

Analisa kepuasan pelanggan terhadap call center bank

Antonius Atmaja Soen Lijadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20441856&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Di era globalisasi dan komputerisasi, kepuasan pelanggan tidak lagi menjadi opsi bagi suatu perusahaan, melainkan merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki setiap perusahaan yang ingin unggul dalam persaingan usaha. Perusahaan berusaha dengan segala cara agar customer menjadi pembeli yang setia.

Call Center adalah layanan melalui telepon yang berfungsi sebagai Customer Service dimana pelanggan menelpon untuk memperoleh layanan dan staf Call Center untuk memenuhi kebutuhannya. Industri perbankan merupakan industri jasa yang keberhasilannya sangat ditentukan kualitas jasa yang dibetikan kepada nasabahnya baik melalui Walk-in Center maupun Call Center.

Penelitian kuantitatif diadakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan serta dimensi-dimensi layanan call center yang menjadi prioritas utama pelanggan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan Call Center.

Penelitian bersifat deskriptif dan dilakukan dengan menggunakan metode studi lapangan dengan menggunakan sampel dan pelanggan yang dalam tiga bulan terakhir pernah menelpon Call Center. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 30 orang per bank.

Dari hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa dimensi layanan yang menjadi prioritas utama pelanggan adalah ketanggapan, akses dan keandalan sedangkan yang kurang dianggap penting oleh pelanggan adalah fasilitas ATB, mengerti pelanggan, toll free number. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Call Center belum baik sehingga harus diperbaiki terutama pada dimensi layanan kemudahan dihubungi, informasi produk, penyelesaian keluhan. Sesuai dengan tingkat kepuasannya, semakin puas nasabah semakin loyal dan tinggi preferensinya serta promosi lisan yang dilakukan juga semakin meningkat.

Dengan demikian perusahaan harus terus meningkatkan kinerja Call Center agar kepuasan pelanggan dapat diperbaiki. Langkah yang dapat dilakukan terutama pada dimensi yang menjadi prioritas pelanggan, seperti dengan mengalokasikan staf lebih banyak pada saat beban kerja sangat tinggi dan memperbaiki sistem agar lebih user friendly. memperbaiki proses penyelesaian keluhan, menyeragamkan kualitas

servis yang diberikan dengan lebih banyak training product knowledge dan customer service skill guna meningkatkan kemampuan dan staf Call Center, proses peralihan dan pelayanan oleh staf menjadi pelayanan oleh mesin untuk layanan yang sifatnya reguler, harus disosialisasikan dengan baik.

Diharapkan di masa depan call center dapat digunakan sebagai perangkat Customer Relationship Management yang dapat mengidentifikasi konsumen sehingga diperoleh akumulasi pengetahuan yang dibutuhkan untuk mendiferensiasi konsumen berdasarkan profit dan kebutuhannya sehingga perusahaan dapat menawarkan solusi servis yang lebih customized.