

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

Penanganan Keluhan Penyewaan Point Lab Coworking Space di Bandung Milik PT. POS Properti Indonesia

Erna Lilis Nuroh^a, Septiana Dwi Putrianti^b, Adhika Bergi Nugroho^c, Susi Susanti Tindaon^d

^{a,b,c,d} Politeknik STIA LAN Bandung

e-mail : appierna20@gmail.com , septiana.dwiputrianti@poltek.stialanbandung.ac.id , bergi@poltek.stialanbandung.ac.id , tindaonshanty@gmail.com

Abstrak

Point Lab Coworking space merupakan salah satu Unit Bisnis di bidang hospitality milik PT Pos Properti Indonesia yang memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi profit bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) penanganan keluhan pelanggan sejauh ini (2) merumuskan usulan perbaikan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pegawai tenant privat office. Pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan jumlah responden 74 orang. Berdasarkan analisis menggunakan indikator penanganan keluhan yaitu Empat indikator penanganan keluhan yaitu Empati terhadap pelanggan, Kecepatan dalam penanganan keluhan, Kewajaran dalam pemecahan masalah dan Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan yang kemudian dimasukkan kedalam garis kontinum menunjukkan bahwa penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan Point Lab berada dalam kategori baik dengan skor aktual 2.979 dengan persentase 73,56%. Maka dari Point Lab bisa memulai dengan penyediaan media penyampaian keluhan yang beragam, membuat SOP yang terpadu, pembentukan tim lapangan untuk mengecek kebutuhan konsumen secara berkala dan melakukan pelatihan pegawai untuk penanganan keluhan konsumen.

Kata Kunci: Point Lab Coworking Space, Penanganan Keluhan, Garis Kontinum

Handling of Complaints Regarding the Rental of Point Lab Coworking Space in Bandung, Owned by PT. POS Properti Indonesia

Abstract

Point Lab Coworking space is one of the Business Units in the hospitality sector owned by PT Pos Properti Indonesia which has the aim of contributing profit to the company. The purpose of this research is to find out (1) the handling of customer complaints so far (2) formulate recommendations for improvement. This research is quantitative descriptive research, the population in this research is private office tenant employees. Sampling used simple random sampling with a total of 74 respondents. Based on the analysis using complaint handling indicators, namely four indicators of complaint handling, namely Empathy towards customers, Speed in handling complaints, Fairness in problem solving and Ease for consumers to contact the company which is then entered into a continuum line showing that the handling of customer complaints carried out by Point Lab is in the category good with an actual score of 2,979 with a percentage of 73.56%. So Point Lab can start by providing various media for conveying complaints, creating integrated SOPs, forming a field team to check consumer needs regularly and conducting employee training for handling consumer complaints.

Keywords: : Point Lab Coworking Space, Complaint Handling, Continuum Line.

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

A. PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk diamati, terutama di tengah-tengah globalisasi yang mempercepat penyebaran informasi. Akhir-akhir ini telah muncul banyak industri baru yang berfokus pada aktivitas manufaktur ekonomi, tetapi industri jasa juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Salah satunya adalah penyewaan ruang kerja kolaboratif.

Perkembangan penyewaan Coworking Space ini juga salah satunya oleh perkembangan teknologi yang pesat yang menjadikan adanya kantor yang tetap dan tertutup bukan lagi hal wajib. Menurut Kamus Oxford, coworking space adalah Lingkungan kerja atau kantor yang digunakan oleh seseorang yang bekerja sendiri atau oleh perusahaan lain. Secara khusus, tempat kerja kolaboratif menyediakan lingkungan di mana orang-orang berbagi alat, ide, dan pengetahuan. Selain itu, Leforetier (2009) menyatakan bahwa coworking space adalah tempat di mana orang-orang dari berbagai latar belakang bekerja, seperti entrepreneur, freelancer, perusahaan, asosiasi, konsultan, investor, artis, peneliti, siswa, dan sebagainya.

Menurut catatan Binsis tahun 2018 lalu, Faye Alund, Ketua Asosiasi Coworking Space Indonesia, Coworking Space pertama kali muncul di Bandung pada tahun 2010 dengan nama Hackerspace, yang didirikan oleh Yohan Totting sebagai tempat untuk pekerja IT. PT. Pos Properti Indonesia, perusahaan penyewaan gedung, juga menyediakan Coworking Space di Bandung.

Berdasarkan pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa dalam tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2021 sampai 2023 Point Lab Coworking Space menunjukkan hasil yang baik, dimana tiap tahunnya laba yang dihasilkan selalu melebihi RKA yang telah ditargetkan. Artinya peluang bisnis dalam bidang ini sangatlah menjanjikan dan juga memberikan kontribusi yang cukup signifikan bagi perusahaan. Hingga Januari

2024 tercatat ada sebanyak 25 perusahaan yang menyewa Privat Office dan 19 perusahaan yang menyewa Virtual Office di Point Lab Coworking Space.:

Tabel 1. Data Rencana Kerja dan Anggaran Realisasi Coworking Space PT Pos Properti Indonesia

SUMMARY	RKA 2021	Realisasi 2021	RKA 2022	Realisasi 2022	RKA 2023	Realisasi 2023
Pendapatan	1.833.500.001	2.671.529.999	3.016.635.654	3.922.740.953	4.524.671.899	4.856.395.617
Beban Tetap	409.608.912	370.299.232	512.875.790	454.209.387	1.234.193.628	1.150.457.856
Beban Variabel	344.970.000	349.417.160	533.550.000	729.829.187	1.073.996.204	930.173.172
Beban Penyusutan	543.831.540	321.203.640	321.203.640	305.900.952	324.375.312	286.041.413
Total Beban	1.298.410.452	1.040.920.032	1.367.629.430	1.489.939.526	2.632.565.144	2.366.672.441
Pajak Final	183.349.999	267.153.002	301.663.564	392.274.097	301.663.564	392.274.097
Laba Sebelum Bagi Hasil	351.739.550	1.363.456.965	1.347.342.660	2.040.527.330	1.990.443.191	2.097.449.079
Bagi Hasil	330.029.999	480.875.398	542.994.419	674.876.860	722.135.142	819.617.018
COGS	1.811.790.450	1.788.948.432	2.212.287.413	2.557.090.483	3.656.363.850	3.578.563.556
Laba Setelah Bagi Hasil	21.709.551	882.581.567	804.348.241	1.365.650.470	888.308.049	1.277.832.061

Sumber : PT. Pos Properti Indonesia



Gambar 1.

Persentase Keluhan Penyewa Point Lab Tahun 2023

Namun, dari wawancara pra penelitian yang telah dilakukan terhadap 33 narasumber pengguna Point Lab masih dijumpai adanya keluhan dari mereka selama menggunakan Point Lab, diantaranya adalah :

1. Kesulitan menghubungi staff Point Lab
Konsumen sering mengeluhkan mengenai lambatnya respon dari pihak manajemen Point Lab, dimana sering kali konsumen dibuat menunggu untuk mendapatkan jawaban atas keluhan yang mereka sampaikan, terutama melalui customer

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

service yang disediakan. Sering kali konsumen mendapat respon balasan hingga berjam-jam lamanya untuk satu keluhan yang disampaikan.

2. Kebutuhan konsumen lambat untuk dipenuhi.

Konsumen juga sering mengeluh dengan lambatnya pihak staff Point Lab dalam memenuhi kebutuhan mereka, contohnya saja seperti kebutuhan air minum yang sering terlambat untuk disediakan kembali dan kecepatan internet yang disediakan. Hal ini berakhir menjadi pada pemberian keluhan kepada pihak manajemen sebagai rasa kecewa terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen. Mengingat konsumen telah membayar dan pastinya berharap akan pelayanan dan pemenuhan kebutuhan yang dijanjikan bisa dipenuhi dengan baik.

3. Solusi yang diberikan pihak Point Lab tidak memecahkan permasalahan
Terkadang konsumen mengeluhkan akan solusi yang diberikan oleh pihak manajemen atas keluhan yang sebelumnya mereka sampaikan. Pihak Point Lab hanya memberikan solusi ala kadarnya sehingga hal ini menimbulkan keluhan lain kembali dari konsumen yang merasa bahwa solusi yang diberikan sama sekali tidak menjawab ataupun membantu.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penanganan keluhan oleh PT. Pos Properti Indonesia untuk menjaga kualitas layanannya dengan mengacu pada empat aspek dalam menangani keluhan-keluhan pelanggan menurut Tjiptono (2017) yaitu empati, kecepatan dalam menangani keluhan, keadilan dan kemudahan untuk menghubungi. Proses penanganan keluhan ini merupakan hal yang penting bagi penyedia jasa dalam menjaga hubungan dengan pelanggan agar tetap bertransaksi dengan perusahaan di kemudian hari. PT. Pos Properti Indonesia sebagai penyedia layanan tentu akan berupaya menjaga

hubungan dengan pelanggan dan salah satunya adalah berupaya dengan baik ketiak menanggapi keluhan pelanggan.

Dari permasalahan tersebut, maka dapat di gambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



Sumber : Data Primer Yang Diolah (2023)

Gambar 2. Kerangka Berpikir

B. METODE

Metodologi penelitian adalah metodologi ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang suatu objek melalui penelitian dalam upaya memecahkan masalah. Di mana Subagyo, dikutip dalam Syamsul Bahry dan Fakhry Zamzam (2015:3) Metode penelitian adalah cara untuk menyelesaikan masalah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menentukan nilai variabel mandiri (independen) tanpa membandingkan atau menghubungkannya dengan variabel lain (Sugiyono : 2016).

Pengukuran penanganan keluhan pelanggan pada penyewaan Point Lab Coworking Space PT. Pos Properti Indonesia akan dilakukan menggunakan skala Likert yang dimensinya menggunakan dimensi penanganan keluhan pelanggan. Selanjutnya akan diukur

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

menggunakan nilai garis kontingen untuk setiap dimensi untuk mengetahui dimensi mana yang keluhannya maish terabaikan dan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah jumlah pegawai dari perusahaan yang menyewa Private Office Point Lab Coworking Space di PT. Pos Properti Indonesia dengan data update per Januari 2024, dikarenakan sudah dipastikan pegawai akan bekerja secara langsung di kantor berbeda dengan yang menyewa Virtual Office yang hanya menyimpan alamat saja di PT. Pos Properti Indonesia. Jadi jumlah populasi yang digunakan dari 25 perusahaan yang menyewa Private Office adalah sebanyak 261 orang.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling simple random sampling, menurut Purwanto dan Dyah (2007: 41) yang berarti pengambilan sampel dari populasi secara acak atau random. Untuk menjadi sampel, setiap anggota populasi memiliki peluang. Penulis juga memilih untuk menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10% untuk menghitung jumlah sampel yang diambil, Dari hasil perhitungan dari rumus Slovin diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 72,29 orang yang dibulatkan menjadi 72 orang.

Dalam melakukan sebuah penelitian tentu saja dibutuhkan data yang jelas dan juga akurat agar bisa mendukung penelitian yang dilakukan. Dilihat dari sumber ditanya, maka dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer

Data primer didefinisikan sebagai sumber data yang langsung memberikan data kepada orang yang mengumpulkannya, menurut Sugiyono (2018:456). Peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada karyawan perusahaan yang menyewa Coworking Space Point Lab sebagai kantor pribadi di PT. Pos Properti Indonesia.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456), sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada

pengumpul data, seperti melalui orang lain atau dokumen. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, artikel, dan peraturan perusahaan PT. Pos Properti Indonesia yang berkaitan dengan topik penelitian tentang penanganan keluhan pelanggan.

C. PEMBAHASAN

Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui status variabel yang diteliti yaitu empati pelanggan, kecepatan penanganan keluhan, keadilan penyelesaian masalah, kemudahan konsumen menghubungi perusahaan, dan lain-lain. Analisis dengan mendeskripsikan atau mengilustrasikan data yang ada yang dikumpulkan secara verbatim. Untuk menarik kesimpulan dari evaluasi responden terhadap nilai persentase tanggapan mereka terhadap pernyataan, penulis mengacu pada pedoman interpretasi berikut:

Tabel 3. Pedoman Kategori Skor

Kategori	Interval
Tidak Baik	20,0% - 36,0%
Kurang Baik	36,1% - 52,0%
Cukup	52,1% - 68,0%
Baik	68,1% - 84,0%
Sangat Baik	84,1% - 100%

Sumber : Umi Narimawati (2007:85)

Dan hasil perhitungan dari masing-masing indikator akan diuraikan dibawah ini:

1. Analisis Per Indikator

Tabel 4. Tanggapan responden Indikator Empati terhadap Pelanggan

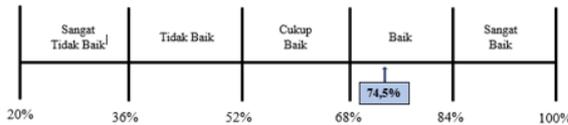
Atribut	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5				
E1	Pihak Manajemen selalu melakukan pemeriksaan kebutuhan penyewa secara berkala	1	12	21	24	16	74	264	370	71,35%
E2	Pihak Manajemen memahami keadaan yang dikeluhkan kami	0	9	20	22	23	74	281	370	75,95%
E3	Pihak Manajemen bersabar dalam memberikan penjelasan	1	7	22	19	25	74	282	370	76,22%
Total Skor								827	1110	74,50%

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2024)

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG



Gambar 3. Garis Kontinum Empati terhadap Pelanggan

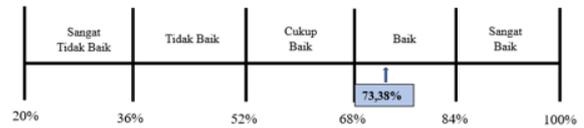
Sumber: Data Primer yang Diolah (2024)

Pada Gambar 3 garis kontinum menunjukkan bahwa rata-rata persentase dari indikator empati terhadap pelanggan berada pada kategori baik. Dikarenakan masih belum menghasilkan kategori sangat baik maka dapat disimpulkan bahwa dalam penanganan keluhan dari Point Lab pada indikator empati terhadap pelanggan masih ada yang kurang menurut pihak konsumen. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4 pernyataan yang paling rendah adalah “Pihak Manajemen selalu melakukan pemeriksaan kebutuhan penyewa secara berkala” menjadi pernyataan yang memiliki skor paling rendah dalam indikator ini. Penyebab rendahnya indikator ini salah satunya adalah adanya bentuk abai dari pihak Point Lab terhadap fasilitas yang disediakan. Salah satunya adanya internet yang lambat. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian juga konsumen dari berbagai startup sudah beberapa kali mengajukan keluhan ini namun tidak kunjung dibetulkan.

Tabel 5. Tanggapan Responden Indikator kecepatan dalam Penanganan Keluhan

Atribut	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5				
KC1	Pihak manajemen melakukan perbaikan secara profesional	0	11	21	20	22	74	275	370	74,32%
KC2	Keluhan yang sudah disampaikan ditangani dengan cepat dan tepat	0	15	18	21	20	74	268	370	72,43%
Total Skor							543	740	73,38%	

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2024)



Gambar 4. Garis Kontinum Indikator Kecepatan dalam Menanggapi Keluhan
Sumber: Data Primer yang Diolah (2024)

Dari garis kontinum diatas dapat diketahui bahwa indikator kecepatan dalam menanggapi keluhan dari kedua pernyataannya berada dalam kategori baik dengan nilai persentase 73,35%. Karena masih belum masuk kedalam kategori sangat baik, pihak Point Lab berarti masih belum bisa memaksimalkan penanganannya pada indikator ini. Dimana pada pernyataan “Keluhan yang sudah disampaikan ditangani dengan cepat dan tepat” memiliki skor yang lebih rendah. Penyebabnya adalah karena adanya belum adanya standar operasional prosedur yang kompleks di Point Lab menjadikan hal penanganan keluhan menjadi sedikit terhambat. Sejauh ini alur penyampaian keluhan hanya penyampaian melalui CS lalu akan disampaikan ke pejabat terkait. Hal inilah salah satu penyebab adanya keterlambatan dalam penanganan keluhan. Karena pejabat terkait sering kali tidak ada ditempat maka tanggapan dari keluhan yang ada menjadi lebih lama menunggu pejabat terkait ada ditempat untuk berkoordinasi.

Tabel 6. Tanggapan Responden Indikator Kewajaran dalam Pemecahan Masalah

Atribut	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5				
KW1	Pihak manajemen mempetakan keluhan yang ada secara detail	1	9	26	17	21	74	270	370	72,97%
KW2	Pihak Manajemen memiliki skill <i>problem solving</i> yang memadai dan tepat sasaran	1	6	25	19	23	74	279	370	75,41%

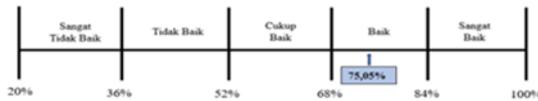
KW3	Solusi yang diberikan tidak merugikan pihak manapun	0	4	25	24	21	74	284	370	76,76%
Total Skor							833	1110	75,05%	

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2024)

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG



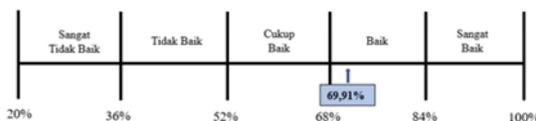
Gambar 5. Garis Kontinum Indikator Kewajaran dalam Pemecahan Masalah
Sumber: Data Primer yang Diolah (2024)

Dari garis kontinum pada Gambar 5 dapat diketahui bahwa indikator kewajaran dalam pemecahan masalah berada pada kategori baik dengan persentase 75,65%. Meski memiliki persentase yang cukup tinggi, pelayanan keluhan pelanggan yang dilakukan pihak Point Lab masih belum mencapai kategori sangat baik. Yang mana hal ini dikarenakan ada beberapa hal yang dianggap pelanggan masih belum maksimal dilakukan. Salah satunya adalah pada pernyataan Pihak manajemen mempetakan keluhan yang ada secara detail” yang memiliki skor rendah. “Pihak manajemen mempetakan keluhan yang ada secara detail” menjadi pernyataan yang memiliki skor aktual yang paling rendah.

Tabel 7. Tanggapan Responden Indikator Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi Perusahaan

Atribut	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5				
KM1	Tersedia sarana khusus untuk penyampaian keluhan	2	9	21	20	22	74	237	370	64,05%
KM2	Pihak manajemen selalu mudah dihubungi dan memberikan pelayanan secara baik	0	16	20	16	22	74	266	370	71,89%
KM3	Metode penyampaian keluhan yang disediakan mudah dilakukan	2	9	20	22	21	74	273	370	73,78%
Total Skor							776	1110		69,91%

Sumber : Data Primer yang Diolah (2024)



Gambar 6. Garis Kontinum Indikator Kemudahan bagi Konsumen untuk menghubungi perusahaan
Sumber: Data Primer yang Diolah (2024)

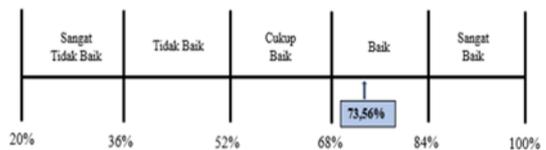
Skor aktual keseluruhan dari indikator kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan adalah 776 dari nilai ideal 1.110 dan berada pada kategori baik dengan persentase 69,91%. Meskipun demikian masih terdapat skor yang dianggap rendah yang hanya menghasilkan persentase 64,05% dan berada pada kategori cukup. Penyediaan sarana penyampaian keluhan menjadi hal penting bagi perusahaan yang memiliki klien atau pelanggan yang cukup banyak seperti Point Lab dimana kekuatan coworking space adalah fasilitas yang disediakan. Tersedianya sarana penyampaian keluhan juga harus dipertimbangkan karena termasuk kedalam fasilitas agar konsumen merasa nyaman dalam menggunakan fasilitas ataupun menyampaikan keluhannya agar cepat diperbaiki. Dan hal ini akan menjadikan nilai tambah tersendiri bagi pihak Point Lab jika fasilitas ini segera diadakan.

Analisis Keseluruhan

Tabel 8. Tanggapan Responden Indikator secara keseluruhan

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%
1	Empati Terhadap Pelanggan	827	1110	74,50%
2	Kecepatan Dalam Penanganan Keluhan	543	740	73,38%
3	Kewajaran Dalam Pemecahan Masalah	833	1100	75,05%
4	Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi Perusahaan	779	1100	69,91%
Total Skor		2979	4050	73,56%

Sumber : Data Primer yang Diolah (2024)



Gambar 7. Garis Kontinum Indikator Secara Keseluruhan

Sumber: Data Primer yang Diolah (2024)

Dari Gambar 7 diatas garis kontinum dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator untuk penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh Point Lab menurut

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

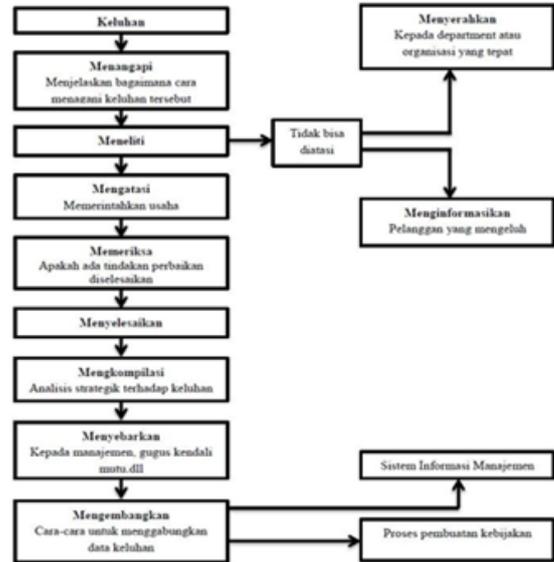
“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

pelanggannya masih berada pada kategori baik dengan persentase 73,56%. Yang artinya masih ada beberapa hal yang harus diperbaiki oleh pihak manajemen Point Lab dalam menangani keluhan pelanggannya agar bisa dikalakukan tindakan dan tanggapan lebih baik lagi kedepannya.

Usulan perbaikan Penanganan Keluhan Pelanggan

- Menanggapi keluhan, Point Lab sebaiknya memberikan sarana penyampaian keluhan baik secara langsung ataupun melalui media digital.
- Meneliti atau mengklasifikasi, Pada tahap ini CS harus bekerja sama dengan pihak Manajemen atau Supervisor untuk melakukan klasifikasi keluhan seperti keluhan yang disebabkan oleh pelayanan, fasilitas, dan hal lainnya.
- Mengatasi sesuai prosedur, skill problem solving harus dimiliki oleh pegawai dari Point Lab agar bisa memberikan solusi yang sesuai tanpa menunggu adanya pihak manajemen terkait untuk masalah administrasi dan fasilitas yang menengah dan tidak mendesak. Pelatihan khusus bagi unit pengelola keluhan pelanggan akan sangat efektif dilakukan.
- Menyelesaikan, CS menyampaikan jawaban yang telah ditetapkan oleh manajemen dan departemen terkait kepada konsumen.
- Mengkompilasi, Manajemen harus melakukan analisis dan merumuskan strategi untuk mengurangi atau menghindari adanya keluhan lain yang serupa.
- Menyebarkan, Manajemen bisa menyalurkan atau mendistribusikan kebijakan yang telah dibuat untuk menghindari masalah serupa kepada setiap departemen terkait agar jumlah keluhan yang masuk bisa berkurang.
- Mengembangkan, Sejauh ini Point Lab belum melakukan pengembangan yang signifikan untuk sarana penyampaian keluhan.



Gambar 8. Standar operasional Prosedur Penanganan Keluhan Konsumen (Sumber : Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil analisis dan juga pembahasan yang telah diuraikan tentang penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh Point Lab Coworking Space, maka dapat diperoleh beberapa temuan penting sebagai berikut :

- Penanganan Keluhan Yang Dilakukan Point Lab Coworking Space
Dari analisis yang dilakukan menggunakan indikator penanganan keluhan dan juga garis kontinum. Empat indikator penanganan keluhan yaitu Empati terhadap pelanggan, Kecepatan dalam penanganan keluhan, Kewajaran dalam pemecahan masalah dan Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan berada dalam kategori baik dengan skor aktual lebih dari 70%. Sedangkan untuk 11 atribut terdapat 1 atribut yang masih berada pada kategori cukup baik. Hal ini dikarenakan masih terdapat cara penanganan keluhan yang dilakukan oleh Point Lab masih belum sesuai dengan keinginan pelanggan.
- Usulan Perbaikan Penanganan Keluhan Point Lab Coworking Space

KONFERENSI NASIONAL

ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

Berdasarkan hasil analisis dan melihat fenomena yang ada, masih terdapat beberapa penanganan keluhan yang masih harus diperbaiki dan ditingkatkan dengan memperhatikan atribut yang masih dinilai belum maksimal oleh pelanggan. Dan usulan perbaikan yang dapat diberikan yaitu penyediaan media penyampaian keluhan yang beragam, membuat SOP yang terpadu, pembentukan tim lapangan untuk mengecek kebutuhan konsumen secara berkala dan melakukan pelatihan pegawai untuk penanganan keluhan konsumen.

Dari implikasi praktis yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa saran dari penulis agar penanganan keluhan pelanggan di Point Lab bisa menjadi lebih baik lagi, yaitu :

Bagi perusahaan

- a. Membuat alur yang jelas dan tertata untuk keluhan konsumen, agar perusahaan dapat mengavaluasi dengan benar jenis keluhan yang masuk sehingga kebijakan yang dibuat dapat memberikan solusi yang nyata.
- b. Menyediakan sarana penyampaian yang memadai seperti email khusus penyampaian keluhan, kotak surat, media online, website, SMS dan sistem informasi khusus.
- c. Melakukan pencatatan keluhan sebagai dokumentasi perusahaan dan bisa menjadi bahan evaluasi bulanan dan tahunan Point Lab seberapa banyak keluhan yang masuk setiap bulan atau tahunnya serta jenis keluhannya apa saja.
- d. Agar prosedur penanganan keluhan pelanggan dapat berjalan dengan baik dan jumlah keluhan bisa menurun, maka diperlukan upaya yang konsisten dan fasilitas yang memadai dari pihak manajemen Point Lab.
- e. Pentingnya edukasi, pelatihan dan motivasi khususnya pada unit pengelolaan keluhan pelanggan untuk menghindari kemungkinan munculnya

keluhan lain dari satu keluhan yang belum dilakukan perbaikan.

- f. Point lab terbuka untuk menerima kritik, saran dan masukan dari pelanggan agar lebih mengerti lagi apa yang dibutuhkan dan juga permasalahan apa yang dimiliki oleh pelanggan selama menyewa Point Lab Coworking Space.

D. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Berdasarkan analisis penanganan keluhan di Point Lab Coworking Space, dapat disimpulkan bahwa secara umum penanganan keluhan berada dalam kategori baik, dengan indikator seperti empati, kecepatan, kewajaran, dan kemudahan pelanggan dalam menghubungi perusahaan menunjukkan kinerja yang positif. Namun, terdapat beberapa atribut yang masih belum memuaskan pelanggan, yang menunjukkan perlunya perbaikan dalam beberapa aspek penanganan keluhan.

Untuk memperbaiki hal tersebut, Point Lab perlu menyediakan beragam media untuk menyampaikan keluhan, menyusun SOP yang terpadu, membentuk tim lapangan untuk mengecek kebutuhan pelanggan secara rutin, serta memberikan pelatihan kepada karyawan terkait penanganan keluhan. Usulan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menangani keluhan pelanggan serta menjaga kualitas layanan.

Sebagai langkah konkret, perusahaan disarankan untuk menetapkan alur keluhan yang jelas, menyediakan berbagai sarana penyampaian keluhan, dan melakukan pencatatan keluhan secara terstruktur untuk evaluasi berkala. Selain itu, edukasi dan motivasi bagi tim penanganan keluhan sangat penting agar mereka dapat menyelesaikan masalah dengan cepat dan menghindari keluhan berulang. Dengan pendekatan terbuka terhadap kritik dan saran, Point Lab dapat lebih memahami kebutuhan pelanggannya dan terus meningkatkan layanan coworking space yang disediakan.

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

REFERENSI

- Etta, M. (2015). Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Produk. 14–46.
- Dwiputrianti, S., Nugroho, A.B., Islam, V.R., Kurniawan, I. (2023). Increasing Consumer Hedonic Shopping Motivation in Encouraging the Purchase of Local Skincare Products' Somethinc'. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 4 (2), 200-210. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2831>
- Febrianti, W. , Rahman, A., Rahmawati, A., & Taufik, N. I. (2023). Model Penilaian Kinerja Keuangan PT XYZ . *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5596–5604. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2843>
- Firdaus, Adi. Univeristas Komputer Indonesia. Skripsi, Bab IV. Diakses dari (https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/795/jbptunikompp-gdl-adifirdaus-39714-4-unikom_2-v.pdf).
- Lestari, S.S.A., Hanif, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Brilink Melalui Kepuasan Pelanggan di Desa Senden Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7 (1), 127-141.
- Hanif, R., Astuti, W., & Sunardi, S. (2024). The Mediating Role of Customer Satisfaction in the Effect of Perceived Enjoyment on Customer Trust in Online Investment Application. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, 3(1), 18–29. <https://doi.org/10.56070/ibmaj.2024.003>
- Hanif, R., Sidi, A.P., Annisa, A.R.(2024). Model Aida Pada Pelayanan Pelanggan Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8 (1), 19-33. <http://doi.org/10.25273/capital.v8i1.19931>
- Hidayat, I. F. , Wijayanti, R. , & Taufik, N. I. . (2024). Analisis Kinerja Keuangan PT Bank Syariah Indonesia Tbk Menggunakan Metode Sharia Conformity and Profitability (SCnP) Periode 2021-2023. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 472–487. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i2.1562>
- Indarsyah, R., Rahman, A. , Putrianti, S. D. , & Taufik, N. I. . (2023). Model Strategi Pemasaran Kue Kering Lebaran Di UMKM Ranayya Kitchen Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis Swot. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7471–7487. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2790>
- Kawidjaya, S. P., Nugroho, A. B., Pradesa, H. A., & Taufik, N. I. (2023). Persepsi Atas Kualitas Sistem Dan Informasi Dalam Mendorong Kepuasan Pengguna Sistem BJB Greens. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7775–7788. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2548>
- Korelasi Product Moment. Diakses dari (http://elemetafor.Weebly.com/uploads/1/1/7/8/11788213/tugas_statistik_pendidikan_sadriadi.docx)
- Lukman, R. I., & Dwimawanti, I. H. (2020). Analisis Penanganan Keluhan di Pusat Pengelolaan Pengaduan Masyarakat (P3M) Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 10(1), 144–163.
- Novitasari, D. E., Arso, S. P., & Fatmasari, E. Y. (2016). Analisis Pelaksanaan Penanganan Keluhan Pelanggan Dan Pelayanan Informasi di BPJS Kesehatan Kantor Cabang Semarang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 4(1), 1–23.
- Nugroho, A. B., Ravenska, N., & Zulvia, P. (2021). Lifestyle Patterns During the

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

8 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

- Covid-19 Pandemic. Proceedings of the 2nd International Conference on Administration Science 2020 (ICAS 2020), 564(Icas 2020), 78–82. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210629.015>
- Nuraieni, F. A., Ravenska, N., & Pradesa, H. A. (2021). Applying Importance Performance Analysis (IPA) Method in Analyzing Level of Service Quality. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 5(2), 85–93. <https://doi.org/10.30741/adv.v5i2.779>
- Pemasaran, 10(2),1–11. (<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1020/698>)
- Pradesa, H.A.; Purba, C.O.; Priatna, R. (2021). Menilai risiko dari organisasi yang bertransformasi: pelajaran terbaik untuk penguatan akuntabilitas pendidikan tinggi di Indonesia. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, v. 9, n. 2, p. 146-158, DOI:<https://doi.org/10.21831/jamp.v9i2.40104>.
- Pradesa, H. A., Agustina, I., Sulistyan, R. B., & Rusdianti, I. S. (2023). Studi Empiris Tentang Kompetensi Auditor Dalam Melakukan Fungsi Audit Internal Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 10(1), 81-91. <https://doi.org/10.35838/jrap.2023.010.01.08>
- Putriansyah, R.S.A., Wijayanti, R., Ravenska, N., Tindaon, S.S. (2023). Analisis Promotion Mix Hijab Mandjha Ivan Gunawan. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7 (1), 131-140.
- Rahayu, T. R. P. ., & Tindaon, S. S. (2024). Penerapan Service Quality Dan Service Recovery Untuk Meningkatkan Customer Satisfaction Pada Hotel Nyland Bandung . *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 8570–8579. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5637>
- Sabila, S.S., Pradesa, H.A., Zulvia, P., Purba, C.O. (2023). Penerapan Importance Performance Analysis (IPA) Pada E-Service Quality Pembelian Tiket Kereta Lokal Melalui KAI Access. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7 (1), 194-200.
- Salsabil, H., Ravenska, N., Taufik, N.I., Wijayanti, R. (2023). Perancangan Brand Strategy Canvas Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Perusahaan Haircare. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7 (1), 105-114.
- Syawali, A.Z.S., Harahap, A.S., Pradesa, H.A., Andikaputra, F.A.T. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi BJB DIGI Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Klik: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 4 (1), 624 – 633. <https://doi.org/10.30865/klik.v4i1.1205>
- Taufik, N.I., Sulistianti, I., Pradesa, H.A. (2022). Penilaian risiko pada layanan pembayaran pensiun PT Asabri Bandung: Sebuah praktek terbaik untuk penguatan tata kelola perusahaan. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5 (2), 857-867. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.1729>
- Tindaon, S.S.(2022). Implementasi Inbound Marketing di Era New Normal: Strategi Pemasaran Pada PT. Tama Cokelat Indonesia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5 (2), 104 – 115.
- Tindaon, S.S., Asty, W.D. (2023). Marketing Mix Strategy to Increase the Product Sales at Flaleeka Creative Industry. *Journal of Advanced Management Science* Vol. 11, No. 3, pp. 91 – 98.