

KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENJUALAN

Pendahuluan

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting dalam berbisnis dengan adanya kepuasan pelanggan sangat berguna untuk dapat menarik konsumen dalam produk berupa barang atau jasa yang mereka butuhkan dengan memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan. Memberikan pelayanan yang baik akan dapat memberikan nilai konsumen yang tinggi dan konsumen dapat benar-benar merasa puas dengan pelayanannya tersebut, bila konsumen tidak merasa puas atas pelayanan yang diberikan maka konsumen sangat kecewa dan dapat merugikan pihak perusahaan, pelanggan menjadi tidak ingin kembali berkunjung pada perusahaan tersebut, begitu juga sebaliknya. Dalam dunia penjualan persaingan antar perusahaan semakin meningkat dalam menyediakan produk barang atau jasa yang berkualitas bagus sehingga saat menawarkan kepada para konsumen, konsumen dapat merasa senang atas kenyamanannya. Begitu pula dengan pelayanan yang baik akan mempengaruhi konsumen-konsumen menjadi benar-benar puas atas pelayanannya.

Analisa

Menurut Philip Kotler (2002: 42) "Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya". Sedangkan menurut Zulian Yamit (2005: 78) "Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya". Kepuasan berupa dari tingkat perasaan seseorang dan Konsumen yaitu seseorang yang membeli suatu barang atau jasa. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan seseorang atau lembaga yang biasanya membeli produk berupa barang atau jasa yang mereka butuhkan dan mereka akan kembali lagi untuk membeli kebutuhan mereka inginkan pada tempat perusahaan yang sama.

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa cara yang dapat dilakukan. Menurut Philip Kotler (1994) dalam Fandy Tjiptono et al (2008) mengemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan, yang Pertama yaitu, sistem keluhan dan saran: memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Kedua, survey kepuasan pelanggan: perusahaan dapat mendapatkan tanggapan-tanggapan secara langsung

dari konsumen dan memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggan. Ketiga, ghost shopping: mencari tahu tentang mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dalam pembelian produk-produk tersebut. Keempat, lost customer analysis: Perusahaan dapat menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat mengetahui dan memahami mengapa hal itu terjadi. Cara-cara diatas sangat dibutuhkan karena dapat melakukan sesuatu hal untuk mengetahui masalah-masalah yang mulai timbul dan dapat mengetahui seberapa puasny konsumen terhadap produk dan pelayanan yang disediakan di perusahaan-perusahaan tersebut.

Dalam penjualan perusahaan bersaing untuk meningkatkan produk-produk dan pelayanan yang berkualitas, setelah ditelusuri ada beberapa faktor dalam menentukan tingkat kepuasan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu dari kualitas produk, konsumen akan merasa puas bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Selanjutnya kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas mendapatkan pelayanan yang puas dengan sesuai harapan mereka. Kemudian emosional, konsumen akan bangga mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum dengan menggunakan produk yang memiliki nilai sosial yang membuat produk berkualitas. Lalu harga dan biaya, produk yang memiliki harga yang relatif murah akan mempengaruhi nilai tinggi kepada konsumen dan konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dalam mendapatkan suatu produk tertentu.

Pelanggan mengharapkan mendapatkan produk barang maupun jasa yang memiliki kualitas yang bagus sehingga konsumen nyaman atas pelayanan yang diberikan dan sangat memuaskan. Pengertian pelayanan menurut kamus umum bahasa Indonesia, karya WJS Poerwadarminta (1985) adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan harapan konsumen dapat menguntungkan perusahaan, sedangkan pelayanan yang tidak dapat memuaskan konsumen dapat mengecewakan para konsumen, bahkan bisa saja konsumen mengembalikan produk barang yang sudah mereka beli atau bisa saja berpindah tempat yang lebih memiliki pelayanan dan produk-produk yang lebih berkualitas dan memenuhi harapan konsumen. Untuk membangun kepuasan pelanggan perusahaan bisa lebih terbuka, berkomunikasi secara terus menerus, memperbarui masukan pelanggan, melaksanakan pengukuran pada tingkat terendah, perusahaan juga harus merubah semua dan bekerja menawarkan kesempatan terbesar lebih ditingkatkan.

Kesimpulan

kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan seseorang atau lembaga yang biasanya membeli produk berupa barang atau jasa yang mereka butuhkan dan mereka akan kembali lagi untuk membeli kebutuhan mereka inginkan pada tempat perusahaan yang sama. Kepuasan pelanggan memiliki cara untuk mengukur kepuasan yaitu, sistem keluhan dan saran, survey kepuasan pelanggan, ghost shopping, dan lost customer analysis. Factor-faktor dalam tingkat kepuasan ada beberapa macam yaitu dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Daftar pustaka

Pengertian Dan Pengukuran kepuasan konsumen. Wahyono,Bayu. 2012/07. Diakses 21 Desember 2017. <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-dan-pengukuran-kepuasan.html>

Pengertian, Faktor dan Pengukuran konsumen”. Riadi,Muchlisin. 02 April 2013. Diakses 21 desember 2017. <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>

Membangun kepuasan pelanggan. 19 Februari. Diakses 21 Desember 2017. <https://mutupendidikan.com/kepuasan-pelanggan/>

Definisi Kepuasan. 04/2014. Saya.Sosiologi. Diakses 22 Desember 2017. <http://www.sselajar.net/2014/04/definisi-kepuasan.html>

Pengertian kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. 07/2015. Diakses 22 Desember 2017. <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-kepuasan-pelanggan-dan.html>