**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Komunikasi adalah salah satu wujud dari sifat makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupannya tidak akan terlepas dari interaksi dan sosialisasi antara satu orang dengan orang lain. Komunikasi menjadi penting karena dengan melalului komunikasi, seseorang dapat mengungkapkan apa yang menjadi keinginan, harapan, perasaan kepada orang yang dilibatkan dalam aktivitas komunikasi. Penanganan keluhan pelanggan adalah salah satu contoh komunikasi antara perusahaan dan pelanggan, baik itu kritik, masukan, saran atau keluhan yang dirasakan oleh pelanggan.

Perkembangan zaman saat ini perusahaan dituntut untuk memberikan jawaban atas keluhan pelanggan baik secara tertulis maupun secara lisan menghubungi pelanggan. Hal tersebut guna menanggulangi kesalah pahaman (mis understanding) dalam penerimaan informasi atau pemberi informasi yang akan berdampak pada ketidaknyamanan diantara kedua belah pihak. Tujuan suatu perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal, untuk mencapai tujuan tersebut, suatu perusahaan harus berupaya menciptakan kepuasan optimal kepada para pelanggan. Motivasi  utama dari kegiatan bisnis  adalah laba (keuntungan). Hal ini juga tercermin terhadap tujuan perusahaan. Menyampaikan maksud dan tujuan perusahaan menyangkut bisnis serta mampu menerima respon dari pelanggan atas produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan.

Hal ini tentu akan mempengaruhi citra perusahaan dimana secara lebih jauh mungkin  akan  berpengaruh  pada  pemasukan  yang  akan  diterima. Namun, ketika pelanggan melakukan keluhan, sebenarnya pelanggan tersebut mempunyai respon yang positif terhadap produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan

Perusahaan mengutamakan kepuasan pelanggan dan menjadikannya prioritas utama yang sangat penting karena pelanggan yang terpuaskan cenderung akan setia terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan juga dapat dipandang sebagai suatu perbandingan antara apa yang diharapkan dengan apa yang diperolehnya. Pelanggan akan merasa puas jika perbandingan tersebut cukup adil. Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini karena perusahaan menyadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital untuk bertahan dalam dunia bisnis dan memenangkan persaingan. Keberhasilan suatu perusahaan tercermin dalam kemampuannya dalam menangani keluhan pelanggan Karena jikan perusahaan menangani keluhan pelanggan dengan baik dan benar akan membuat pelanggan merasa dihormati dan dihargai sehingga pada akhirnya dapat menciptakan Image yang positif terhadap perusahaan tersebut.

Secara umum, pelanggan yang melakukan keluhan merupakan pelanggan yang peduli akan perusahaan tersebut dan memberi kesempatan kepada perusahaan untuk memberi kepuasan terhadap mereka setelah ekspetasi pelanggan tidak terpenuhi oleh produk atau jasa yang dihasilkan. Namun, pelanggan yang sudah melakukan keluhan sebenarnya sudah menurunkan harapan dan rasa percaya mereka. Dengan demikian, pemuasan atas pelanggan mejadi sesuatu yang harus dilakukan untuk mengembalikan rasa percaya pelanggan kembali. Penanganan keluhan yang memuaskan tidak bisa didapat secara mudah. Penanganan keluhan secara asal-asalan justru akan membuat pelanggan ataupun konsumen pergi meninggalkan perusahaan.

Dalam menangani keluhan (complain handling), jika perusahaan tidak bisa mengambil tindakan atau mengkomunikasikannya dengan baik, maka perusahaan akan kehilangan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui permasalahan yang terjadi seperti dalam Pengisian Bahan Bakar Minyak (BBM), pelanggan tidak puas dengan pelayanan di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) karena lebih dulu dan lebih sering melayani pembeli menggunakan jerigen-jerigen dengan jumlah yang besar, Pangkalan hanya dikasih jatah 50-60 tabung perminggu, Penutupan Pangkalan. Dengan begitu perusahan harus tau cara menangani keluhan-keluhan tersebut.

Sebagai salah satu perusahaan minyak dan gas bumi memerlukan suatu cara dalam menangani keluhan pelanggan secara maksimal. Hal ini bermanfaat untuk merenungkan secara tepat situasi keseluruhan untuk mempertimbangkan bagaimana keluhan awalnya muncul, cara penanganannya, solusinya, seberapa efektif kebijakan dan prosedur dari perusahaan dalam menagani keluhan. Dan ketika perusahaan mendapatkan keluhan.

Dari latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik dan mengambil judul tugas akhir **“Penanganan keluhan Pelanggan pada PT. Pertamina (persero) *Branch Marketing* Sulutenggo”.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Adapun masalah yang didapati penulis pada PT. Pertamina (Persero) *Branch Marketing* Sulutenggo dalam hal keluhan pelanggan yang sering saya jumpai, yaitu :

1. Dalam Pengisian Bahan Bakar Minyak (BBM), pelanggan tidak puas dengan pelayanan di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) karena operator di SPBU lebih dulu dan lebih sering melayani pembeli menggunakan jerigen-jerigen dengan jumlah yang besar.
2. Pangkalan hanya dikasih jatah 50-60 tabung perminggu.
3. Penutupan Pangkalan.
	1. **Pembatasan masalah**

Penulis membatasi masalah yang akan dibahas dan hanya akan berfokus pada bagian pelayanan perijinan pangkalan LPG (liquefied petroleum gas) PT. Pertamina (Persero) *Branch Marketing* Sulutenggo.

* 1. **Perumusan Masalah**

 Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana Penanganan keluhan pelanggan pada Pt Pertamina (Persero) Branch ?
2. Aspek apa saja yang penting dalam penanganan keluhan pelanggan pada Pt Pertamina (Persero) Branch ?
	1. **Tujuan dan Manfaat**
		1. Tujuan

 Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana penanganan keluhan pelanggan pada PT. Pertamina (Persero) *Branch Marketing* Sulutenggo.
2. Untuk mengetahui aspek penting dalam penangananan keluhan pelanggan pada PT. Pertamina (Persero) *Branch Marketing* Sulutenggo.
	* 1. Manfaat
3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mempelajari dan menambah wawasan kepada penulis tentang pentingnya penanganan keluhan pelanggan.

1. Bagi pihak perusahaan

Hasil dari tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam penanganan keluhan pelanggan.

1. Bagi Politeknik Negeri Manado

Tugas akhir ini dapat dijadikan informasi dan bahan referensi bagi mahasiswa Politeknik Negeri Manado khusunya Jurusan Administrasi Bisnis Program studi manajemen pemasaran

* 1. **Metodologi Penelitian**

1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

 Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Pertamina (persero) *Branch Marketing* Sulutenggo, yang berlokasi di Jl. Samratulagi no. 8 Kecamatan wenang kota Manado. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Februari – Mei 2017 .

1.6.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

 Dalam penyusunan Tugas akhir inipenulis menggunakan metode deskriptif. Dan menurut Punaji (2010) penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuannya untuk  menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variebel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata. Dalam hal ini penulis mendeskripsikan atau menggambarkan masalah yang diteliti yaitu dalam penanganan keluhan pelanggan pada PT. Pertamina (persero) *Branch Marketing* Sulutenggo.

* + 1. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan sumber datanya ada dua macam data yaitu data primer dan sekunder (Supranto, 2000).

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data di lokasi penelitian atau obyek penelitian (Burhan, 2005). Dalam penelitian ini data primer yang penulis peroleh adalah data visi, misi, struktur organisasi, gambaran umum perusahaan, dll.

1. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu melalui buku-buku dan dokumen-dokumen (Burhan, 2005). Dalam hal ini data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku dan jurnal yang didapati diinternet.

1.6.3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mengamati langsung semua aktifitas yang terjadi di PT. Pertamina (persero) *Branch Marketing* Sulutenggo.

b. Studi Pustaka

Penulis melakukan dengan cara mempelajari, mendalami dan menguntip buku-buku dan jurnal dari internet yang berkaitan dengan penanganan keluhan pelanggan yang tentunya relavan.

1.6.4 Metode Analisis

Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif komparatif yaitu menjelaskan dan membandingkan data dari dua hasil penelitian atau lebih dengan perlakuan yang berbedah. Dalam hal ini penulis menjelaskan dan membandingkan penanganan keluhan pelanggan yang ada pada PT. Pertamina (persero) *Branch Marketing* Sulutenggo dengan penanganan keluhan pelanggan berdasarkan teori yang ada, dan merupakan hasil penelitian dari penulis.