

STRATEGI PELAYANAN SALES COUNTER OFFICER DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN PADA JNE EXPRESS KOTA MEDAN

¹Dini Indriani

¹Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan
Email: diniindriani124@gmail.com

²Riandani Rezki Prana

²Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan
Email: riandanirezki@gmail.com

Correspondence Author: riandanirezki@gmail.com

Abstract : Handling complaints becomes an important flow when the product or service produced does not meet customer expectations. Complaints can be used as an opportunity to improve and develop JNE Express Medan. This research aims to determine the role of customer service in handling customer complaints at JNE Express Medan. This research was conducted using qualitative research, with data collection techniques, namely interviews, observation, documentation and literature study. The results of this research are as follows. First, the role of the sales counter officer at JNE Express Medan City in handling customer complaints is carried out using standard service dimensions including (a) responsiveness, (b) permission (reliability), (c) guarantee (assurance), (d) attention (empathy) (e) physical evidence (tangible). It is hoped that the results of this research will provide a deeper understanding of effective customer handling strategies.

Keyword: Sales counter officer, customer complaints, Services

Abstrak : Penanganan pengaduan menjadi sebuah alur penting saat produk atau jasa dihasilkan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Keluhan dapat dijadikan sebagai peluang untuk meningkatkan dan mengembangkan JNE Express di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran customer service dalam menangani keluhan pelanggan di JNE Express Kota Medan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif, dengan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, peran sales counter officer di JNE Express Kota Medan dalam menangani keluhan pelanggan dilaksanakan menggunakan standar dimensi pelayanan antara lain (a) daya tanggap (*responsiveness*), (b) keandalan (*reliability*), (c) jaminan (*assurance*), (d) perhatian (*emphaty*), (e) bukti fisik (*tangible*). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi penanganan pelanggan yang efektif. Kata Kunci: Sales counter officer, pelanggan, Pelayanan.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini tidak diragukan telah mendorong pertumbuhan yang signifikan dalam persaingan bisnis, mempengaruhi perekonomian dari sektor industri hingga sektor yang berorientasi pada jasa. Kemajuan teknologi modern merupakan bagian tak terpisahkan dari ekonomi global. Persaingan yang ketat berdampak pada bisnis secara signifikan. Di Indonesia, ada banyak penyedia layanan pengiriman. Layanan pengiriman barang mencakup pengiriman dokumen dan berbagai barang ke tempat tujuan. Layanan pengiriman ini sering kali memfasilitasi pembelian dan penjualan melalui pengangkutan barang. Perusahaan yang bersaing dalam pengiriman lokal antara lain Pos Indonesia, JNE, TIKI, FedEx, DHL, Pandu Logistik, dan Wahana. Perusahaan-perusahaan ternama ini berusaha keras untuk merebut pangsa pasar yang sebagian besar didominasi oleh perusahaan-perusahaan internasional. Meskipun demikian, PT Tiki Jalur

Nugraha Ekakurir (JNE) juga berupaya untuk membangun eksistensi yang kuat di pasar domestik.

Perusahaan JNE adalah pilihan populer untuk layanan pengiriman di kalangan masyarakat, yang terkenal dengan kemampuannya mengirimkan barang dengan cepat dan efisien (Aprilia et al., 2023). JNE merupakan perusahaan pengiriman paket yang mengembangkan produk dan layanan lokal dan internasional (Prasetyo et al., 2022). Sebagai penyedia jasa pengiriman produk, JNE berperan sebagai perantara antara pihak-pihak yang melakukan kontrak pengiriman produk melalui perusahaan tersebut (Prihandoyo, 2019). Perusahaan ini merupakan satu dari banyak perusahaan yang terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, dimana perusahaan mempersiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan dan dapat mengatasi permasalahan yang sedang terjadi. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) memiliki unit di pelayanan yang terbagi atas beberapa bagian, salah satunya *sales counter officer*.

Sales counter officer berperan dalam menjalankan tugas serta kewajiban memberikan pelayanan yang ada dan berusaha tetap menjaga hubungan baik dengan para pelanggan. *Sales counter officer* merupakan petugas yang menangani sebagian besar masalah dan keluhan pelanggan (Jayengsari et al., 2021). *Sales counter officer* dianggap sebagai garda terdepan perusahaan karena mereka berinteraksi langsung dengan pelanggan. Peran ini memberikan tantangan yang cukup besar karena harus berhadapan dengan banyak pelanggan yang masing-masing memiliki kepribadian dan temperamen yang beragam. Oleh karena itu, seorang petugas konter penjualan harus secara konsisten menjaga sikap profesional dan memberikan layanan yang sangat baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam, petugas ini juga mewakili citra perusahaan (Irwansyah, 2021).

Berdasarkan pada kajian mengenai peran *sales counter officer*, mutu pelayanan yang berkualitas terdiri dari lima dimensi: daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*). Kualitas layanan dapat dievaluasi dengan menggunakan keluhan pelanggan sebagai umpan balik, sehingga membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di masa depan (Pos et al., 2024). Penelitian yang dilaksanakan memiliki permasalahan yang telah dirumuskan, hal tersebut yakni: bagaimana strategi *sales counter officer* dalam menangani keluhan di JNE *Express* Cabang SM Raja Kota Medan. Rumusan masalah tersebut mendasari tujuan dilakukannya penelitian ini, tujuan tersebut yaitu menjawab rumusan masalah dan tujuan terkait dengan peran *sales counter officer* dalam menangani keluhan pelanggan.

Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di cabang JNE *Express*, tepatnya di Jalan Sisingamangaraja Kota Medan. Berdasarkan uraian yang di kemukakan di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melaksanakan suatu kajian yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang telah diuraikan, yang penulis beri judul "Strategi Pelayanan *Sales Counter Officer* Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada JNE *Express* Cabang SM Raja Medan.

LITERATUR REVIEW

Pelayanan

Kata "pelayanan" dalam bahasa Indonesia berakar dari kata "layan", yang berarti membantu dengan menyediakan apa yang dibutuhkan orang lain. Sejatinya, semua orang memerlukan pelayanan, dan dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan bagian yang

tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Pelayanan adalah metode operasi yang bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas service, produk, serta proses yang disediakan oleh perusahaan (Sari et al., 2021). Sementara itu, melayani berarti membantu mempersiapkan atau mengurus apa pun yang dibutuhkan seseorang (Margareth, 2017). Dalam penerapan strategi pemasaran, terutama untuk menjual produk berulang, faktor yang sangat penting terletak pada kualitas layanan yang diberikan, yang biasanya dinilai oleh pelanggan secara langsung melalui interaksi dengan karyawan, khususnya yang bertindak sebagai *frontliner* perusahaan (Indrawan et al., 2021).

Inti dari pemberian layanan yang terbaik terletak pada penguasaan komunikasi yang efektif dengan setiap pelanggan, menumbuhkan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pekerja dengan meningkatkan pemahaman, memenuhi kebutuhan individu, dan menunjukkan penghargaan terhadap beragam orang yang ditemui setiap hari. Kemahiran ini tidak hanya meningkatkan kepuasan kerja, tetapi juga mengarah pada pemenuhan yang lebih besar dalam aspek yang paling menarik dari peran tersebut.

Strategi Pelayanan

Strategi layanan melibatkan penanganan dan adaptasi terhadap keadaan dan kenyataan dengan menawarkan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi (Breemer, 2020). Secara garis besar, keberhasilan atau kegagalan kemajuan sebuah perusahaan bergantung pada pilihan dan pelaksanaan strategi layanan yang diimplementasikan (Rambe & Aslami, 2022). Bagi setiap perusahaan, strategi menjadi penentu yang sangat penting untuk menjalankan fungsinya secara efektif, yang berfungsi sebagai aspek yang mengatur pengimplementasian strategi yang diinginkan perusahaan secara menyeluruh, dengan demikian hal tersebut dapat menjamin bahwa komponen-komponennya sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan perusahaan.

Keluhan Pelanggan

Istilah "keluhan" berasal dari kata "keluh", yang menandakan munculnya rasa tidak senang. Keluhan biasanya membawa implikasi negatif bagi perusahaan dan konsumen, yang sering dikaitkan dengan kesalahan, masalah, stres, frustrasi, konflik, kemarahan, hukuman, tuntutan, atau kompensasi. Keluhan berfungsi sebagai saluran bagi pelanggan untuk mengekspresikan ketidakpuasan dan memberikan umpan balik atas apa yang diberikan perusahaan (Musu et al., 2020).

Keluhan pelanggan merupakan reaksi emosional dari konsumen karena ketidakpuasan terhadap produk yang ditawarkan atau layanan yang diberikan (Hermawati, 2023). Keluhan pelanggan berwujud umpan balik dari konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa perusahaan (Saputra & Kusumawardani, 2020). Meskipun terlihat sederhana, dalam praktiknya, mengelola keluhan pelanggan secara efektif merupakan proses yang memiliki banyak aspek yang menuntut perhatian dan kehati-hatian (Zaman et al., 2021). Keluhan pelanggan tidak bisa diabaikan karena mengabaikannya membuat pelanggan merasa tidak dihargai dan diperhatikan (Supriyanto, 2019). Keluhan pelanggan memerlukan tindakan cepat untuk mengurangi masalah dan segera mengatasi penyebab ketidakpuasan pelanggan, sehingga perusahaan dapat beradaptasi dan berinovasi dalam pengembangan produk, strategi pemasaran, peningkatan layanan, dan peningkatan produk secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan umpan balik pelanggan, perusahaan dapat menyempurnakan penawarannya dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, sehingga mendorong kesuksesan jangka panjang (Rory Fudha Rayasa, Santi Rande, 2019). Perilaku keluhan pelanggan mencakup berbagai tanggapan, baik perilaku maupun nonperilaku, yang dipicu ketika kinerja yang dirasakan dari suatu produk atau layanan berada di bawah standar

minimum yang dapat diterima tetapi tidak mencapai harapan terburuk (Nurhidayah, 2020). Hal ini dapat mencakup berbagai tindakan atau reaksi dari pelanggan, yang menunjukkan area di mana perbaikan diperlukan dalam produk atau layanan. Dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang, dapat disimpulkan bahwa keluhan pelanggan menunjukkan ketidakpuasan terhadap layanan atau produk. Namun, keluhan juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengatasi dan memperbaiki masalah yang ada, sehingga mendorong peningkatan dan pertumbuhan.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di JNE Express Cabang SM Raja No. 7, Kel. Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara. Pendekatan penelitian kualitatif dipilih sebagai pedoman dalam menjalankan penelitian. Penelitian yang dilaksanakan mengandalkan sumber data primer, yaitu observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap individu-individu yang terkait dengan JNE Express Cabang SM Raja di Kota Medan. Keunggulan data primer terletak pada keasliannya, karena secara langsung merefleksikan apa yang diamati dan didengar oleh peneliti, sehingga meminimalisir potensi kesalahan informasi dari sumber eksternal (Erik Setiawan, 2021). Penelitian ini mengumpulkan data primer melalui pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis dan wawancara pelanggan untuk memberikan wawasan langsung. Selain itu, data sekunder yang bersumber dari literatur yang relevan dan sumber data lainnya juga melengkapi temuan penelitian ini, sehingga memperkaya diskusi penelitian (Yani & Andani, 2024). Penulis mengumpulkan data dari berbagai buku, sumber dari perpustakaan, dan dokumen-dokumen yang bersumber langsung dari lapangan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif, dengan fokus pada pemberian gambaran yang komprehensif mengenai subjek tanpa bertujuan untuk menguji hipotesis. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, baik langsung maupun tidak langsung, dan disajikan dalam bentuk tertulis sebelum dilakukan analisis. Secara khusus, analisis difokuskan pada penggambaran aspek-aspek yang berhubungan dengan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan implementasinya pada JNE Express Cabang SM Raja di Kota Medan, dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mendalami data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan JNE Cabang SM Raja Kota Medan, menunjukkan beberapa peran yang dilakukan oleh sales counter officer secara umum, sebagai berikut: Memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Informasi yang diberikan meliputi produk-produk maupun jasa yang dimiliki perusahaan. Pertanyaan yang dapat ditanyakan yaitu seputar informasi pengiriman paket dalam negeri maupun luar negeri. Informasi mengenai status pengiriman, maupun kendala yang dihadapi oleh pelanggan. Kendala yang dihadapi pelanggan dapat ditemui berbagai macam baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut melandasi tuntutan *sales counter officer* untuk membekali dirinya dengan keterampilan melayani pelanggan dengan akurat, cepat dan tanggap. Menghandle complain dari pelanggan.

Sales counter officer dalam perusahaan bertindak sebagai jembatan antara perusahaan dengan pelanggan, karena ia memiliki peran sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya demi tercapainya tujuan perusahaan. Pada proses “pelayanan”

dimana pelayanan memiliki tiga tahapan yang harus dikuasai oleh petugas pelayanan yaitu prinsip dasar pertama sebelum melakukan transaksi kebutuhan pelanggan, dengan memberikan senyum, mengucapkan salam dan sapaan. Prinsip dasar kedua yaitu saat melakukan proses kebutuhan pelanggan, dengan menunjukkan kepedulian, memberikan tanggapan, bantuan, menyelesaikan, serta mengucapkan terima kasih. Prinsip dasar ketiga, mengikuti transaksi, terlibat langsung dalam penanganan dan penyelesaian keluhan pelanggan secara cepat, akurat, dan efektif dengan memberikan solusi secara tepat waktu. Untuk menjalankan pelayanan secara prima, ada beberapa aspek yang digunakan sebagai pengukur kualitas dalam pelayanan penanganan keluhan pelanggan yang meliputi:

Daya Tanggap

Kemampuan daya tanggap *sales counter officer* ditunjukkan dengan sikap kemauan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan, serta membantu mengatasi masalah dan memberikan solusi yang dihadapi oleh pelanggan. Kemampuan daya tanggap *sales counter officer* JNE Cabang SM Raja Kota Medan dalam kinerjanya dinilai tanggap dan siap setia menyelesaikan keluhan yang disampaikan serta memberikan solusi terbaik kepada pelanggan. Saat menyelesaikan kebutuhan pelanggan, tidak semua bisa diatasi dengan segera, karena hal ini dilihat dari informasi atau masalah seperti apa yang dibutuhkan pelanggan. Karena tidak semua kesulitan yang dihadapi oleh pelanggan sama dalam menindaklanjuti. Seperti halnya dalam permasalahan penanganan kehilangan paket, perlu ditindaklanjuti terlebih tidak bisa diselesaikan saat itu dan akan diinformasikan kemudian, namun akan berusaha diselesaikan dalam 1x24 jam sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

Keandalan

Keandalan mengacu pada kapasitas untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Penyampaian layanan yang cepat dan jelas sesuai komitmen yang dijanjikan akan menumbuhkan kepuasan pelanggan, menciptakan kenyamanan, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kemampuan keandalan *sales counter officer* di JNE SM Raja Kota Medan pada kinerjanya memberikan pelayanan kepada pelanggan, yaitu memberikan informasi dan menangani permasalahan yang dihadapi pelanggan dilakukan secara maksimal.

Keyakinan / Jaminan (Assurance)

Bentuk layanan yang efektif memerlukan pemberian jaminan dan kepastian atas layanan yang diberikan. Kepastian ini dibangun melalui komitmen dan jaminan dari penyedia layanan, menanamkan kepuasan dan keyakinan kepada pelanggan bahwa kebutuhan layanan mereka akan terpenuhi dengan cepat, akurat, lancar, dan berkualitas. Aspek keyakinan atau jaminan dapat meliputi, memberikan kemampuan dalam melayani dengan maksimal, dan memberi rasa aman dan nyaman bagi pelanggan baik di lingkungan kantor maupun diluar kantor. Perihal aspek keyakinan atau jaminan yang ada di JNE Cabang SM Raja Kota Medan, perusahaan memberikan keamanan dalam layanan jasa yang diberikan. Seperti jaminan asuransi pada paket atau produk yang disediakan, sehingga pelanggan dapat merasa lebih aman dalam menggunakan layanan yang disediakan. Dari segi sarana dan prasarana juga sudah lebih baik dimana tersedia lahan parkir yang cukup luas.

Empati (emphaty)

Di dalam sebuah perusahaan, sikap loyalitas pelanggan dapat tercipta apabila petugas mampu memberikan simpati (empathy) terhadap kebutuhan pelanggan. Empati mencakup pemahaman akan pikiran dan emosi orang lain dalam situasi tertentu. Hal ini

terwujud sebagai sikap perhatian yang ditunjukkan oleh individu terhadap pelanggan, yang mencerminkan pemahaman dan pertimbangan akan kebutuhan dan perasaan mereka. Sikap kepedulian dan perhatian yang dilakukan oleh petugas layanan di JNE Cabang SM Raja Kota Medan meliputi sikap kesediaan dari petugas layanan dalam menghadapi pelanggan dengan bermacam macam kebutuhan. Upaya petugas memberikan perhatian dengan bantuan informasi maupun bantuan dalam mengatasi keluhan pelanggan yang perlu ditindaklanjuti. Pernyataan informan pada saat wawancara bahwa petugas layanan dengan senang hati memberikan bantuan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Melalui sikap yang ditunjukkan sudah cukup baik bahwa petugas telah melakukan aspek empatinya kepada pelanggan.

Bukti Fisik

Menyediakan pelayanan yang bermutu perlu adanya perbaikan serta perubahan pada salah satu aspek fisik yaitu dalam fasilitas layanan baik perlengkapan, peralatan kantor maupun penampilan dari pegawai. Karena dengan adanya sarana layanan yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan serta kepuasan dari pelanggan yang menggunakan fasilitas yang disediakan. Bentuk fisik tidak hanya berupa sarana dan prasarana yang tersedia dikantor, tetapi juga penampilan dari karyawan yang rapi, sopan dan enak dipandang juga menjadi penilaian fisik yang dilihat. Penampilan sangat dinilai penting, karena penampilan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Penampilan yang tidak rapi akan memberi kesan bahwa tidak peduli dengan pekerjaan dan pelanggannya. Fasilitas fisik yang bersedia di JNE Cabang SM Raja Kota Medan baik sarana dan prasarananya saat ini telah mengalami peningkatan. Dimana fasilitas yang ada diruangan begitu lengkap dan memberikan kenyamanan pada pelanggan yang sedang menunggu. Namun masih terdapat kendala seperti yang diinformasikan oleh informan bahwa ruangan tidak tersedia adanya minuman atau permen untuk para pelanggan ketika sedang menunggu antrian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Peran sales counter officer dalam mengatasi kasus keluhan pelanggan JNE Cabang SM Raja Kota Medan dilakukan sesuai standar layanan yang ada. Pendekatan petugas sales counter officer JNE Cabang SM Raja Kota Medan terhadap pelanggan aktif maupun pasif terkait keluhan pengiriman barang tetap konsisten, karena termasuk dalam domain pelayanan mereka. Dalam menangani masalah seperti keterlambatan kedatangan barang, prosedur standar diikuti, termasuk memperbaiki sistem pusat mengenai keberadaan barang dan memberi tahu *sales counter officer*. Selanjutnya, penggantian biaya diberikan berdasarkan keterlambatan pengiriman, dengan biaya yang dikembalikan sesuai dengan tarif paket reguler untuk kasus di mana paket tertunda selama satu hingga tiga hari. Sales counter officers JNE SM Cabang Raja Kota Medan menyikapi keluhan pelanggan dengan menyusun pesan yang mudah dipahami, transparan, dan bersahabat, serta disesuaikan dengan kasus masing-masing. Informasi yang diberikan harus mematuhi Standart Prosedur Operasi (SOP) untuk menghindari kesalahan hingga muncul kritikan publik, karena personel inti di perusahaan adalah sales counter officers dan kurir, maka diperlukan kemampuan mereka untuk memberikan perkiraan yang akurat dan harga yang sesuai dengan SOP. Setiap pengaduan pelanggan ditangani sesuai SOP, meliputi pemeriksaan mulai dari penyerahan barang di tingkat sales counter officers hingga ke kurir.

DAFTAR PUSTAKA

- Salsa Sabila, Ateng Supriyatna. (2019). Pentingnya Dokumentasi Yang Berkualitas Di Laboratorium Didukung Oleh Inovasi Studio Mini. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Aprilia, G. C., Ukasyah, M., Ramadhan, N. D., Iswanto, T. N., Putri, T., & Maesaroh, S. S. (2023). Analisis Manajemen Risiko terhadap Jasa Pengiriman Barang JNE Cabang Tasikmalaya. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 93–105. <https://doi.org/10.52859/jbm.v11i2.321>
- Bani Kezia, Tang Imananstri Puling, Fanpada Nahemia, Jemau Yulia, Padamari Meri, S. P. Da. (2023). Observasi Dampak Pelebaran Jalan Terhadap Kondisi Alam Di Sekitar Bukit Tirtifui di Desa pailelang, Kecamatan Alor Barat Daya, Kabupaten Alor. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 255–265. <http://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jkpu/article/view/457%0Ahttps://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jkpu/article/download/457/437>
- Breemer, J. (2020). Strategi Pelayanan Transportasi Online Gojek Di Kota Kendari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion*, 1(01), 96. <https://doi.org/10.32493/jpka.v1i01.6911>
- Erik Setiawan. (2021). Pemahaman Masyarakat Tentang Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 12(2), 582.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>
- Indrawan, M. G., Raymond, & Siregar, D. L. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Di Kota Batam. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 81–87. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.57>
- Irwansyah, R. (2021). Digital oral radiography. In *Digitization in Dentistry: Clinical Applications* (pp. 65–88). https://doi.org/10.1007/978-3-030-65169-5_3
- Jayengsari, R., Yunita, R., & Maloka, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bjb Kcp Cipanas. *Ar-Rihlah : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.35194/arps.v1i1.1291>
- Margareth, H. (2017). No Title *ةيبرعلا ةغللا سيردت قرط. Экономика Региона*, 32.
- Musu, K. Lou, Suryawati, C., & Warsono, H. (2020). Analisis Sistem Penanganan Komplain di Rumah Sakit Permata Medika Semarang. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 8(1), 7–15.
- Nurhidayah, S. (2020). No Title *تتتت. SELL Journal*, 5(1), 55.
- Pos, P. T., Surakarta, I., Nurmalasari, N., Murtini, W., & Ninghardjanti, P. (2024). *Peran customer service dalam penanganan keluhan pelanggan*. 8(1), 34–40.
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 463–472. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.614>

- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Romadhon, F. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang dan Jasa: Studi pada PT. JNE Express Cabang Patumbak. *Economic Reviews Journal*, 1(2), 98–100.
- Rory Fudha Rayasa, Santi Rande, K. D. D. (2019). Strategi Komunikasi Customer Service PT. JNE Cabang Utama Samarinda Dalam Menangani Kasus Keluhan Pelanggan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 233–242. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/05/GANJIL1_05-23-19-07-53-46\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/05/GANJIL1_05-23-19-07-53-46).pdf)
- Saputra, S., & Kusumawardani, L. W. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan Layanan Pos Express Pada Kantor Pos Kediri 64100. *Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/735/552>
- Sari, I. P., Tria Siska, S., & Budiman, A. (2021). Perancangan Aplikasi Pelayanan Gangguan Tv Kabel Berbasis Web Dan Sms Gateway. *Jurnal Pusat Akses Kajian Teknologi Artificial Intelligence*, 1(1), 20–28.
- Supriyanto, W. (2019). Strategi Komunikasi Internal PDAM Tirta Satria Mengatasi Keluhan Pelanggan. *Warta ISKI*, 2(01), 48–53. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i01.27>
- Yani, N. N., & Andani, K. W. (2024). Pengaruh Motivasi, Disiplin dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(1), 154–160. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28587>
- Zaman, S. N., Merlina, N., & Nurajijah, N. (2021). Sistem Informasi Keluhan Pelanggan Berbasis Website. *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/evolusi.v9i1.9636>