

PENTINGNYA KEGIATAN PELATIHAN DI BAGIAN CUSTOMER SERVICE PADA CV. TRIO MOTOR HONDA TANJUNG

ABSTRAK

Hendra Laksono¹, Lamsah², Hairul³
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Kalimantan MAB

Customer Service harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Customer Service Officer yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya. Selain itu, Customer Service Officer dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggannya, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan. CV. Trio Motor Honda Tanjung berlokasi di Jl. In P.H.M. Noor No. 68 Tanjung. Kalimantan Selatan.

Dalam melakukan kegiatan usahanya tersebut perusahaannya masih menghadapi beberapa kendala yaitu pada bagian pelayanan penjualan atau bagian Customer servis. Masalah tersebut adalah kurang mempunyai Customer servis untuk menjelaskan tentang spesifikasi produk sepeda motor honda yang ditawarkan, dan informasi tentang proses administrasi surat-menyurat kendaraan tersebut. Melihat dari masalah yang dihadapi perusahaan, kegiatan pelatihan adalah cara yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut, karena dalam kegiatan pelatihan karyawan khususnya Customer service yang dianggap kurang mampu melaksanakan tugas-tugasnya untuk menginformasikan dan melayani serta membujuk konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kegiatan pelatihan karyawan hendaknya dilakukan secara rutin dan continue, karena ini berkaitan dengan kemampuan dan keterampilan karyawan dalam menyerap dan menganalisa masalah yang berkaitan dengan pekerjaannya khususnya Customer service.

Kata Kunci: Pentingnya Pelatihan Customer Service.

ABSTRACT

Customer Service must have the ability to serve customers appropriately and quickly and have good communication skills. A good Customer Service Officer must be followed by the availability of facilities and infrastructure that support the speed, accuracy, and accuracy of his work. In addition, the Customer Service Officer is required to provide excellent service to his customers, so that the services provided can satisfy the customer. CV. Trio Motor Honda Tanjung is located on Jl. In P.H.M. Noor No. 68 Tanjung. South Borneo.

In carrying out its business activities the company still faces several obstacles, namely in the sales service section or the Customer service section. The problem is the lack of customer service to explain the specifications of Honda motorcycle products offered, and information about the administration process of the vehicle correspondence. Seeing the problems faced by the company, training activities are the right way to overcome these problems, because in employee training activities, especially customer service that is deemed unable to carry out their duties to inform and serve and persuade consumers to be interested in the products offered by the company.

Employee training activities should be carried out routinely and continue, because this is related to the ability and skills of employees to absorb and analyze problems related to their work, especially customer service.

Keywords: The Importance of Customer Service Training.

PENDAHULUAN

Perusahaan tersebut memberikan alternatif pilihan dari produk yang mereka hasilkan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan, baik itu bentuknya, kecepatan, ketahanan, kehematan, keawetan, dan kemudahan perawatan. Dalam hal ini mereka

menawarkan harga yang bervariasi dan bersaing untuk menarik minat konsumen dari keunggulan-keunggulan produk mereka.

Apabila perusahaan ingin maju dan meningkatkan usahanya, maka perusahaan tersebut sudah harus mempunyai cara-cara dan program-program yang terencana dengan baik dan terarah untuk kemajuan usaha di masa

yang akan datang. Perusahaan menjual suatu produk tidak lain adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen, mencari laba, dan meningkatkan volume penjualan. Dari kenyataan yang ada untuk menjual produk tersebut bukanlah pekerjaan yang mudah dan memerlukan strategi pemasaran yang baik, sehingga masalah apa yang selalu dihadapi oleh perusahaan dapat diatasi secara efektif.

CV. Trio Motor Honda Tanjung merupakan salah satu main dealer sepeda motor yang menawarkan produk merk Honda. Perusahaan ini juga terlibat langsung dalam persaingan penjualan produk sejenis yang ditawarkan oleh dealer-dealer sepeda motor merk lain atau merk yang sama yang terdapat di Kabupaten Tanjung. Dalam menghadapi persaingan tersebut CV. Trio Motor Honda Tanjung telah membuat bermacam-macam strategi pemasaran. Tujuan dibuatnya strategi ini adalah agar konsumen lebih berminat untuk membeli di tempat kita ketimbang di tempat pesaing.

Pelayanan pelanggan/ customer atau yang sering disebut Customer Service Officer berasal dari dua kata yaitu Customer yang berarti pelanggan dan Service yang berarti pelayanan. Pelayanan menurut Kasmir, diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau customer.

Customer Service dituntut untuk selalu berhubungan dengan pelanggan dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu saja harus dilakukan karena menjaga hubungan baik dengan pelanggan juga berarti menjaga image perusahaan agar citra perusahaan dapat terus meningkat di mata pelanggan.

Customer Service harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Customer Service Officer yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya. Selain itu, Customer Service Officer dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggannya,

agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan. Untuk itu seorang Customer Service Officer harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk, dan dasar-dasar lainnya.

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Trio Motor Honda Tanjung untuk keberhasilan kegiatan penjualan produknya adalah dengan cara memberikan pelayanan penjualan kepada konsumen di dealer tersebut. Diadakannya bagian Customer service di CV. Trio Motor Honda Tanjung bertujuan untuk memberikan pelayanan di bidang informasi tentang produk. Informasi yang dimaksud seperti informasi tentang atribut produk dan proses transaksi penjualan, khususnya informasi tentang kapan proses administrasi surat menyurat produk selesai.

Dari hasil pengamatan ternyata petugas Customer service kurang mampu bekerja dengan baik, dikarenakan mereka kurang memahami informasi mengenai produk seperti apa yang dijelaskan di atas. Masalah ini tentu menjadi kendala bagi penjualan produk sepeda motor CV. Trio Motor Honda Tanjung, karena berdasarkan hasil temuan penulis banyak konsumen yang mengeluh atau tidak jadi membeli di perusahaan tersebut akibat kurang puasnyalah pelayanan yang diberikan oleh Customer service“.

METODE PENELITIAN

Metode Deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel/lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

PEMBAHASAN

Customer service di CV. Trio Motor Honda Tanjung kurang mampu bekerja dengan baik, dikarenakan mereka kurang memahami tentang produk-produk yang ditawarkan oleh CV. Trio Motor Honda Tanjung serta informasi tentang proses administrasinya. Masalah ini menjadi salah

satu kendala utama yang dialami oleh Trio Motor di bidang penjualan, karena berdasarkan hasil temuan penulis banyak konsumen yang mengeluh atau tidak jadi membeli yang diakibatkan kurang puasnya konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Customer service di CV. Trio Motor Honda Tanjung. Agar masalah ini dapat diatasi maka cara yang paling tepat adalah dengan memberikan pelatihan kerja kepada Customer service. Pelatihan ini berupa pemberian materi tentang semua hal yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh Trio Motor.

1) Pentingnya Pelatihan

Pelatihan karyawan merupakan aktivitas pada kebanyakan perusahaan. Dimana pelatihan itu dilakukan guna membantu karyawan dalam memahami suatu pengetahuan praktis dan penerapannya dalam bekerja. Pelatihan juga berkaitan dengan peningkatan keterampilan, kecakapan dan sikap yang diperlukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya. apun keuntungan yang didapat setelah mengikuti pelatihan :

- (1) Obligasi moral managerial untuk mengembangkan Customer service dilaksanakan dan usaha-usaha untuk melaksanakannya diumumkan dengan harapan perhatian pekerja, kapasitas dan loyalitas Customer service akan bertambah.
- (2) Dapat mempercepat kerja sama kelompok (team work).
- (3) Mereka tidak lagi tergantung pada orang lain, karena mereka sudah diberikan dengan metode-metode terbaik yang berhubungan dengan bidang pekerjaan mereka.

Dari uraian diatas dapat diambil pedoman bahwa keterampilan Customer service dalam menawarkan maupun memberikan informasi produk kepada konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam usaha pencapain tujuan perusahaan.

1) Proses kegiatan pelatihan

Pelatihan merupakan perencanaan yang telah ditentukan secara matang dan hati-hati agar masing-masing kegiatan yang telah disusun bias berjalan dengan lancar, selain itu materi-materi yang disiapkan bias sesuai dengan kebutuhan yang perusahaan inginkan.

Hal ini berkaitan erat dengan :

- (1) Para karyawan yang akan dilatih.
- (2) Bentuk-bentuk pelatihan
- (3) Pemilihan pelatih agar dapat menghasilkan output yang sesuai dengan keinginan perusahaan.

Program pelatihan karyawan ini harus dilaksanakan secara rutin oleh CV. Trio Motor Honda Tanjung, dan ada divisi khusus yang menjalankannya yaitu divisi pengembangan sumber daya karyawan. Ini bertujuan untuk meningkatkan mutu dari karyawan yang mana berkaitan erat dengan volume penjualan. Hal ini mempunyai alasan kuat yaitu semakin terampilnya customer service dalam melayani dan menyampaikan informasi kepada konsumen, maka sedikit banyaknya konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

2) Penentuan sasaran

Diharapkan Customer service yang mendapat pelatihan ini akan memperbaiki efektifitas kerjanya sehingga bisa bekerja sesuai dengan apa yang perusahaan targetkan. Karena pada dasarnya sulit bagi seseorang untuk mengembangkan dirinya hanya lewat pengalaman saja, akan tetapi harus disertakan dengan kegiatan pelatihan.

Dengan demikian hasil yang didapatkan dengan adanya pelatihan ini, antara lain :

- (1) Pengetahuan sempurna mengenai seluk-beluk pekerjaannya.

- (2) Terampil dalam mengkomunikasikan informasi tentang produk dan service perusahaan yang bersangkutan kepada pembeli potensial.
 - (3) Efektif dalam seni keterampilan menjual, mendekati pembeli, menyajikan produk, dan menjawab pertanyaan-pertanyaan calon pembeli.
 - (4) Mampu memberikan macam-macam service (pelayanan) kepada para pelanggan, seperti memberikan konsultasi bagi problem mereka, dan memperlancar penyerahan barang.
 - (5) Bisa memberikan informasi tentang proses administrasi penjualan, misalnya tentang proses kapan selesainya pembuatan surat tanda nomor kendaraan (STNK) beserta plat nomor kendaraan dan proses BPKB.
- 3) Pembuatan materi
- Untuk mendapatkan hasil yang maksimal seperti yang dibutuhkan sebelumnya, maka perlu pemilihan materi yang tepat. Karena materi merupakan pertimbangan vital dalam hal merencanakan suatu program pelatihan.
- 4) Menentukan Pelatih
- Peranan utama dalam program pelatihan dipegang oleh pelatih. Seorang pelatih yang berpengalaman banyak membantu kearah sukses dari suatu kegiatan pelatihan.
- 5) Penentuan Peserta
- Pemilihan peserta yang tepat untuk mengikuti pelatihan sangatlah penting peranannya bilamana perusahaan ingin mencapai hasil yang baik secara permanen. Selain itu sebaiknya peserta yang diikut sertakan haruslah mempunyai kemauan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuannya selama mengikuti

program pelatihan. Sebagai tambahan, peserta juga harus dalam keadaan emosi yang stabil, dan bebas dari masalah-masalah pribadi.

Pemilihan peserta disini ditekankan untuk Customer service dan karyawan baru dibagian ini nantinya, dimasa saat sekarang jumlah peserta di CV. Trio Motor Honda Tanjung yang perlu dilatih adalah empat orang.

- 6) Penentuan pelaksanaan dan sarana prasarana
- Untuk membuat program pelatihan yang sukses dan berhasil salah satu faktor yang mendukung adalah terlebih dahulu memilih tempat pelaksanaannya dengan mempertimbangkan hal-hal seperti di bawah ini :
- (1) Ukuran dan lokasi ruang pertemuan (pelatihan)
 - (2) Kedekatannya dengan rusang pertemuan tambahan
 - (3) Vasilitas umum seperti, kamar mandi, toilet, mushola, ruang makan, dll.
 - (4) Jumlah saluran listrik yang mencukupi
 - (5) Ventilasi, AC dan pengontrol udara pemanas
 - (6) Keranjang sampah
 - (7) Peralatan audio visual.
 - (8) Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan
 - (9) Fasilitas komputerisasi

Berdasarkan criteria tempat pelaksanaan seperti yang dijelaskan diatas penulis menyarankan pelatihan dilaksanakan di kantor pusat atau pabrik pusat Astra Honda Motor.

- 7) Metode pembelajaran
- Untuk menjadikan sesi pelatihan menjadi efektif, kita harus membuat peserta pelatihan merasa senang. Kita harus membuat suasana yang nyaman untuk mereka. Lima

langkah berikut akan membuat peserta akan tertarik dengan pelatihan yaitu :

- (1) Sajikan materi dengan langkah bertahap yang sederhana
- (2) Demonstrasikan masing-masing langkah
- (3) Suruh peserta
- (4) Lakukan Perbaikan kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh peserta pelatihan.
- (5) Evaluasi pelatihan

PENUTUP

Melihat dari masalah yang dihadapi perusahaan, kegiatan pelatihan adalah cara yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut, karena dalam kegiatan pelatihan karyawan khususnya Customer service yang dianggap kurang mampu melaksanakan tugas-tugasnya untuk menginformasikan dan melayani serta membujuk konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dari kegiatan pelatihan ini Customer service dapat memperbaiki efektivitas kerjanya sehingga bisa bekerja sesuai dengan apa yang perusahaan targetkan.

- 1) Pelayanan yang dilakukan oleh Customer Service antara lain memberikan informasi kepada customer baik yang datang langsung ke dealer maupun lewat telepon, mengenai informasi yang dibutuhkan, tentang produk dan lain lain. Selain itu, Customer Service juga melayani pembukaan administrasi awal, penerimaan komplain dari customer, dan membantu customer agar melakukan transaksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Kendala yang dihadapi oleh Customer Service pada saat melayani pelanggan, adalah adanya seorang customer yang tiba-tiba datang dan meminta petugas Customer Service untuk segera melayani keperluannya, dan juga tiba-tiba ada telepon berdering. Selain itu tingkat pendidikan dan usia customer yang bervariasi inilah yang menjadi

kendala Customer Service dalam melayani customer sesuai dengan standart pelayanan, namun karena adanya hambatan tersebut, maka terkadang pelayanan kepada customer sejenak terhambat. Dari itulah pelatihan terhadap karyawan customer service sangat diperlukan agar dapat mengatasi berbagai masalah yang tiba tiba muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2015. *Evaluasi Kinerja SDM*. Refika Aditama. Bandung
- Arikunto, Suharsimi, 2009, *Prosedur penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Basu Swasta, DH., dan Irawan, 2011, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Dr. H. M. Alfani, SE., M.Si 2016, *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*, Banjarmasin, Prima jaya komputer.
- Jogiyanto, 2007. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, ANDI, Yogyakarta
- Balai Pustaka, 2003. *Kamus umum Bahasa Indonesia*. Front Cover. W. J. S. Poerwadarminta, Pusat Bahasa (Indonesia).
- Kotler, Phillip. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Davis, Gordon B., *Management Information Systems: Conceptual Foundations, Structure and Development*, Mc Graw-Hill International Book Company, Auckland Etc, 2014.
- Gautier, Adele ; *Contact Centres: Driving Sales and Customer Service*; 56 Management; September 2012; New Zealand Management.
- Laudon, Kenneth C, *Sistem Informasi Manajemen : Mengelola Perusahaan Digital*, Edisi ke – 8, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005
- M. Manulang, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi ke – 2, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2007.
- Moekijat, *Pengantar Sistem Informasi Manajemen*, Edisi Revisi, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung 1996.

- Suharsimi Adikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta 2002.
- T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi ke-2, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2017.
- Martoyo Susilo, 2006. *Manajemen Personalia*, LP3S, Jakarta 2004
- Malhorta, 2004, *Riset Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Moezamil, Zahamsari, 2000, *Metode Penelitian Sosial*, Erlangga, Jakarta
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. *Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetakan Ketiga (Revisi). Gadjah Mada University Press. Yogyakarta
- Onong Uchjana Effendy 2008. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Penulis:, Penerbit: Rosda.
- Rambat Lupiyoadi, 2010, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta
- Santoso, dan Tjiptono. 2001, *Pengukuran Kepuasan*, Gramedia. Jakarta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung. Alfabeta.
- Snow, Dennis ; *Mickey Mouse Customer Service.; ABA Bank Marketing*; Washington; September 2013
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip-prinsip totality service*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Winardi, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Alumni, Bandung
- William J. Stanton, 2009, *Prinsip Pemasaran*. Airlangga, Jakarta