai terhadap perilaku yang diharapkan yang harus ditentukan sebelumnya.

Keluhan (*complaint*) adalah perilaku konsumen yang disebabkan kekecewaan terhadap barang atau jasa yang digunakan. Baik itu perusahaan jasa maupun barang pasti pernah mengalami keluhan pelanggan. Namun terkadang perusahaan kurang mengerti mengenai masalah keluhan pelanggan

padahal keluhan pelanggan adalah hal yang penting. Karena jika tidak ditangani dengan baik akan berpengaruh pada negative *word-of-mouth* (Kau and Loh, 2016:30). Perilaku keluhan sendiri sangat erat dengan kepuasan pelanggan yang menjadi tujuan utama semua perusahaan karena akan mempengaruhi pembelian ulang (*repurchase*), kesetiaan (*loyalty*) dan juga pemberitaan baik (*word-of-mouth*) tentang perusahaan. Namun perilaku complainer cukup kompleks karena tidak hanya ada pelanggan yang melakukan keluhan (*complainer*) namun juga ada *non-complainer* yaitu pelanggan yang tidak melakukan keluhan apapun kondisi barang atau jasa yang diterimanya tapi tetap berlaku sesuai dengan konsumen pada umumnya.

Menurut Kotler dan Keller (2016:25) 25% dari konsumen tidak puas dengan pembelian mereka dimana hanya 5% dari konsumen yang tidak puas tersebut yang melakukan keluhan dan sisanya 95% tidak melakukan keluhan karena dianggap merepotkan, tidak tahu bagaimana atau kepada siapa keluhan ditujukan, dan atau mereka berhenti membeli produk tersebut.

Riset-riset ataupun usaha perusahaan-perusahaan yang sering dilakukan kebanyakan hanya mengenai penanganan masalah pada saat terjadi atau yang umum adalah penanganan setelah pembelian atau lebih kepada membuat konsumen puas. Istilah yang digunakan adalah *post-purchase*, keadaan sesudah terjadi pembelian. Namun sebenarnya jika ditarik ke masa sebelum pembelian (*pre-purchase*), ada faktor-faktor yang bisa membuat konsumen puas dan tidak, setelah konsumen membeli dan mengevaluasi produk (Soderlund, 2015:20) yang kemudian puas tidaknya konsumen akan memberikan pengaruh kepada perilaku keluhan.

Keluhan menurut Lupiyoadi (2015:37) merupakan ungkapan rasa kurang puas terhadap suatu produk atau layanan jasa, baik secara lisan maupun tertulis atau sebuah ungkapan ketidakpuasan antara harapan dengan fakta terhadap apa yang diterima dalam bentuk produk maupun layanan jasa. Keluhan pelanggan adalah hal yang tidak dapat dianggap remeh karena dengan mengabaikan hal tersebut akan membuat konsumen merasa tidak diperhatikan dan pada akhirnya perusahaan akan ditinggalkan oleh konsumen.

Pelanggan merupakan urat nadi bagi suatu perusahaan. Peningkatan jumlah pelanggan akan menimbulkan kenaikan jumlah penjualan dan membentuk citra perusahaan menjadi semakin baik di mata pelanggan yang menyebabkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan semakin meningkat. Setelah melakukan pembelian produk atau menggunakan suatu pelayanan jasa, setiap pelanggan akan berbeda satu dengan yang lainnya, karena setiap orang akan menangkap, menyusun dan menafsirkan informasi tersebut sesuai caranya masing-masing. Respon yang diberikan pelanggan bermacam-macam yaitu puas, biasa saja, atau kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, menjadi tugas penting bagi perusahaan untuk memberikan sebuah pelayanan produk atau jasa yang baik kepada pelanggan.

Dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, mungkin akan selalu ada kekurangan dalam melayani mereka dikarenakan kebutuhan setiap orang berbeda dan selalu berubah dari waktu ke waktu. Hal ini menuntut perusahaan untuk mampu merespon secara cepat dan tepat keluhan yang berasal dari pelanggan agar mereka tidak berpindah ke merek lain. Salah satu cara terbaiknya adalah melakukan penanganan keluhan pelanggan secara cepat

dan tepat, karena ketidakpuasan mereka akan berdampak negatif bagi perusahaan. Keluhan pelanggan akan memberi manfaat positif bagi perusahaan untuk membangun atau untuk memperbaiki perusahaan tersebut. Keluhan-keluhan tersebut diharapkan dapat membuat perusahaan untuk segera mengoreksi kekurangan-kekurangan serta kesalahannya yang berguna untuk memperbaiki mutu serta meningkatkan layanan. Manfaat mengenali keluhan pelanggan secara dini bagi perusahaan yaitu agar dapat mengklarifikasi keluhan pelanggan dan mengenal bermacam-macam karakter pelanggan. Sehingga, memudahkan mencari jalan keluar bila menemui keluhan yang sama. Dan menyadarkan para petugas pelayanan atau petugas yang lain akan fungsinya pada saat melayani pelanggan.

CV Nusa Papua selaku TP (*Tower Provider*) penyedia jasa telekomunikasi infrastruktur berupa pembangunan menara telekomunikasi atau yang biasa kita dengar dengan nama tower. Fungsi tower tersebut sebagai penempatan antenna pemancar sinyal (jaringan akses) agar dapat memberikan layanan kepada pelanggan.

Kendala yang di hadapi perusahaan dalam membangun tower adalah pembangunan tower telekomunikasi harus memiliki izin mendirikan bangunan (IMB). Dalam mengurus IMB, terdapat pihak pengusaha (operator) yang mengeluh akibat proses perizinan yang rumit sehingga pengeluaran yang digunakan akan bertambah. Selain itu, dalam memilih lokasi pembangunan memiliki dua sudut pandang yaitu sudut pandang dari pengusaha dan sudut pandang dari pemerintah. Dan beban angin adalah kendala utama perusahaan sebab, jika beban angin lebih kuat dari tower yang dibangun maka jaringan yang dihasilkan buruk. Ini adalah masalah utama yang paling banyak dikeluhkan oleh pelanggan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Teori**

#### **a. Kinerja Pegawai/Karyawan**

Pada dasarnya seorang pegawai dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya diharapkan untuk menunjukkan suatu performance yang terbaik yang bisa ditunjukkan oleh pegawai tersebut, selain itu performance yang ditunjukkan oleh seorang pegawai tentu saja dipengaruhi oleh berbagai faktor yang penting artinya bagi peningkatan hasil kerja yang menjadi tujuan dari organisasi atau instansi dimana pegawai tersebut bekerja. *Performance* atau kinerja ini perlu diukur oleh pimpinan agar dapat diketahui sampai sejauhmana perkembangan kinerja dari seorang pegawai pada khususnya dan organisasi pada umumnya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategi organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi.

Dalam memberikan pemahaman tentang pengukuran kinerja banyak pendapat dari para pakar, diantaranya: Pendapat Whittaker dalam Nawawi (2013: 233), mengemukakan bahwa pengukuran kinerja merupakan suatu alat manajemen yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas. Pengukuran kinerja juga digunakan untuk menilai pencapaian tujuan dan sasaran (*goals and objectives*). Menurut Wittaker (2013:233), elemen kunci dari sistem pengukuran kinerja terdiri

atas: (1) Perencanaan dan penetapan tujuan, (2) Pengembangan ukuran yang relevan, (3) Pelaporan formal atas hasil, (4) Penggunaan informasi. Selanjutnya menurut Joel G. Siegel dan Jae K. Shim dalam Fahmi (2013:71) menyatakan *performance measurement* (pengukuran kinerja) adalah kuantifikasi dari efisiensi perusahaan atau segmen atau keefektifan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Karena organisasi dijalankan oleh manusia, maka penilaian kinerja sesungguhnya merupakan penilaian atas perilaku manusia dalam melaksanakan peran yang mereka jalankan di dalam organisasi. Tujuan utama penilaian kinerja adalah untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan. Kemudian menurut Handoko (2012:135) mengatakan Penilaian prestasi kerja (*performance appraisal*) adalah proses melalui mana organisasi-organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi kerja karyawan. Kegiatan ini dapat memperbaiki keputusan-keputusan personalia dan memberikan umpan balik kepada para karyawan tentang pelaksanaan kerja mereka. Berhasil atau tidaknya organisasi pemerintah dalam pencapaian hasil dengan pendekatan akuntabilitas sangat dipengaruhi oleh tingkat kinerja pegawai secara individual maupun secara kelompok, dengan asumsi bahwa semakin baik kinerja pegawai, maka diharapkan kinerja organisasi pemerintah akan semakin baik.

#### **b. Indikator Kinerja**

Untuk dapat melakukan penilaian terhadap kinerja suatu perusahaan atau organisasi secara tidak langsung maka dibutuhkan beberapa indikator kinerja. Menurut Bastian dalam Hessel Nogi (2015:175) Indikator kinerja organisasi adalah ukuran kuantitatif dan kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan dengan memperhitungkan elemen-elemen indikator yaitu Indikator masukan (*inputs*), Indikator keluaran (*output*), Indikator hasil (*outcomes*), Indikator manfaat (*benefit*) serta Indikator dampak (*impacts*). Pengertian indikator kinerja menurut Lohman (dalam Moh. Mahsun, 2016:741) adalah suatu variabel yang digunakan untuk mengekspresikan secara kuantitatif afektifitas dan efisiensi proses atau operasi dengan berpedoman pada target-target dan tujuan organisasi. Dalam Ratminto dan Atik Septinarsih (2015:178) disebutkan bahwa indikator-indikator kinerja sangat bervariasi. Akan tetapi dari sekian banyak indikator tersebut kesemuanya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu indikator kinerja yang berorientasi pada proses dan indikator kinerja yang berorientasi pada hasil. Mohammad Mahsun (2016:71) mengemukakan bahwa indikator kinerja (*performance indicators*) sering disamakan dengan ukuran kinerja (*performance measure*). Namun sebenarnya, meskipun keduanya merupakan kriteria pengukuran kinerja, terdapat tingkat perbedaan makna. Indikator kinerja mengacu pada penilaian kinerja secara tidak langsung yaitu hal-hal yang sifatnya hanya merupakan indikasi-indikasi kinerja, sehingga bentuknya cenderung kualitatif. Sedangkan ukuran kinerja adalah kriteria kinerja yang mengacu pada penilaian kinerja secara langsung, sehingga bentuknya lebih bersifat kuantitatif.

Dari pernyataan beberapa pakar tersebut, dalam mengukur tingkat kinerja dibutuhkan indikator-indikator kinerja yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis lebih menekankan pada tiga indikator kinerja, yaitu produktifitas, responsifitas dan akuntabilitas.

Menurut Ruky (2015:20) ada sejumlah tujuan penilai kinerja yang biasanya dicapai oleh sebuah organisasi dengan meningkatkan kinerja pegawai, baik secara individu maupun kelompok, sampai setinggi-tingginya dengan memberikan kesempatan pada mereka untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri dalam kerangka pencapaian tujuan organisasi atau instansi. Sedangkan Hasibuan (2017:89) mengatakan penilaian kinerja pegawai berguna untuk instansi serta harus bermanfaat bagi pegawai.

Dengan demikian melalui penilaian kinerja diharapkan instansi pemerintah dapat mengetahui kinerja dalam suatu periode tertentu. Dengan adanya suatu penilaian kinerja maka kegiatan dan program instansi pemerintah dapat diukur dan dievaluasi, selanjutnya dari penilaian kinerja setiap instansi dapat membandingkan dengan instansi lain yang sejenis, sehingga penghargaan dan tindakan disiplin dapat dilakukan secara lebih efektif.

Ilmu yang mempelajari bagaimana memberdayakan karyawan dalam perusahaan, membuat pekerjaan, kelompok kerja, mengembangkan para karyawan yang mempunyai kemampuan, mengidentifikasi suatu pendekatan untuk dapat mengembangkan kinerja karyawan dan memberikan imbalan kepada mereka atas usahanya dan bekerja (Bohlarander dan Snell, 2015:4)

Dari definisi atau pengertian manajemen sumber daya manusia menurut para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang menekankan pada unsur SDM dan sudah menjadi tugas manajemen sumber daya manusia untuk mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh tenaga kerja yang tepat sesuai pekerjaannya, sehingga mampu bekerja optimal demi tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi.

#### **a. Pengertian Keluhan Pelanggan**

Keluhan pelanggan merupakan sumber informasi yang sangat berharga untuk evaluasi peningkatan kinerja perusahaan, baik sumber daya manusianya maupun produknya. Pengaduan dan keluhan pelanggan membuka kesempatan bagi perusahaan untuk memperbaiki masalah dengan segera. Dengan demikian, perusahaan bisa membangun ide-ide inovasi produk, pemasaran, meningkatkan pelayanan, dan membangun produk.

Menurut Vincent Gasperz (2014:27) pelanggan atau stakeholder berkaitan dengan mereka yang secara langsung atau tidak langsung menggunakan jasa-jasa pelayanan publik atau mereka yang secara langsung atau tidak langsung terkena dampak dari kebijakan publik.

Menurut Zulian Yamit (2014:71), pelanggan adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Berkaitan mengenai pelanggan yang harus dipuaskan, pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan dalam sistem kualitas modern, Vincent Gaspersz (2014:34) yaitu Pelanggan internal

(*internal customers*). Pelanggan antara (*intermediate customers*). Pelanggan eksternal (*eksternal customers*). Pelanggan eksternal merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk yang dihasilkan itu. Kadang-kadang pelanggan berbeda antara mereka yang membayar dan mereka yang memakai. Dari berbagai definisi para pakar diatas, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa pelanggan adalah orang ataupun sekelompok orang yang menggunakan hasil dari produk ataupun jasa baik itu secara langsung maupun tidak langsung (Heri Suchaeri, . 2015:70).

Sejumlah faktor yang mempengaruhi apakah konsumen mengeluh atau tidak telah diidentifikasi. Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian pertama, salah satu di antaranya adalah jenis produk atau jasa yang terlibat. Faktor-faktor lainnya adalah biaya dan arti sosial produk.

Beberapa penulis menyatakan bahwa kemungkinan perilaku keluhan meningkat bila (John C. Mowen dan Michael Minor, 2015:40): 1) Tingkat ketidakpuasan meningkat. 2) Sikap konsumen untuk mengeluh meningkat. 3) Jumlah manfaat yang diperoleh dari sikap mengeluh meningkat. 4) Perusahaan disalahkan atas suatu masalah. 5) Produk tersebut penting bagi konsumen. 6) Sumber-sumber yang tersedia bagi konsumen untuk mengeluh meningkat.

Para peneliti telah menemukan bahwa apabila masalah atribut produk ditimpakan pada perusahaan dan bukan kepada diri mereka sendiri, maka keluhan meningkat. Selanjutnya bila masalahnya dipandang berada di bawah kendali perusahaan, maka keluhan konsumen akan meningkat. Misalnya, bila konsumen mengatribusikan suatu masalah dengan dinas penerbangan kepada keputusan yang sengaja dibuat perusahaan, mereka lebih mungkin mengeluh daripada bila mereka percaya bahwa masalahnya berada di luar kendali perusahaan. Hanya sebagian peneliti yang berhasil dalam menghubungkan faktor-faktor demografis dengan perilaku mengeluh. Sesungguhnya, pengalaman dengan perilaku mengeluh merupakan prediktor yang jauh lebih baik tentang perilaku mengeluh daripada faktor-faktor demografis. Namun, korelasi yang sedang telah ditemukan antara umur dan pendapatan serta perilaku mengeluh. Konsumen yang terlibat dalam perilaku mengeluh cenderung lebih muda dan mempunyai pendapatan yang lebih tinggi dan berpendidikan lebih tinggi.

Proses penanganan komplain secara efektif dimulai dari pengidentifikasian dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan mengeluh. Sumber masalah perlu diatasi, ditindaklanjuti, dan diupayakan agar dimasa yang akan datang tidak timbul masalah yang sama. Dalam langkah ini, kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang krusial. Ketidakpuasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan baik. Kondisi ini dapat menyebabkan mereka berprasangka buruk dan sakit hati. Yang terpenting bagi pelanggan adalah bahwa pihak perusahaan harus menunjukkan perhatian, keprihatinan.

#### **e. Aspek Dalam Menangani Keluhan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2018:351) terdapat empat aspek dalam menangani keluhan atau komplain pelanggan, yaitu: 1) Empati terhadap pelanggan yang

marah. 2) Kecepatan dalam penanganan keluhan, Kecepatan adalah hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera dihadapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi dimana akan menyebabkan citra perusahaan terlihat jelek dan dapat menyebar kemasyarakat luas.

Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka kemungkinan pelanggan tersebut merasa puas. Apabila pelanggan merasa puas dengan cara penanganan keluhan, maka besar kemungkinan ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali. Hasil riset *Technical Assistance Research Program* (dikutip dalam Nauman dan Giel ) menunjukkan bahwa:

- a) 70% sampai 90% pelanggan yang menyampaikan keluhan akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama apabila ia merasa puas dengan cara penanganan keluhan yang telah diberikan.
- b) 20% sampai 70% pelanggan yang tidak puas dengan cara penanganan keluhan tidak bakal melakukan bisnis dengan perusahaan yang sama.
- c) Hanya 10% sampai 30% pelanggan yang memiliki masalah (tetapi tidak menyampaikan keluhan atau meminta bantuan) akan melakukan bisnis dengan perusahaan yang sama.

#### **f. Prinsip Sistem Keluhan yang baik dan Efektif**

Menurut Tjiptono (2018:351) manajemen yang berkualitas yaitu sebuah sistem manajemen yang menerapkan sistem keluhan yang baik dan efektif berdasarkan enam prinsip 1) *Visibility*, 2) *Accessibility*, 3) *Responsiveness*, 4) *Fairness dan Objektif*, 5) *Customer focus approach*, 6) *Continous improvement*. Jadikan setiap keluhan pelanggan sebagai sumber *improvement* atau perbaikan. Jadikan sebagai bahan pembelajaran, belajar dari pengalaman yang dahulu untuk menjadi pelajaran dimasa datang.

#### **1. Tujuan Pelanggan Menyampaikan Keluhan**

Dalam Tjiptono (2018:101) pada hakikatnya ada tujuan utama pelanggan menyampaikan keluhan. Diantaranya adalah Untuk menutupi kerugian ekonomis, yang biasanya diwujudkan dengan melakukan *voice response* atau *third party response* yaitu respon ini ditujukan pada Objek-objek eksternal yang tidak secara langsung terlibat dalam pengalamannya yang tidak memuaskan (contohnya, surat kabar, Lembaga konsumen, Lembaga bantuan hukum, dan sebagainya). Bentuk responnya bisa berupa menuntut ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa (surat pembaca, koran, dan lainnya) atau secara langsung mendatangi Lembaga konsumen atau instansi hukum. Tindakan seperti ini sangat ditakuti oleh sebagian besar perusahaan yang tidak memberikan pelayanan baik kepada pelanggannya atau perusahaan yang tidak memiliki prosedur penanganan keluhan yang efektif. Memperbaiki citra diri (*Self Image*)

Apabila citra diri pelanggan berkaitan erat dengan pembelian barang dan jasa tertentu, maka ketidakpuasan terhadap barang atau jasa yang dibeli tertentu.

#### **2. Kepuasan Pelanggan**

Pada dasarnya kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan

pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Vincent Gaspersz: 2015:34). Menurut Husein Umar (2012:51) Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayannya, kegiatan penjualan dan pelayanan setelah penjualan nilai-nilai perusahaan. Menurut Zulian Yamit (2014:78), kepuasan pelanggan adalah hasil *outcome* yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

### 3. Pengukuran kepuasan dan harapan pelanggan

Vincent Gaspersz (2015:35) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi, kita (perusahaan) sebagai pemasok produk/jasa perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan adalah 1) "kebutuhan dan keinginan" yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mendoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan) jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya. 2) Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya. 3) Pengalam dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan di beli oleh pelanggan itu. Hal ini jelaws akan mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasa beresiko tinggi. 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan seyogyanya tidak membuat kampanye berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan. Kampanye yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan akan mengakibatkan dampakj negatif terhadap persepsi pelanggantentang produk itu.

Mengacu pada konsep pelanggan, bahwa pelanggan adalah orang ataupun sekelompok orang yang menggunakan hasil dari produk ataupun jasa baik itu secara langsung maupun tidak langsung, yang mana merupakan pihak yang harus diprioritaskan agar apa yang diinginkan terhadap perusahaan terpenuhi. Sehingga tercipta kepuuasan pelanggan. Disamping itu, menurut pakar pemasaran Kotler dalam Fandy Tjiptono (2015:146) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Tjiptono dalam Dr. Joko Widodo M.S (2018:94) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemberian ulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, memberikan suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi semakin baik dimata pelanggan, serta laba yang diperoleh semakin meningkat. Dilain pihak, bila harapan pelanggan tidak terpenuhi maka akan tercipta suatu ketidakpuasan pelanggan.

Mengacu pada teori ketidakpuasan pelanggan, bahwa ketidakpuasan muncul karena harapan pelanggan tidak terpenuhi maka muncullah suatu komplain pelanggan, atau keluhan pelanggan. Menurut Drajad Tri Kartono, Secara umum, terdapat delapan hal yang sering di komplainkan pelanggan, yaitu: (1) kesalahan dalam memberikan pelayanan, (2) terlalu lambat, (3) terlalu mahal, (4) petugasnya membosankan, (5) petugasnya kurang terampil, (6) petugas kurang ramah, (7) kurangnya petugas yang melayani, (8) waktu pelayanan yang diberikan terlalu membatasi gerak pelanggan.

Keluhan pelanggan harus segera diatasi oleh pihak perusahaan agar loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tetap terjaga. Keluhan pelanggan dalam suatu perusahaan membutuhkan penanganan yang cukup serius, agar citra perusahaan tetap terjaga. Mengacu pada konsep Schanaars bahwa terdapat 4 aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu sebagai berikut: (1) Empathy terhadap pelanggan yang marah, (2) Kecepatan dalam penanganan keluhan, (3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan, (4) Kemudahan bagi pelanggan dalam menghubungi perusahaan.

Penanganan keluhan yang efektif akan mempengaruhi kinerja, Mengacu pada konsep kinerja, bahwa kinerja merupakan tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, misi organisasi dengan konsep kinerja tersebut selanjutnya dapat dipahami tentang konsep peningkatan kinerja organisasi yaitu suatu upaya organisasi untuk meningkatkan kinerjanya guna mewujudkan sasaran, tujuan, visi, misi organisasi. Selanjutnya, dari peningkatan kinerja perusahaan akan meningkatkan kuliatas perusahaan. Dengan demikian akan mengurangi keluhan pelanggan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Apabila dilihat dari jenis datanya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, baik *library research* maupun *field research*. Terkait dengan itu, penelitian yang akan penulis lakukan penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersumber dari CV Nusa Papua melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang bertujuan untuk menguraikan permasalahan dan pengumpulan fakta serta menguraikannya secara menyeluruh.

Menurut Moleong (2016:6) penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

### **B. Tempat Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Kota Sorong yakni di CV Nusa Papua yang beralamat di jalan Sungai Maruni km 10 Lorong Tamora, Kota Sorong.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2016:117), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seseorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

Sesuai dengan pengertian populasi diatas, maka peneliti menyatakan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan 25 orang karyawan di CV Nusa Papua.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Sampel yang diambil dari suatu populasi harus betul-betul representatif, karena hasil penelitian akan digeneralisasikan pada populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Sampling Purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena tujuan tertentu. Oleh karena itu sampel dari penelitian ini adalah 6 orang yaitu: 1 pimpinan CV Nusa Papua, 3 karyawan dan 2 pelanggan.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Metode Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai kondisi yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipan yaitu penelitian yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Observasi sebagai alat pengumpul data dapat dilakukan secara spontan dapat pula dengan daftar isian yang telah disiapkan sebelumnya.

### 2. Metode Wawancara

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan informasi atau data dari subyek penelitian mengenai suatu masalah khusus dengan teknik bertanya bebas tetapi didasarkan atas suatu pedoman yang tujuannya adalah untuk memperoleh informasi khusus yang mendalam. Hasil dari wawancara ini akan dituliskan dalam bentuk *interview transcript* yang selanjutnya menjadi bahan atau data untuk dianalisis.

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya, yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan yang di wawancarai.

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang amat populer, karena itu banyan digunakan di berbagai penelitian.

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang telah mapan dan memiliki beberapa sifat yang unik. Salah satu aspek wawancara yang terpenting ialah sifatnya yang luwes. Hubungan baik dengan orang yang di wawancarai dapat menciptakan keberhasilan wawancara, sehingga memungkinkan diperoleh informasi yang benar.

### 3. Dokumentasi

Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan angket cenderung merupakan data primer atau data yang langsung didapat dari pihak pertama.

#### E. Teknik Analisis Data

Menurut Miles & Huberman (2013:16) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data (*Data Reduction*), merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir tersusun. Jadi, dalam penelitian kualitatif, reduksi data tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, melalui seleksi ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan dalam suatu pola yang lebih luas, dan sebagainya.
2. Penyajian Data (*Data Display*), merupakan alur kedua yang penting dalam kegiatan analisis dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data, yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melalui data yang disajikan, kita melihat dan akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.
3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*conclusion Drawing/verification*), merupakan kegiatan analisis data yang ketiga dalam penelitian kualitatif yaitu, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

#### F. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2016:270).

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

##### 1. *Credibility*

Uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

###### a. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru.

b. Meningkatkan Kecermatan Dalam Penelitian

Meningkatkan kecermatan atau ketekunan secara berkelanjutan maka kepastian data dan urutan kronologis peristiwa dapat dicatat atau direkam dengan baik, sistematis. Meningkatkan kecermatan merupakan salah satu cara mengontrol/mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan, dibuat, dan disajikan sudah benar atau belum.

c. Triangulasi

Wiliam Wiersma (1986) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2016:273).

1) Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data (Sugiyono, 2016:274).

2) Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar (Sugiyono, 2016:274).

3) Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya (Sugiyono, 2016:274).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah berdirinya CV Nusa Papua

Dengan melihat suatu kondisi perkembangan telekomunikasi yang saat ini sebagai salah satunya bisnis penyedia menara *base transceiver station* (BTS) CV Nusa Papua. Menilai prospek bisnis menara

telekomunikasi masih positif dalam jangka panjang, operator telekomunikasi tetap membutuhkan menara BTS untuk menunjang perkembangan teknologi telekomunikasi, misalnya dalam hal layanan data. Perusahaan operator telekomunikasi tetap membutuhkan menara-menara tersebut untuk menjaga kualitas layanannya. Perusahaan telekomunikasi membutuhkan menara-menara ini untuk menjaga agar jaringan mereka terjangkau oleh pelanggan, saat ini operator seluler sudah tidak lagi membangun sendiri menara BTS untuk memenuhi kebutuhan jaringan selulernya. Para operator ini lebih memilih untuk menggunakan jasa untuk menyewa atau membangun BTS.

Ini merupakan peluang bisnis bagi CV Nusa Papua dalam melakukan bisnis pada bidang telekomunikasi, yang perlu diperhatikan dalam hal pembangunan menara BTS ini adalah perencanaan untuk menetapkan lokasi pembangunan yang sesuai terhadap tata letak ruang kota/daerah setempat, lokasi pembangunan menara BTS seperti mengetahui menara tersebut apakah terhalang bukit atau bangunan, yang dapat mengganggu penerimaan dan pengiriman sinyal.

## 2. Produk dan Jasa Perusahaan

CV Nusa Papua memiliki fokus usaha pada konstruksi Menara *Tower Provider* dan Telekomunikasi *Base Transceiver Station* (BTS) mulai dari perencanaan, konstruksi, mekanikal, dan elektrik yang terdiri dari :

### a. Konstruksi Menara Telekomunikasi dan Provider

Tujuan utamanya adalah meningkatkan pelayanan kepada pengguna telepon seluler sehingga dapat berkomunikasi dimana saja. Permasalahan pembangunan menara BTS umumnya pada masalah lahan, terutama di kota-kota besar yang padat penduduknya. Bila hasil lokasi survey pembangunan menara BTS berada di lokasi hunian yang tidak ada lahan kosong, maka alternatifnya adalah dengan pembangunan menara BTS di atap-atap gedung. Oleh karena itu kita mengenal istilah menara BTS *rooftop* dan *greenfield*. Menara BTS *greenfield* umumnya banyak dijumpai di daerah yang masih banyak lahan kosong.

### b. *Site Acquisition* (SITAC)

Memberikan suatu solusi bagaimana proses pembebasan suatu lahan (jual beli atau sewa menyewa) untuk penempatan pembangunan prasarana telekomunikasi, dalam hal ini adalah pembangunan menara telekomunikasi dan provider.

### c. Maintenance

Memberikan solusi pelayanan perbaikan suatu menara telekomunikasi dan provider dengan penanganan yang cepat sesuai prosedur yang berstandar internasional.

### d. Instalasi *radio base station*

Memberikan pelayanan instalasi radio, memeriksa permasalahan dalam *setting radio base station*.

## 3. Kondisi Geografis

Kota Sorong pada mulanya merupakan salah satu kecamatan yang dijadikan pusat pemerintahan kota Sorong. Namun dalam

perkembangannya sudah mengalami perubahan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 31 Tahun 1996 tanggal 3 Juni 1996 menjadi kota Administratif Sorong. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 45 Tahun 1999 Kota Sorong. Kemudian pada tanggal 12 Oktober 1999 bertempat di Jakarta dilaksanakan pelantikan Pejabat Walikota Sorong dan selanjutnya secara resmi Kota Sorong terpisah dari Kabupaten Sorong pada tanggal 28 Februari 2000.

Kota Sorong disamping sebagai Kota Persinggahan dan pintu gerbang Provinsi Papua, Kota Sorong juga sebagai Kota Industri, Perdagangan dan jasa. Perpaduan nilai-nilai peninggalan sejarah dan keaslian alami serta keunikan Kota Sorong yang memiliki Water Front View atau kota dengan pemandangan laut serta perpaduan panorama, bentangan alam Pulau Waigeo, Batanti dan Salawati yang merupakan salah satu gugusan Kepulauan Raja Ampat. Serta fasilitas jasa pelayanan umum yang cukup lengkap memberikan kesan dan daya tarik kepada pengunjung yang ingin mendapatkan pengalaman baru setelah berwisata ke Kota Sorong terkenal dengan NNGPM (Nederlands Neauw Guinea Petroleum Matschpei) atau kota yang penuh dengan sisa-sisa peninggalan sejarah bekas perusahaan minyak milik Belanda. Perusahaan NNGPM mulai melakukan aktivitas pengeboran minyak bumi di Sorong sejak tahun 1935. Peninggalan bersejarah tersebut adalah pelabuhan Ekspor Minyak Bumi, beberapa tangki penampung minyak, rumah tinggal karyawan, bekas barak karyawan, bekas sekolah teknik.

Secara geografis Kota Sorong berada pada koordinat 131°51'BT dan 0°54'LS dengan Luas wilayah 1.105km<sup>2</sup>. Wilayah kota ini berada pada ketinggian 3 meter dari permukaan laut dan suhu udara minimum di Kota Sorong sekitar 23,1°C dan suhu udara maksimum Kota Sorong sekitar 23,1°C.

a. Batas Wilayah Administratif

Batas- batas administratif Kota Sorong berdasarkan UUNo. 45 Tahun 1999 tentang pembentukan Provinsi Irian Jaya Tengah, Provinsi Irian Jaya Barat, Kabupaten Paniai, Kabupaten Mimika, Kabupaten Puncak Jaya dan Kota Sorong (Lembaran Negara RI No. 173 Tahun 1999, tambahan lembaran Negara RI No. 3894) adalah sebagai berikut:

- a) Sebelah Barat : Berbatasan dengan selat Dampir
- b) Sebelah Utara : Berbatasan dengan Distrik Makbon dan Selat Dampir
- c) Sebelah Timur : Berbatasan dengan Distrik Makbon
- d) Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Distrik Aimas dan Distrik Salawati Kabupaten Sorong

Secara geografis Kota Sorong dibagi dalam 2 (dua) kategori wilayah yaitu: wilayah Sorong daratan yang merupakan pusat kota, area pengembangan dan area cadangan perbukitan berhutan merupakan bagian langsung dari pulau- pulau yang masih dalam wilayah Sorong kota antara lain Doom.

b. Luas Wilayah Administratif

Luas wilayah Kota Sorong adalah 1.105,00 km<sup>2</sup>, atau sekitar 1,13% dari total luas wilayah Papua Barat yang terbagi. Wilayah

administrasi pemerintah Kota Sorong yang dimekarkan dari Kabupaten Sorong dan merupakan Ibukota Kabupaten Sorong.

Adapun daerah bawahannya terdiri dari 6 distrik dan 30 kelurahan serta dimekarkan dan disahkan lagi 4 distrik dan 11 kelurahan yang sekarang menjadi 10 Distrik 41 Kelurahan, dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel IV. 2**  
**Batas- batas wilayah administratif**

NO	DISTRIK	KELURAHAN	LUAS ( KM <sup>2</sup> )
1	SORONG	4	126,85
2	SORONG TIMUR	4	158,22
3	SORONG BARAT	4	254,15
4	SORONG KEPULAUAN	4	200,10
5	SORONG UTARA	4	229,71
6	SORONG MANOI	5	135,97
7	SORONG KOTA	4	126,99
8	KLAURUNG	4	153,321
9	MALAIMSIMSA	4	156,231
10	MALADUM MES	4	234,991
	<b>JUMLAH</b>	<b>41</b>	<b>544,543</b>

Sumber : Dinas Kependudukan Pencatatan Sipil Kota Sorong

#### 4. Kondisi Demografi

Kondisi demografi wilayah Kota Sorong dapat dikategorikan sebagai daerah bervariasi antara datar dan berbukit dengan zona kelerengan bervariasi antara 0-40% dimana secara geografis wilayah Kota Sorong yang dikembangkan hanya sekitar 50% sampai 60%, sisanya merupakan kawasan kendala dan limitasi dengan kemiringan >22,5o . Keadaan ini berkaitan dengan formasi Kota Sorong yang didominasi oleh batuan kapur terbentuk pada masa kuartar dengan dominannya batuan kapur ini sangat berdampak pada jenis tanah yang pada masa ini tersusun oleh batuan diabas, neogen, dan batu gamping yang mengandung pasir.

Dalam pelaksanaan pembangunan, penduduk merupakan faktor yang sangat dominan, karena tidak saja berperan sebagai pelaksana pembangunan. Dengan demikian maka sumber daya manusia yang berkualitas sangat berperan penting sebagai lokomotif penggerak untuk mendorong menunjang keberhasilan pembangunan.

Oleh karena itu, langkah dan kebijakan pemerintah Kota Sorong untuk melaksanakan pendataan, kajian dan analisis terhadap kondisi kependudukan secara komprehensif dan terpadu untuk mengetahui peta kekuatan dan kelemahan penduduk Kota Sorong baik dari aspek kualitas, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan yang diselesaikan oleh setiap penduduk menjadi sangat penting.

## B. Hasil dan Pembahasan

### 1. Kinerja CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan

Uraian berikut adalah salah satu upaya untuk mendeskripsikan hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Dengan demikian kita akan mengetahui bahwa Kinerja CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 April 2021 dan berakhir pada tanggal 25 April 2021.

Kinerja karyawan merupakan salah satu kunci sukses bagi keberhasilan seluruh organisasi. Dalam meningkatkan kinerja karyawan sangat menentukan dalam mengarahkan sikap dan perilaku pribadi seseorang untuk dapat bersikap dan berperilaku sesuai dengan aturan yang ditentukan dalam menunjang tercapainya tujuan organisasi. Suatu ungkapan betapapun canggih suatu peralatan kerja, tersedianya biaya serta prosedur kerja namun jika anggota organisasi berperilaku tidak sesuai misi organisasi maka akan berakibat pada gagalnya pencapaian tujuan organisasi. Disinilah letak pentingnya manusia dibandingkan dengan sumber daya lainnya. Oleh sebab itu karyawan sebagai sumber daya manusia dalam suatu organisasi harus dibina, di arahkan serta di tingkatkan kemampuannya untuk memperlancar tugas dan pekerjaannya sebagai karyawan.

Dalam menanggapi keluhan pelanggan yang datang, CV Nusa Papua mempunyai strategi untuk menyelesaikannya agar pelanggan puas dan tidak lari ke perusahaan yang lain.

Kutipan Wawancaranya:

Hal ini diungkapkan oleh Pengawas Bapak “Amin” CV Nusa Papua di Kota Sorong dalam wawancara dengan peneliti beliau memberi komentar sebagai berikut:

“Untuk menanggapi keluhan pelanggan, kami melakukan monitoring kualitas pelayanan menara BSD pada pelanggan. Dalam rangka mengawasi jalannya pelayanan terhadap pelanggan agar sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, maka manajemen membuat beberapa program monitoring diantaranya :

a) Role play

Pihak CV Nusa Papua melalui SQ (*Service Quality*) dan SPV melakukan *role play*, yang tujuannya untuk mendapatkan temuan sebagai bahan evaluasi dan penilaian pada petugas.

b) Brief & de brief

Dilakukan sebagai wadah untuk saling berbagi pengalaman atau masalah antar stagg pada saat pelayanan.

c) Audit internal & eksternal

Audit dilakukan bersifat periodik dan sudah ditetapkan oleh manajemen pusat.

Adapun selain dari metode di atas, pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan menggunakan *mystery shopping*.

(Wawancara tanggal 22 April 2021).

Jadi, menurut Pengawas CV Nusa Papua strategi strategi yang harus diterapkan dalam perusahaan, antara lain harus mementingkan

kepuasan pelanggan yang paling utama dengan meningkatkan kinerja karyawan khususnya bagian *customer service*.

Menurut Leader Teknisi Bapak “Kamil” kinerja CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan mengatakan :

“ Untuk menangani keluhan pelanggan disini saya sebagai leader menunjukkan rasa peduli kepada pelanggan, meminta maaf jika terjadi kesalahan, dan bersikap solutif terhadap pelanggan untuk menjalin kerja sama dengan baik agar bisa memberikan pelayanan yang berkualitas dan keinginan pelanggan serta fasilitas yang kami sediakan sehingga bisa merasakan kenyamanan tersendiri pada saat menggunakan jasa pelayanan kami. Skaligus akan dijadikan evaluasi untuk meningkatkan kembali kualitas Pelayanan ini serta merupakan persyaratan mutlak pencapaian keseluruhan tujuan perusahaan ”.

(wawancara tanggal 22 April 2021)

Menurut Teknisi 1 Bapak “Bima” kinerja yang saya lakukan untuk menanggapi keluhan pelanggan mengatakan:

“ Menerima keluhan pelanggan dengan baik untuk menunjukkan rasa peduli terhadap pelanggan dan sebaik-baik mungkin serta berkomunikasi dengan jelas, sehingga dapat menemukan solusinya permasalahan keluhan pelanggan agar bisa cepat tertangani permasalahan tersebut seperti jaringan yang kami sediakan di CV Nusa Papua dan memberikan arahan kepada pelanggan jika ada terjadi masalah terhadap jaringan agar bisa melapor kepada kami ”.

Menurut Teknisi 2 Bapak “Aswin” kinerja yang saya lakukan untuk menanggapi keluhan pelanggan mengatakan:

“ Disini saya siap untuk mendengarkan keluhan pelanggan dengan baik karena awal dari penilaian pelanggan terhadap Cv Nusa Papua itu sendiri dari kami karyawan, sebisa mungkin kami memberikan kesan yang baik saat melakukan pelayanan terhadap pelanggan karena itu sudah kewajiban kami sebagai karyawan di Cv Nusa Papua. saya disini selalu menerima keluhan pelanggan tidak secara langsung tetapi dengan cara tatap muka melalui via telepon kemudian saya memohon maaf apabila rasa tidak nyaman kepada pelanggan atas jaringan kami, kemudian saya mencari solusi agar dapat ditangani secara langsung dan saya memberi informasi(SMS) kepada pelanggan yang menelfon saya bahwa jaringan yang bermasalah sudah kembali normal ”.

(wawancara tanggal 22 April 2021)

Jadi menurut karyawan CV Nusa Papua sama-sama ingin menyelesaikan komplain dengan cepat, meminta maaf dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi agar tidak terjadi keluhan-keluhan pelanggan yang lain. Dengan meningkatkan kinerja CV Nusa Papua percaya bahwa keluhan pelanggan akan diselesaikan dengan cepat dan akan membuat pelanggan puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

Menurut Pelanggan Ibu “Yanti” Kinerja Cv Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan mengatakan:

“ Pertama-tama saya mengucapkan berterimakasih kepada Cv Nusa Papua. Atas pelayanan yang di berikan kepada Saya. Dan saya mau menceritakan sedikit keluhan jaringan. Baru pertama kali ini saya komplain ke CV Nusa Papua karena jaringan sudah dua hari tidak baik(Los). Namun disisi lain Saya senang dan puas karena sikap dan penjelasan yang diberikan oleh karyawan Cv Nusa Papua cukup membantu, ramah dan tidak sombong dan tidak memandang kelas sosial pelanggan. pelayanan dan fasilitas yang disediakan memuaskan sehingga karyawannya pun menanggapi dengan cepat dan tangkap hari ini saya melakukan keluhan, tidak smpai 1 jam keluhan saya sudah di tanggapi ”.

Menurut Pelanggan Ibu “ Luluk” Kinerja Cv Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan menambahkan:

“ Saya setuju dengan pendapat ibu, untuk kinerja keluhan pelanggan di CV Nusa Papua pelayanannya memuaskan namun ada sedikit keluhan berbeda yaitu salah satu karyawannya merespon sedikit terlambat disaat saya sudah melaporkan jaringan tidak baik(Los) dikarenakan baru di tanggapi 2 hari kemudian disitu saya merasa kecewa dengan salah satu karyawannya selebihnya dari itu sangat memuaskan Dan karyawannya sangat ramah dan baik terhadap pelanggan. Tapi mungkin jaringannya saja yang harus perlu di perbaiki lagi untuk ke depannya selebihnya saya merasa nyaman dan tenang karena diberikan pelayanan yang terbaik ”.

(Wawancara tanggal 25 April 2021)

Dari hasil wawancara dengan pelanggan CV Nusa Papua, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kinerja karyawan CV Nusa Papua sudah bagus hanya yang perlu di tingkatkan adalah pelayanan jaringan. Karna dari hasil wawancara, pelanggan hanya mengeluhkan masalah jaringan.

## 2. Hambatan CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan

Dalam melayani pelanggan, CV Nusa Papua dituntut untuk memberikan pelayanan sesuai dengan standart pelayanan di CV Nusa Papua. Namun, dalam melayani pelanggan CV Nusa Papua menghadapi kendala. Adapun kendala yang di hadapi oleh CV Nusa Papua, antara lain:

Menurut Leader Teknisi “ Kamil” hambatan Cv Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan mengatakan :

“ Untuk faktor yang menjadi hambatan buat kita sendiri tergantung dari pelanggannya.ketika saya sedang melayani pelanggan, seharusnya saya fokus komunikasi dimana adanya kesulitan pada satu pelanggan yang sedang saya layani. Namun, terkadang terjadi seorang pelanggan yang tiba-tiba datang dan meminta untuk segera

melayani keperluannya tanpa harus mengikuti antrian sesuai prosedur kantor kami. Atau ada juga yang menelpon sehingga terjadi hambatan bagi saya yang sedang melayani pelanggan tersebut dan dapat membuat saya tidak fokus juga karena harus berhenti sejenak melayani pelanggan untuk mengangkat telfon tersebut dan dapat menimbulkan kekecawaan terhadap pelanggan yang sedang saya layani sehingga pelayanan kami menjadi terhambat sehingga menjadi masalah buat kami agar kedepannya lebih mengutamakan pelanggan”

Menurut Teknisi 1 Bapak “Bima” hambatan Cv Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan mengatakan :

“ Kalau pendapat dari saya lebih cenderung menerima pelanggan dari tingkat pendidikan dan usia pelanggan yang bervariasi juga terkadang menjadi hambatan saya dalam memberikan pelayanan. Misalnya, pendidikan pelanggan yang rendah menyebabkan saya harus memberi penjelasan yang berulang-ulang kali sampai pelanggan tersebut mampu menerima penjelasan dari saya dengan jelas. Selain itu, faktor usia pelanggan juga yang sudah tua, misalnya pendengaran dan penglihatan yang sudah mulai berkurang ini juga dapat menyebabkan saya harus memberikan pelayanan khusus sehingga pelanggan tersebut bisa memahami apa yang saya jelaskan dan lebih memudahkan mereka untuk berkomunikasi ”.

Menurut Teknisi 2 Bapak “ Aswin” hambatan Cv Nusa Papua dalam menanggapi keluhan

Pelanggan mengatakan :

“ Hambatan untuk saya secara pribadi yaitu yang pertama itu keinginan(ekspektasi) pelanggan yang sangat tinggi, contohnya seperti kita sudah melakukan pelayanan sebaik mungkin dan kita sudah memberikan fasilitas yang ada tetapi jika keinginan(ekspektasi) mereka lebih dari itu ya, pasti tanggapan mereka akan biasa-biasa saja. Dan juga soal komunikasi biasa terjadi kesalahan pahaman terhadap pelanggan sehingga timbulnya keributa yang dapat mengganggu kenyamanan pelanggan lain. Ada juga hal hal kecil yang tidak diinginkan ketika sedang melayani pelanggan tiba-tiba sistem yang kadang down”. Kalo dari saya itu saja selama ini tidak ada masalah berat ataupun masalah internal atasan dan bawahan maupun bawahan dan bawahan ”.

(Wawancara tanggal 23 April 2021)

Peneliti menyimpulkan terkait dari hasil wawancara internal perusahaan tentang hambatan yang dialami CV. Nusa Papua, sejauh ini manakala terjadi hambatan maka prioritas utama ialah memberikan pelayanan terbaik agar hambatan yang dialami pelanggan cepat teratasi. Walau harus berhadapan dengan para pelanggan yang berbeda karakter, watak, dan latar pendidikan yang berbeda.

### 3. Upaya CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan

Dalam mengantisipasi keluhan pelanggan, Pengawas CV Nusa Papua di Kota Sorong telah mengupayakan solusi untuk meningkatkan kualitas dan meningkatkan kinerja karyawan. Dari rumusan masalah diatas penulis melakukan wawancara langsung dengan Pengawas CV Nusa Papua yang menyatakan bahwa solusi yang diupayakan adalah sebagai berikut:

“ Dengan upaya upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu bersama pengawas dan seluruh karyawan lainnya mengevaluasi hasil kerja kami. Agar cepat menemukan solusi dari kendala-kendala yang kami hadapi pada saat melayani pelanggan, kami sering bertanya maupun memberi kusioner kepada pelanggan untuk mengetahui tanggapan mereka tentang Cv Nusa Papua kami. Kadang pekerjaan kita saat berada dilapangan entah dari keluhan dari pelanggan atau dari permintaan pelanggan yang mungkin tidak dapat dipenuhi, dan kami mencari solusi apa saja yang harus kami lakukan pada saat mendapatkan keinginan pelanggan seperti itu. Selain itu untuk mengatasi kendala-kendala yang sudah di sampaikan tadi saya sebagai Pengawas akan mengupayakan yang kami lakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ”.

(Wawancara tanggal 24 April 2021)

Menurut saya selain solusi yang dipaparkan Pengawas ada tambahan dari saya yaitu solusi yang diupayakan adalah :

“ kualitas pelayanan ditingkatkan lagi agar para pelanggan lebih puas dengan pelayanan kami ,kemudian kami juga menambahkan kapasitas sumber daya manusia untuk proses kerja terintegrasi dan menambahkan lagi kerjasama kelompok yang lebih semaksimal mungkin sekian mungkin itu saja yang saya bisa menambahkan sedikit dari pemahaman saya ”.

(Wawancara tanggal 24 April 2021)

Dari hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa upaya CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan di Kota Sorong yaitu mengakui masalah yang ada pada pelanggan untuk mendapatkan fakta sebenarnya terjadi pada jaringan agar lebih bisa meningkatkan pelayanan agar pelanggan lebih puas dengan pelayanan kami. Dan kami akan menambahkan kapasitas sumber daya manusia untuk proses kerja terintegrasi dan menambah kerjasama kelompok yang lebih semaksimal mungkin.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, maka peneliti dapat simpulkan sebagai berikut:

1. Kinerja CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan

Dalam menanggapi keluhan pelanggan yang datang, CV Nusa Papua mempunyai strategi untuk menyelesaikannya agar pelanggan puas dan tidak lari ke perusahaan yang lain. Hal ini diungkapkan oleh Direktur CV Nusa Papua di Kota Sorong untuk tanggap menangani keluhan pelanggan disini saya sebagai karyawan menunjukkan rasa empati untuk meminta maaf dan bersikap solutif, menjalin kerjasama dengan pelanggan untuk memberikan ualasan positif jika masalah terselesaikan yang akan dijadikan komplain sebagai evaluasi dan akan mencari tahu motif pelanggan untuk meningkatkan kualitas

## 2. Hambatan CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan

Ketika saya sedang melayani pelanggan, seharusnya berkonsentrasi pada satu pelanggan yang sedang dilayani dihadapannya.

Tingkat pendidikan dan usia pelanggan yang bervariasi juga terkadang menjadi hambatan saya dalam memberikan pelayanan.

Hambatan lain yang dihadapi oleh saya adalah pada saat sedang melayani pelanggan, tiba-tiba atasan sedang memanggil karena ada suatu keperluan.

## 3. Upaya CV Nusa Papua dalam menanggapi keluhan pelanggan

mengakui masalah yang ada pada pelanggan untuk mendapatkan fakta sebenarnya terjadi pada jaringan agar lebih bisa meningkatkan pelayanan agar pelanggan lebih puas dengan pelayanan kami. Dan kami akan menambahkan kapasitas sumber daya manusia untuk proses kerja terintegrasi dan menambah kerjasama kelompok yang lebih semaksimal mungkin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad S. Ruky. 2015. *Sistem Manajemen Kinerja*. PT Gramedia, Jakarta.
- Ah-Keng Kau & Elizabeth Wan-Yiun Loh. 2016. *The Effects of Service Recovery on Consumer Satisfaction: a comparison between complainants and non-complainants*. Vol. 20, hlm. 101-111.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Departemen Pendidikan Nasional. 2015. *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga*. Balai Pustaka, Jakarta
- Dr. Joko Widodo. 2018. *Analisis Kebijakan Publik*. Siduarjo: Bayumedia
- Edy, Sutrisno. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Gasparz, Vincent. 2014. *Perencanaan Strategik Untuk Peningkatan Kinerja Sektor Publik Suatu Pentunjuk Praktek*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Gasparz, Vincent. 2015. *Total Kualitas Management*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

- Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Bumi Aksa, Bandung.
- Hessel Nogi S. 2015. *Manajemen Publik*. PT.Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta
- Husein Umar. 2012. “*Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*”. Cetakan kedua. Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. Edisi 14. Pearson Education. New Jersey.
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa: Salemba Empat*.
- Mahsun, Muhammad. 2016. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. BPFE: Yogyakarta
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 2013. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP, Jakarta.
- Nawawi, H. Hadari. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Cetakan ke-7, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2015. *Manajemen Pelayanan (Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen Charter dan Standart Pelayanan Minimal)*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Rusdi, R., Kadir, M. A. A., Kelibey, I., & Basri, L. (2021). Analisis Kinerja Satpol PP Dalam Penegakan PERDA Terhadap Pedagang Kaki Lima Di Kota Sorong. *Journal Governance and Politics (JGP)*, 1(2), 10-24.
- Rudi, R., & Ichwan, S. (2019). Analisis Kualitas Kinerja Aparatur Pemerintahan Dalam Pelayanan Umum Pada Kantor Distrik Sorong Timur Kota Sorong. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1).
- Soderlund, M. dan S. Rosengren. 2015. “*Receiving word-of-mouth from the service customer: an emotion-based effectiveness assessment*”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 14 No. 2, pp. 123-36.
- Suchaeri, Heri. 2015. *Total Customer*. Solo : Metagraf.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta, Bandung.
- Sutrisno, Edy. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetak Ke Enam. Pranada Media Group, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Manajemen Jasa*. Andi: Yogyakarta
- Whittaker, James. 2013. *Government Performance and Result Act. A Mandate for Strategic Planning and Performance Measurement*. Edisi Revisi. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Widodo, Joko. 2016. *Membangun Birokrasi Berbasis Kinerja*. Bayumedai Publishing: Jakarta
- Yamit, Zulian. 2014. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonsia: Yogyakarta



**LEMBAGA PENELITIAN, PUBLIKASI DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SORONG**

Jalan Pendidikan No.27 Kelurahan Klabulu, Distrik Malaimsimsa, Kota Sorong  
Tlp. (0951) 322382 Fax. (0915) 326162  
Email: [info@um-sorong.ac.id](mailto:info@um-sorong.ac.id) Website: [www.umsorong.ac.id](http://www.umsorong.ac.id)

**SURAT TUGAS PENELITIAN**

Nomor : /L3.AU/IV.1/J/20

Yang bertandatangan di bawah ini Kepala Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Sorong (UNAMIN), dengan ini memberikan tugas kepada:

Nama Dosen	NIDN	Fakultas	Prodi	Jabatan
Rusdi.,S.Sos.,M.Si	1412077901	FISIP	Administrasi Negara	Ketua
Dr. H. Muhammad Ali.,MM.,MH	1208066601	FISIP	Ilmu Pemerintahan	Anggota

Untuk melakukan Penelitian dengan judul:

**“KINERJA CV NUSA PAPUA DALAM MENANGGAPI KELUHAN PELANGGAN DI KOTA SORONG”** pada tanggal **12 April - 1 Juni** di **Kota Sorong**

Demikian surat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sorong, 01/06/2022

Kepala,

**Muhammad Syahrul Kahar, S.Pd., M.Pd.**  
NIDN. 1406019001

Tembusan Kepada Yth:

1. Arsip -