

Manajemen Perubahan untuk Mantan Karyawan: Evaluasi dan Penelitian atas Banyaknya Kegagalan dan Kendala dalam Menjalankan Bisnis Bagi Pemula: Episode 1. Bisnis Adalah Pelayanan dan Solusi Bagi Pelanggan (Konsep Pelayanan Pelanggan)

Prima Puruhita

Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami, Jakarta, Indonesia
aprimapuruhita@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

The most certain thing to happen is change. The passage of time shows the certainty of this change itself, as we have understood that periods of time change episodes need to be addressed properly so that the changes that occur have a beneficial impact. Change always brings uncertainty, but always has patterns that can be learned to reduce the risk of uncertainty itself. For example, during the last pandemic in 2020 - 2022 there were many changes in people's activity patterns which greatly affected work patterns including the emergence of the term "Work From Home" or WFH, and even more extreme changes due to termination of employment or layoffs that companies were forced to do because of changes business situation and condition. This is very important to observe and research, because the situation forces change and because of the responsibilities and demands for the high necessities of life, ideally ex-employees can get a new job in accordance with their field, but it often happens that it is not that easy to get a new job as desired by former employees. This article is an introduction for former employees who want or are forced to change professions as entrepreneurs in order to reduce the risk of failure in dealing with changes in activities and new situations and conditions. So in the full episode the author is also a former International Commercial Bank employee for almost 20 years, namely HSBC and CIMB Niaga. Evaluating and researching the many failures and obstacles in running a business for beginners. For former employees, there are opportunities or opportunities to become self-employed by utilizing available resources as initial capital to initiate changes in new activity patterns at work.. This is the Episode number 1 of total 10 episode. Business is service and solutions for customers (Customer service concept). The definition of customer service or customer service is a service provided by a company that has a duty as a means of consulting, problem solving and information center for each client/customer it has. In Indonesian, Service means service and customers are customers. According to KBBI, service means an effort to serve the needs of others by obtaining rewards.

Keywords

Change Management,
Customer service, Consulting,
Problem solving and
Information Center for Goods,
Services & Ideas.

PENDAHULUAN

Menurut Heraclitus of Ephesus, "The Only Things That Is Constant Is Change". Artinya hal yang paling pasti menurut teori ini adalah "PERUBAHAN" merupakan sesuatu yang paling pasti TERJADI, secara konsisten dan meyakinkan. Maka manajemen perubahan memiliki posisi yang sangat penting untuk dipelajari agar setiap perubahan yang terjadi akan dapat di tatakelola dengan baik sehingga dapat memberikan dampak yang menguntungkan atau paling tidak mampu melakukan mitigasi resiko atau mengurangi dampak buruk dari perubahan tersebut.

Mengapa perlu berubah? Paling tidak ada empat alasan kita perlu berubah, adalah sebagai berikut :

1. Perubahan kebutuhan masyarakat (Growth Process)



2. Kompetisi yang semakin ketat (Efficiency, effectiveness of services and quality of goods, services & ideas)
3. Globalisasi Informasi (Internet News Media, Youtube etc)
4. Perubahan kebijakan pemerintah (Undang undang, Business Legal, Compliance & Business Process, Quality-Assurance, Standarization & Certification)
5. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi (Information & Technology Market place e-commerce)

Ada satu istilah dalam manajemen perubahan sebagai berikut: “Good University Teach, Great University Transform” yang artinya dalam suatu konsep pendidikan yang baik adalah mampu membuat individu yang mampu melakukan perubahan dan menjadi individu yang mampu melakukan transformasi sebagai berikut:

- “Knowledge To Product”.
- “Human Resource To Human Capital”
- “Imagination To Reality”
- “Good To Great”

Seperti dalam suatu ungkapan bahwa “Good University Produce Graduates, Great University Produce Leaders”. Yang intinya adalah mampu mempunyai tujuan transformasi yang spesifik lebih manfaat (Benefit) dalam arti sesungguhnya bagi seluruh pihak yang berkepentingan (stakeholder).

Sebetulnya perubahan adalah suatu proses yang alami (Changing is a natural process) yang intinya perlu diperhatikan hal hal sebagai berikut:

1. Focus pada tujuan Perubahan (Focusing On Goals)
2. Mengevaluasi (Assesing Objective)
3. Prinsip Keterbukaan (Expressing Principles)
4. Mengidentifikasi Permasalahan Untuk Mencapai Tujuan (Identifying Gaps)
5. Analisa situasi kondisi (Assesing Culture)

GAPs adalah realitas yang ada terjadi diantara harapan dan kenyataan. Dalam konsep waktu dibagi 3 yaitu:

1. Masa lalu (PAST)
2. Saat ini (Present)
3. Masa yang akan datang (Future)

Tujuan dari manajemen perubahan adalah agar pencapaian harapan atau target yang ingin dicapai dimasa yang akan datang minimal dapat dicapai atau bahkan lebih baik dan menghindari resiko dari perubahan yang terjadi dengan melakukan tata kelola manajemen perubahan yang baik dengan Komitmen (Commitment) dan menghindari hambatan (Resistance).

Berputarnya waktu menunjukkan kepastian perubahan ini sendiri, sebagaimana kita telah memahami bahwa periode episode perubahan waktu perlu disikapi dengan benar agar perubahan yang terjadi memberikan dampak yang menguntungkan. Perubahan selalu membawa ketidakpastian, namun Perubahan selalu memiliki pola yang dapat dipelajari untuk mengurangi resiko ketidakpastian itu sendiri.

Terjadinya perubahan pola aktivitas masyarakat akibat pandemic, sangat berpengaruh pada aktivitas kerja diantaranya “Work From Home” atau WFH, dan perubahan karena pemutusan hubungan kerja atau PHK yang terpaksa dilakukan perusahaan karena perubahan situasi dan kondisi usaha yang terjadi pada perusahaan yang akhirnya berdampak pada pemutusan hubungan kerja bagi karyawan, adalah suatu kenyataan pahit dari perubahan karena situasi dan kondisi perubahan yang terjadi. Hal ini sangat berdampak pada karyawan.

Situasi yang memaksa terjadinya perubahan dan karena tanggung jawab dan tuntutan akan kebutuhan hidup yang tinggi maka idealnya mantan karyawan dapat memperoleh pekerjaan baru yang sesuai dengan bidangnya, namun sering kali terjadi tidak semudah itu untuk memperoleh pekerjaan baru seperti yang diinginkan oleh mantan karyawan.

Sebagai pemekalan bagi mantan karyawan yang ingin atau terpaksa beralih profesi sebagai wirausaha agar dapat mengurangi resiko kegagalan dalam menghadapi perubahan aktivitas dan situasi dan kondisi yang baru. Maka perlu waktu untuk membaca tulisan ini sebagai bahan analisa, evaluasi dan kajian atas banyaknya kegagalan dan kendala dalam menjalankan bisnis bagi pemula.

Namun demikian, bagi mantan karyawan tetap tersedia peluang atau kesempatan untuk sukses berwiraswasta dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia sebagai modal awal untuk Perubahan dan penerapan manajemen Resiko yang baik.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini dibuat berdasarkan kajian dan penelitian penulis atas banyaknya mantan karyawan yang memulai usaha yang banyak mengalami kendala karena perubahan situasi dan kondisi kerja yang sama sekali berbeda dengan situasi di lingkungan kerjanya. Makin besar perbedaan situasi kondisinya maka makin besar potensi akan muncul kendala pekerjaan karena factor ketidaktahuan dan factor lainnya di lapangan yang belum dikuasainya.

Umumnya mantan karyawan perusahaan besar, adalah individu yang berpengalaman di bidangnya, dengan latar belakang pendidikan yang baik dan jaringan pergaulan yang luas. Hal ini adalah suatu modal yang besar untuk dapat mengawali kesuksesan dalam menjalankan usaha atau kegiatan barunya dalam usaha, namun membutuhkan mentoring atau pembekalan dari individu yang jauh berpengalaman dalam dunia usaha terutama dalam manajemen resiko dan dan manajemen perubahan, pemanfaatan peluang membangun bisnis model, jalur distribusi pemasaran, bisnis proses, jalur rantai pemasok, legal, compliant dan jam terbang dalam menghadapi perubahan situasi dan kondisi.

Selain keunggulan yang disebutkan diatas, adapula tantangan yang menyertai dari situasi yang dihadapi mantan karyawan yang menghadapi situasi baru dalam meraih sukses berwirausaha. Diantaranya adalah: Bidang usaha yang menjadi pilihan usahanya, perlu analisa dan evaluasi kesesuaian dengan pengalaman dan latar belakang pekerjaan sebelumnya, jika pekerjaan baru masih in-line dengan pekerjaan sebelumnya, maka potensi kesuksesan usaha dari mantan karyawan ini sangat besar, tetapi sebaliknya jika GAPS atau perbedaan aktivitas baru dengan aktivitas lama cukup besar atau tidak sejenis (Not In-line), maka potensi kegagalan menjadi terbuka lebar dan perlu ekstra hati hati untuk menganalisa bisnis proses dan penerapan manajemen resiko secara ketat, analisa pemasok, analisa kredibilitas pasar (Offtaker), mekanisme pembayaran (Term of payment) bagi pemasok dan manajemen Piutang (Invoice Management).

Satu dari yang terpenting wajib disadari oleh mantan karyawan yang memulai usaha barunya adalah pemahaman bahwa sewaktu bekerja di perusahaan besar mereka bekerja di dukung oleh full team lengkap seperti bagian legal, Kompliant, manajemen resiko, Tenaga penjualan (Sales force), Administrasi Penjualan (sales support), Pemasaran Merek Produk (Product branding), Bisnis Proses, Kompetitor Analis (Market Inteligent), Pemeriksaan (Audit), Etika Bisnis (GCG), Pengembangan Produk (Product Development), Sumberdaya Insani (Human Capital), Pelatihan Kompetensi (Training) dll

Dalam kajian penelitian ini penulis, menggunakan metode penelitian kualitatif komparatif dan kajian keilmuan mengenai konsep GCG (Good Corporate Government), konsep pelayanan pelanggan (Customer Service), dalam menjalankan kegiatan usaha baru bagi mantan karyawan agar selalu melakukan tata kelola yang baik aman nyaman dan menguntungkan, dan mampu melakukan optimalisasi potensi pengalaman kerja sebelumnya, penulis menyajikan hal penting yang perlu dilakukan mantan karyawan dalam memulai berwiraswasta melalui paket penerapan usaha yang baik, melauai penerapan pemahaman kegiatan usaha dalam 10 (sepuluh) Episode tulisan, diantaranya :

Episode 1. Bisnis adalah Pelayanan dan solusi bagi pelanggan (Konsep pelayanan Pelanggan)

Episode 2. Menganalisa dan mengambil peluang usaha yang ada kesesuaian dengan keahlian, Pengalaman dan latar belakang

- Episode 3. Focus Pelayanan Pelanggan adalah memberikan kenyamanan, rasa aman, pemecahan masalah (Problem Solving) dan menyediakan Nilai Tambah (Added Value) dalam Efektivitas dan Efisiensi.
- Episode 4. Pentingnya memahami konsep manajemen Resiko (Risk Management), legalitas usaha dan Pemenuhan Kepatuhan hukum bisnis (legal & Compliance)
- Episode 5. Apa konsep dan filosofi keunggulan perusahaan besar hingga mampu bertahan dalam bisnis
- Episode 6. Bagaimana sistem Tata Kelola Usaha dari bisnis Bank besar di Indonesia dan apa Bisnis Model yang dikembangkan
- Episode 7. Manajemen Dana Bank, 5 besar di Indonesia
- Episode 8. Implementasi Manajemen perubahan, agar berdampak menguntungkan
- Episode 9. Membangun Etika Bisnis untuk kelangsungan usaha yang sehat
- Episode 10. Inovasi dan kreatifitas

HASIL PENELITIAN

Pengertian Kepuasan Pelanggan Secara Umum

Kepuasan pelanggan adalah Persepsi bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi oleh produk, jasa atau ide dari perusahaan, sebagai suatu solusi dan jawaban atas kebutuhan dan harapan mereka, Pelayanan yang diberikan perusahaan optimal, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan berkesinambungan hingga memberikan pelayanan sesuai harapan.

Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli

Menurut Kotler dan Keller (2007) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja anggapan produk relative terhadap ekspektasi pembelian. jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa.

Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan Untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan: tangibles (bukti nyata), realibility (terpercaya, tahan uji), responsiveness (respon, cepat tanggap), assurance (kepastian), empathy (empati).

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan nasabah

Adapun 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya.

- Kualitas produk, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas
- Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan.
- Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu
- Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya
- Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas. ATM adalah contoh dimana nasabah merasa puas oleh mudahnya dalam mendapatkan pelayanan perbankan.

Pertanyaan Seputar Pelayanan Pelanggan, Penjualan Produk, Jasa Dan Ide

Beberapa pertanyaan dan jawaban yang dirasa perlu dipahami oleh mantan karyawan yang secara serius ingin memahami mengenai pentingnya kualitas pelayanan nasabah dalam mengembangkan wirausaha, sebagai berikut:

1. Pentingnya mantan karyawan memiliki pemahaman yang dimaksud dengan Manfaat dan Nilai Tambah dari suatu Pelayanan? Nilai tambah (value added) adalah nilai ekonomi yang ditambahkan ke suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada konsumen. Penambahan nilai ini penting untuk membuat produk atau jasa terlihat lebih berkualitas dan unggul sehingga perusahaan bisa meningkatkan harga jualnya.

Contoh: Penambahan suatu fitur baru yang belum pernah terpikirkan oleh kompetitor atau siapa pun, hingga akhirnya dapat meningkatkan fungsionalitas produk. Dari segi tampilan, nama brand dan logo pun bisa menjadi sebuah hal yang bernilai di mata konsumen tertentu. Di mana banyak berlaku terhadap barang bermerek yang sudah terkenal.

Manfaat dari nilai tambah adalah perusahaan dapat membebaskan harga yang lebih tinggi kepada pelanggan daripada yang mereka bayarkan kepada pemasok. Semakin tinggi nilai tambah yang mereka ciptakan, maka semakin besar keuntungan yang mereka peroleh.

2. Pentingnya mantan karyawan memahami Pemahaman Proses kegiatan selling dan langkah-langkah dalam selling?

Selling adalah kegiatan bertransaksi yang melibatkan uang sebagai alat tukar. Selling dilakukan dengan proses untuk melakukan persuasi dan meyakinkan pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

- Prospecting (Prospek konsumen):

Dalam tahap ini, perusahaan akan 'berburu' pelanggan potensial dengan cara mencari tahu apa yang mereka butuhkan dan apakah perusahaan bisa menyediakan hal tersebut untuk mereka. Aspek penting lainnya yang harus dipertimbangkan adalah apakah calon pelanggan tersebut masuk ke dalam target pasar dan mampu membeli produk yang dijual.

- Planning (Perencanaan penjualan):

Setelah mendapat calon pelanggan, perlu persiapan banyak hal untuk menghubungi mereka. Mulai dari mencari tahu informasi tentang mereka, memperdalam product knowledge (deskripsi, harga, kelebihan, dan lainnya), dan juga informasi seputar kompetitor.

- Approach (Pendekatan):

Ada beberapa metode pendekatan, seperti pemberian hadiah, mengajukan pertanyaan pemancing, atau mungkin juga menjadikan produk sebagai fokus utama dengan memberikan sample. Metode pemberian hadiah biasanya dilakukan untuk calon pelanggan kelas atas, dengan harapan bisa memanjakan mereka dan menunjukkan rasa hormat.

- Presentation (Presentasi produk):

Presentasi ini berisikan apa yang pelanggan inginkan dan butuhkan, diterjemahkan menjadi sebuah produk, jasa atau ide. Intinya, seperti solusi atas sebuah permasalahan. Tenaga penjual perlu benar-benar focus menjual manfaat produk, jasa atau ide tersebut sebagai solusi dari permasalahan yang mereka hadapi, agar pelanggan sadar bahwa inilah jawaban yang mereka butuhkan.

- Handling Objection (Mengatasi hal-hal yang memberatkan):

Dalam tahap ini, perusahaan harus dapat menghilangkan rasa keberatan yang dirasakan konsumen ketika dijelaskan mengenai produk tersebut. Untuk mengatasi rasa keberatan tersebut, pihak perusahaan harus menggunakan pendekatan positif, menggali keberatan yang tersembunyi, meminta calon konsumen untuk menjelaskan keberatannya, hingga mengubah keberatannya tersebut, supaya manfaat produk, jasa dan ide tersebut menjadi alasannya untuk membeli produk.

- Closing (Menutup penjualan):

Tahap ini adalah dimana perusahaan meyakinkan kembali apakah konsumen benar-benar ingin melakukan pembelian produk tersebut.

- Follow-up & Service (Tindak lanjut dan pelayanan):

Di mana pihak perusahaan meyakinkan kembali pelanggan untuk mendapatkan kepuasan atas layanannya.

3. Cara dan metode Pelayanan?

Cara dan metode pelayanan adalah teknik pelayanan nasabah dan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai GAP (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi harapan konsumen terhadap layanan dibandingkan dengan realitas pelayanan yang telah diterima pelanggan, sehingga perusahaan mampu memberikan perbaikan yang diperlukan didalam pelayanan kepada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pelanggan.

4. Bagaimana cara memperbaiki efektifitas penjualan? Jawaban:

- Target pasar dan segmentasi: Tindakan pertama adalah mengidentifikasi kelompok pelanggan yang paling bernilai bagi bisnis. Kelompok yang dapat diprediksi membeli lebih banyak dan dengan harga lebih baik (margin lebih tinggi). Dengan mengetahui kelompok pelanggan ideal dapat membantu menurunkan biaya penjualan dan memungkinkan perusahaan fokus akan upaya pengembangan produk dan layanannya untuk mencapai hasil yang lebih besar.
- Mengetahui pengambilan keputusan: Mengidentifikasi orang-orang yang membuat keputusan pembelian atau kemungkinan besar mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan fungsinya dalam perusahaan.
- Channel: Membantu menurunkan biaya penjualan, meningkatkan pendapatan, dan berpotensi memperluas jangkauan pasar perusahaan. Perusahaan harus menentukan sales channel yang dapat menjangkau target pasar dan pelanggan dengan paling efektif.
- Proses penjualan/pembelian yang dilakukan oleh pelanggan: Secara sederhana, proses penjualan adalah pendekatan sistematis (proses berulang) yang melibatkan serangkaian langkah yang memungkinkan tim sales melakukan closing dengan baik dan meningkatkan pendapatan. Ada banyak alasan mengapa proses yang didokumentasikan dan dilaksanakan itu penting. Proses meningkatkan tingkat konversi prospek, memperpendek siklus penjualan, meningkatkan penjualan rata-rata, meningkatkan margin keuntungan, meningkatkan produktivitas tim sales, dan menurunkan biaya penjualan.
- Proporsi nilai: Pesan penjualan adalah pernyataan nilai unik yang disampaikan tim sales kepada target nasabah. Pesannya harus sederhana, disajikan dari sudut pandang nasabah, mudah diingat, dan berbeda. Hal ini harus menjelaskan apa yang dilakukan, bagaimana produk/layanan menguntungkan pelanggan, dan mengapa menjadi pilihan terbaik untuk kebutuhan mereka. Mengkomunikasikan keunikan atau nilai perusahaan secara efektif akan meningkatkan rasio konversi.

5. Pertanyaan selanjutnya adalah pemahaman apakah nasabah memang membeli suatu produk atau jasa atau ide, karena semata faktor kebutuhan? Dan mengapa alasan nasabah tidak membeli suatu produk atau layanan atau ide, yang sebenarnya mereka butuhkan?

Nasabah tidak membeli produk, jasa, atau ide hanya karena faktor kebutuhan, ada nilai tambah atau faktor lain yang mempengaruhi nasabah ketika akan membeli suatu produk, jasa, atau ide. Nilai tambah yang dicari oleh nasabah diantaranya adalah:

1. Kenyamanan

Nasabah akan mencari produk, jasa, atau ide yang membuatnya merasa nyaman. Contoh: Nasabah akan mencari kantor bank yang mampu membuatnya nyaman sebelum, ketika, dan setelah melakukan transaksi di bank.

2. Menghemat waktu

Nasabah akan mencari produk, jasa, atau ide yang dapat menghemat waktu dan tidak harus berlama-lama dalam melakukan transaksi. Contoh: bank berinvestasi pada bidang IT untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi sehari-hari.

3. Citra dan reputasi perusahaan

Nasabah mencari produk, jasa, atau ide dengan mempertimbangkan citra dan reputasi perusahaannya di masyarakat. Contoh: Bank BCA dan Mandiri akan mendapatkan nasabah karena reputasi perusahaannya di masyarakat sudah baik.

4. Kualitas layanan pelanggan

Nasabah akan mencari produk, jasa, atau ide dan mempertimbangkan kualitas layanan yang akan mereka terima. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi dari nasabah, maka produk tersebut akan dipilih oleh nasabah.

6. Selanjutnya mantan karyawan perlu untuk memahami bagaimana cara mengetahui tipe-tipe dan berbagai kebutuhan dan keinginan nasabah?

Cara mengetahui tipe-tipe dan berbagai kebutuhan dan keinginan nasabah adalah sebagai berikut.

- Melakukan riset lapangan: Mengumpulkan data-data yang diperoleh melalui survey. Memberikan pertanyaan tentang harapan mereka akan perusahaan dan bagaimana bisa memenuhi keinginan mereka. Dari data yang dikumpulkan tersebut, dapat dianalisis untuk dijadikan bahan evaluasi terhadap produk yang ditawarkan.
- Membangun hubungan baik dengan nasabah: Membangun kedekatan dengan para nasabah, mulailah dengan mendengarkan keluhan dan berusaha untuk rutin menyapa mereka melalui pesan singkat ataupun secara langsung. Dari hubungan yang terjalin dengan baik ini, dapat diketahui apa yang mereka butuhkan terhadap suatu produk.
- Mengamati pelanggan di Media Sosial: Wadah untuk mencari kebutuhan pelanggan, seperti tren yang dapat dimanfaatkan untuk mengamati apa saja kebutuhan pelanggan saat ini.
- Berdiskusi dengan Tim Sales: Tim sales yang lebih sering berinteraksi dengan konsumen biasanya akan memiliki wawasan lebih banyak tentang kebutuhan nasabah dengan berdiskusi membicarakan apa saja yang dibutuhkan.

7. Selanjutnya untuk meningkatkan volume penjualan perlu mengetahui cara agar marketer atau petugas penjualan dan pelayanan mampu memberikan kepuasan yang optimal kepada nasabah? Cara yang dilakukan marketer atau petugas penjualan dan pelayanan mampu memberikan kepuasan yang optimal kepada nasabah adalah sebagai berikut.

- Memberikan penawaran menarik: nasabah akan tertarik dengan penawaran terbaik yang diberikan perusahaan. Tidak ada salahnya menawarkan produk- produk terbaik dengan iklan yang menarik atau menawarkan produk limited edition semisalnya. Lalu, berikanlah kejutan-kejutan kecil kepada para nasabah setia. Contoh: dengan memberikannya hadiah karena telah loyal terhadap suatu produk perusahaan selama ini. Atau bisa dengan memberikan diskon dan promosi menarik lainnya di saat-saat tertentu.
- Menjaga kualitas produk: Kualitas produk maupun jasa adalah hal yang utama sebagai cara membangun kepuasan nasabah. Apabila penawaran produk berkualitas baik, dalam hal ini tidak berkurang maka konsumen pun secara otomatis akan mempertahankan produk dan tetap menggunakan jasa.
- Menanamkan selalu nilai kejujuran: Nasabah yang merasa dibohongi dengan produk maupun jasa yang ditawarkan tentu secara perlahan akan meninggalkan perusahaan tersebut. Akhirnya, akan berdampak pula pada penurunan penjualan produk dan keuntungan. Begitu pula sebaliknya dengan kejujuran, nasabah akan menunjukkan loyalitas atas produk dan jasa yang ditawarkan.
- Sikapi keluhan pelanggan dengan ramah: Bersikap ramah dan berempati, kepada nasabah perlu dilakukan dan sebisa mungkin memberikan sebuah solusi terbaik pada nasabah tersebut. Jadi, tidak hanya sekadar janji semata. Kemudian, tidak lupa untuk meminta maaf kepada nasabah dan jadikanlah keluhan nasabah sebagai masukan sebagai bahan evaluasi atas pelayanan yang diberikan.
- Pelayanan yang prima: Pelayanan yang prima juga menjadi salah satu faktor utama kepuasan pelanggan.

8. Memahami cara mengatasi Keberatan, keluhan dan komplain nasabah?

Cara mengatasi keberatan, keluhan, dan klaim nasabah adalah sebagai berikut.

- Tanggap dan menunjukkan rasa empati: Sebagai pelaku usaha yang baik, mendengarkan keluhan pelanggan merupakan kewajiban. Saat keluhan pelanggan datang, segera tanggapi dengan cepat.
 - Meminta maaf dan memberikan solusi: Setelah customer selesai menyampaikan keluhannya, hal pertama yang harus dilakukan dalam mengatasi komplain pelanggan adalah permintaan maaf yang tulus. Hal ini walaupun mungkin keluhan pelanggan agak tidak masuk akal. Tetaplah bersikap profesional dan ramah.
 - Tanggapi dalam waktu cepat: Tidak mereka semakin frustrasi dengan menyuruhnya menunggu lama atau mengalihkan telepon ke orang lain.
 - Konfirmasi solusi: Setelah memberikan solusi sebagai bentuk cara mengatasi komplain pelanggan, konfirmasi ulang apakah pelanggan sudah merasa puas dengan solusi yang diberikan. Bila pelanggan sudah merasa puas, lanjutkan dengan memberikan sedikit edukasi mengenai produk atau jasa yang dikeluhkan agar tidak terjadi masalah yang sama di masa depan.
 - Kontrol situasi: Mengontrol situasi dengan menggunakan pilihan kata dan bahasa yang menunjukkan bahwa siap untuk menangani masalah yang dihadapi customer.
 - Ucapkan terima kasih pada pelanggan atas komplainnya: Jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada nasabah atas ulasan yang jujur terhadap produk terkait. Ulasan jujur ini justru bisa menjadi hal baik bagi pengembangan bisnis. Atas kejujuran tersebut, perlu dilakukan pemberian hadiah atau barang pengganti bagi nasabah. Hal ini bisa menumbuhkan kepercayaan dari nasabah.
 - Jadikan komplain sebagai bahan evaluasi: Komplain yang masuk dari para nasabah bisa menjadi hal positif jika ditanggapi dengan tenang. Rekap semua yang didapatkan dari nasabah. Lalu, buat menjadi evaluasi demi kualitas produk dan layanan yang baik. Evaluasi ini bisa menjadi momen yang tepat untuk membuat atau mengembangkan produk lama menjadi produk yang lebih baik. Pembaharuan ini harus didasarkan pada kepuasan pelanggan sehingga saat membuatnya pun dapat terlihat hal apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan agar kepuasan mereka terjaga. Keberatan, keluhan, dan klaim nasabah bukan suatu hal yang harus ditanggapi dengan panik, apalagi dihindari.
9. Membangun sistem dan prosedur dalam pelayanan? Apa pentingnya perusahaan perlu memiliki system dan prosedur didalam pelayanan nasabah? Sistem dan prosedur merupakan rangkaian proses pelayanan yang disusun secara jelas dan pasti, berbentuk sebuah bagan dan secara tegas menggambarkan tata cara yang harus ditempuh pengguna untuk memperoleh layanan. Sistem dan prosedur di dalam suatu perusahaan sangatlah penting dalam pelayanan nasabah karena membantu seluruh karyawan menjadi lebih tertib, mandiri, dan membantu agar karyawan tidak bergantung pada manajemen terhadap penanganan pelayanan nasabah sehingga lebih tertata dan teratur. Untuk itu, perusahaan harus dapat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh nasabah, karena pelayanan pelanggan memiliki peran yang penting juga sebagai langkah nyata dalam membina hubungan dengan pelanggan.
10. Mempersiapkan formulir dalam pelayanan nasabah? Dalam pelayanan nasabah, formulir memiliki banyak fungsi misalnya untuk mengumpulkan informasi nasabah, mengumpulkan dan merekam data nasabah, sebagai bukti untuk pertanggungjawaban, meminta dan mencatat suatu tindakan, juga sebagai media komunikasi baik antarindividu atau antara individu dengan perusahaan. Hal ini dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan.
- Contoh manfaat penggunaan formulir:
- Sebagai media yang merekam data-data yang diperlukan keperluan nasabah. Contoh: pada saat membuka rekening, pembuatan kredit, pembuatan SDB.
 - Untuk mendapatkan informasi tertentu yang diperlukan. Contoh: dalam pendaftaran cara pelatihan tertentu, formulir digunakan untuk mendapatkan data diri peserta pelatihan secara

lengkap. Hal ini pastinya akan sangat memudahkan pihak panitia untuk menghubungi peserta tersebut kembali apabila ada informasi terbaru.

- Mengurangi kesalahan dalam transaksi. Contoh: formulir pengiriman barang. Dengan adanya data lengkap dalam formulir pengiriman, kesalahan pengiriman bisa diminimalisir.

11. Dalam menghadapi persaingan usaha, bagaimana agar perusahaan bisa mempertahankan pelanggan, mempertahankan pangsa pasar (market share) dan menjadi penyedia pelayanan yang menjadi pilihan nasabah?

Dalam menghadapi persaingan usaha, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah maupun pelanggan. Jangan sampai pelayanan yang diberikan membuat nasabah kurang puas bahkan kecewa, kita dapat melakukan inovasi dengan melihat keluhan maupun klaim dari nasabah. Melakukan evaluasi dan selalu belajar dari kesalahan, serta harus cepat melihat peluang tentang apa yang akan diperlukan di masa yang akan datang, maka perusahaan selalu memiliki informasi terkini (update) tentang perkembangan yang dibutuhkan oleh para nasabah. sehingga perusahaan dapat menjadi penyedia pelayanan yang menjadi pilihan nasabah.

Sedangkan dalam mempertahankan pangsa pasar (market share) dapat belajar dari pergerakan angka Top Brand Index (TBI) beberapa merek di beberapa industri. TBI yang menjadi patokan pemberian Top Brand Award mengacu pada tiga dimensi, yakni mind share, market share, dan commitment share.

Contoh: Pada kategori Mie Instan, Indomie milik Indofood menunjukkan keperkasaannya sejak tahun 2002, karena didukung oleh distribusi yang merata dan kekuatan sales force-nya. Periode 2006–2007, TBI Indomie sempat menurun di kisaran 66%–68%. Namun setelah itu, mie instan ini kembali perkasa dengan TBI di kisaran 70%–80%. “artinya ada keyakinan bahwa dalam 10 tahun ke depan Indomie masih sulit dikejar merek lain karena market share kuat. Market share-nya mungkin saja menurun, tapi sulit disalip lawan.

KESIMULAN DAN SARAN

Dengan mempelajari Manajemen Perubahan untuk Mantan Karyawan: Evaluasi dan Penelitian atas banyaknya kegagalan dan kendala dalam menjalankan bisnis bagi pemula: Episode 1. Bisnis adalah Pelayanan dan solusi bagi pelanggan (Konsep pelayanan Pelanggan), maka mantan karyawan dalam episode 1 ini akan memahami :

1. Makna pelayanan dengan benar mampu mendefinisikan istilah-istilah pelayanan Pelanggan menurut buku referensi yang digunakan, mengetahui ciri-ciri pelayanan yang benar, pelayanan prima, mampu menciptakan citra positif dalam pelayanan, mengetahui sifat dan karakteristik jasa dan mengetahui daur hidup produk jasa.
2. Mengetahui dan memahami etika dalam pelayanan, tujuan dan manfaat etika serta mengetahui proses etika pelayanan.
3. Mengetahui definisi karyawan profesional dan mengetahui proses untuk dapat menjadi karyawan yang profesional.
4. Mengetahui syarat-syarat agar dapat menjadi petugas pelayanan.
5. Mengetahui dan memahami fungsi-fungsi sebagai Petugas Pelayanan.
6. Mengetahui tipe-tipe dan berbagai kebutuhan nasabah, cara-cara menangani keluhan nasabah dan mengetahui metode pendekatan khusus kepada nasabah.
7. Mengetahui prosedur pelayanan dan berbagai macam formulir yang diperlukan.
8. Mengetahui definisi selling, proses kegiatan selling dan mengetahui dan memahami cara dan metode menjual.

Dengan memahami Manajemen Perubahan untuk Mantan Karyawan: Evaluasi dan Penelitian atas banyaknya kegagalan dan kendala dalam menjalankan bisnis bagi pemula: Episode 1. Bisnis adalah Pelayanan dan solusi bagi pelanggan (Konsep pelayanan Pelanggan), maka mantan karyawan diharapkan akan menguasai hal pokok yang pertama untuk menjadi wiraswasta yang professional dengan pembekalan mengenai Pokok-pokok dasar Pelayanan nasabah yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- [2]. Customer service kiat meningkatkan pelayanan bagi nasabah, Steve Macanly & Sarah Cook.
- [3]. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, H. Djaslin Saladin, SE.
- [4]. Etika Pelayanan Bank, Petunjuk praktis menarik nasabah, Drs. H. AS. Mahmoeddin.
- [5]. Salesman ship, Drs. Wisjajono & Mustadjah. Buku Kasmir. 2010. Etika Customer Service. Jakarta: Raja Wali Pers.
- [6]. Kasmir. 2015. Manajemen Perbankan: Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [7]. Rahmayanty, Nina. 2013. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [8]. Rangkuti, Freddy. 2016. Customer Care Excellence. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.