

Tinjauan Atas Penanganan Keluhan Pelanggan Pada Uzop Magic Shop

Meiranti Maulani, Yulia Nurendah, Yudin Taqyudin

Program Studi Manajemen Pemasaran, Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan
EMail: meirantimaulani@ibik.ac.id

ABSTRACT

Handling complaints is a very important thing to do in business to get a good assessment in the community. In addition, it is expected that customers can trust the product and the company so that they can become potential customers. Complaints occur due to dissatisfaction felt by customers, therefore complaints must be handled properly so that dissatisfaction can turn into satisfaction. If customers are satisfied with good complaint handling, they will be loyal to the product and company, less likely to claim large amounts of compensation, good company image and provide opportunities to improve further services. One company that handles customer complaints is Uzop Magic Shop. Uzop Magic Shop is an online UMKM that sells various magic properties from beginner to professional level. The author reviews the handling of customer complaints at the Uzop Magic Shop, which is located on Jalan Raya Perempatan Ciawi Gang, Sport Shop RT 01 RW 06 No. 8 Ex. Harjasari district. South Bogor Bogor City. The purpose of the review conducted by the author is 1) To find out what customer complaints are at Uzop Magic Shop. 2) To find out the obstacles in handling customer complaints at Uzop Magic Shop. 3) To find out the efforts made in dealing with problems handling customer complaints at Uzop Magic Shop. Based on the results of the review, the authors know that 1) Complaints submitted to Uzop Magic Shop are regarding the condition of the goods, long delivery times and customers who have not received a tutorial on how to use the product. 2) There are obstacles felt by Uzop Magic Shop in handling customer complaints, namely distinguishing customer characters, customers do not understand the flow of online purchases and customers do not want to receive products that have been sent because they don't feel like ordering them. 3) The efforts made to deal with obstacles in handling customer complaints include: a) Uzop Magic Shop customer service strives to continue to provide excellent and wholehearted service, be careful in speaking or speech, be patient, and resolve customer problems to completion. . b) Customer service is willing to help customers to place orders online. c) Uzop Magic Shop is willing to accept returns on the condition that the item is in intact condition (unopened).

Keywords: Handling, Customer Complaints, Magic Shop

ABSTRAK

Penanganan keluhan merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam bisnis untuk mendapatkan penilaian yang baik di masyarakat. Selain itu, diharapkan pelanggan dapat percaya dengan produk maupun perusahaan sehingga dapat menjadi pelanggan potensial. Keluhan terjadi akibat adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka dari itu keluhan harus ditangani dengan baik agar ketidakpuasan dapat berubah menjadi puas. Jika pelanggan puas dengan penanganan keluhan yang baik, mereka akan loyal terhadap produk maupun perusahaan, kecil kemungkinan untuk memuntut ganti rugi dalam jumlah besar, citra perusahaan baik dan memberikan kesempatan untuk memperbaiki pelayanan selanjutnya. Salah satu perusahaan yang melaksanakan penanganan keluhan pelanggan yaitu Uzop Magic Shop. Uzop Magic Shop merupakan UMKM online yang menjual berbagai properti sulap mulai dari level pemula hingga profesional. Penulis melakukan peninjauan penanganan keluhan pelanggan pada Uzop Magic Shop yang berlokasi di Jalan Raya Perempatan Ciawi Gang Toko Olahraga RT 01 RW 06 No. 8 Kel. Harjasari Kec. Bogor Selatan Kota Bogor. Adapun tujuan dari peninjauan yang dilakukan penulis yaitu 1) Untuk mengetahui apa saja keluhan pelanggan pada Uzop Magic Shop. 2) Untuk mengetahui kendala dalam penanganan

keluhan pelanggan pada Uzop Magic Shop. 3) Untuk mengetahui upaya yang dilakukan dalam menangani kendala penanganan keluhan pelanggan pada Uzop Magic Shop. Berdasarkan hasil peninjauan, penulis mengetahui bahwa 1) Keluhan yang disampaikan pada Uzop Magic Shop yaitu mengenai kondisi barang, waktu pengiriman yang lama dan pelanggan yang belum mendapatkan tutorial penggunaan produk. 2) Terdapat hambatan yang dirasakan oleh Uzop Magic Shop dalam menangani keluhan pelanggan yaitu membedakan karakter pelanggan, pelanggan tidak mengerti alur pembelian secara daring dan pelanggan tidak ingin menerima produk yang sudah dikirim karena tidak merasa memesannya. 3) Adapun upaya yang dilakukan untuk menghadapi hambatan dalam menangani keluhan pelanggan diantaranya : a) Customer service Uzop Magic Shop berupaya untuk terus memberikan layanan prima dan sepenuh hati, berhati-hati dalam berbicara ataupun berkata-kata, sabar, serta mengatasi permasalahan pelanggan hingga tuntas. b) Customer service bersedia membantu pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online. c) Uzop Magic Shop bersedia menerima pengembalian barang dengan syarat barang tersebut dalam kondisi utuh (belum dibuka).

Kata Kunci: Penanganan, Keluhan Pelanggan, Magic Shop

PENDAHULUAN

Industri hiburan di dunia terus berkembang dari masa ke masa, buktinya yaitu selalu ada hal baru dalam hiburan yang dapat disaksikan oleh masyarakat. Manusia dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam mengembangkan industri hiburan agar masyarakat terus tertarik, mengagumi dan mendapatkan hiburan baru. Salah satu bidang industri yang pernah berjaya di Indonesia bahkan di dunia yaitu sulap, sekitar tahun 2008 hingga 2013. Pada saat itu, terdapat beberapa program televisi yang menayangkan acara hiburan sulap dan ajang pencarian bakat sulap, seperti The Master yang tayang di channel RCTI pada tahun 2009 hingga 2012, dalam lima musim (season). Tokoh-tokoh pesulap yang terkenal yaitu Deddy Corbuzier, Master Limbad, Demian, Rizuki, Joe Sandy, dan juga masih banyak lagi. Acara The Master menampilkan berbagai trik sederhana hingga aksi ekstrem yang menegangkan.

Pertunjukan sulap dapat membuat penonton takjub dan heran, karena tak jarang aksi yang ditampilkan pesulap seperti di luar nalar manusia dan penonton juga ingin tahu rahasia dibalik layarnya. Aksi sulap tak hanya digemari oleh kalangan dewasa, tapi juga oleh anak-anak. Contohnya seringkali ditemukan badut sulap di acara ulang tahun anak-anak. Walaupun trik sulap sederhana, namun bisa menghibur para hadirin dalam acara tersebut. Dengan adanya sekumpulan orang yang ingin bisa melakukan aksi sulap, membuka peluang usaha yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada di pasar, yaitu alat sulap sederhana untuk pemula hingga untuk pesulap handal. Maka tak heran pula, toko peralatan sulap bertambah. Belum lagi, jika toko tersebut mengajarkan bagaimana tips dan trik sulapnya.

Dunia usaha terus mengalami perubahan, salah satunya dari segi teknologi. Sebagai contoh, yaitu mulai beralihnya kegiatan jual beli secara langsung kepada kegiatan jual beli secara daring (online). Masyarakat pada zaman sekarang lebih senang melakukan belanja online, karena dirasa lebih mudah dan efisien. Berdasarkan data di Tokopedia, terdapat 76 toko peralatan sulap yang aktif. dan menurut data Shopee, toko penjual alat-alat sulap berjumlah 28 toko.

Dalam dunia bisnis pula, perusahaan atau toko tidak lepas dari penilaian (testimoni/review) dari pelanggan. Untuk penjualan secara langsung (direct selling), penilaian toko didapat dari pengalaman pelanggan sendiri dan ada pula pelanggan yang membagikan pengalamannya kepada lingkungan sekitarnya. Hal ini sering disebut sebagai word of mouth (WOM). Namun, dalam penjualan secara daring, penilaian toko dapat dilihat juga dari komentar, testimoni, maupun ulasan produk pada media sosial perusahaan (Instagram, Twitter, Facebook, dan lainnya) ataupun pada e-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lainnya).

Ulasan/penilaian pelanggan diperlukan perusahaan untuk membangun kepercayaan terhadap produk perusahaan, terutama bagi calon pembeli potensial. Menurut Ghani (2018), “Hal penting yang memengaruhi pembelian dalam belanja di situs online adalah kepercayaan. Bisnis tidak akan berjalan lancar jika tidak adanya kepercayaan pelanggan. Informasi yang disampaikan penjual di situs website dapat memengaruhi kepercayaan pembeli”.

Penilaian toko ataupun produk dapat mencerminkan kualitas dan kinerja toko beserta produknya. Produk biasanya dinilai berdasarkan kualitas produk dan kualitas layanan yang didapatkan pelanggan. Saat pelanggan puas, dia akan memberikan penilaian produk/toko yang positif, begitupun sebaliknya. Jika toko/produk mendapatkan penilaian yang tidak baik, perusahaan harus bergerak cepat untuk menanyakan hal apa yang membuat pelanggan memberikan penilaian seperti itu, tentunya perusahaan juga harus menawarkan bentuk ganti rugi baik melalui penggantian produk dengan yang baru, memberikan voucher potongan harga, ataupun alternatif dalam bentuk lain sesuai kesepakatan dengan pelanggan.

Dengan adanya toko peralatan sulap yang cukup banyak, persaingan pun dirasa semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, setiap pelaku usaha perlu menggunakan berbagai strategi, selalu berinovasi, berpikir kreatif dan hal-hal lainnya. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan yaitu dengan membuat pelanggan puas. Jika pelanggan puas, mereka akan menjadi pelanggan yang setia dengan produk/perusahaan, membeli ulang produk perusahaan dan merekomendasikan pengalaman dalam pembelian produk perusahaan kepada lingkungan terdekatnya. Menurut Setiawan (2018), “Hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan adalah memberikan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan secara penuh sehingga pelanggan merasa puas. Mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin merupakan salah satu poin untuk merebut pasar yang dikuasai pesaing”. Namun, jika konsumen merasa tidak puas akan produk, mereka akan memberikan keluhan atas apa yang terjadi. Ketika perusahaan mendapatkan keluhan dari pelanggan, maka perusahaan harus menanganinya dengan baik dan cermat. Tujuannya yaitu agar pelanggan tidak kecewa dengan perusahaan, tidak pindah ke pesaing, serta meminimalisir pelanggan untuk membagikan pengalaman buruknya kepada lingkungan sekitarnya, yang dapat membuat citra perusahaan buruk di masyarakat. Jika pelanggan setelah ditangani keluhannya masih setia pada produk perusahaan, berarti perusahaan berhasil mempertahankan pelanggan potensial dan juga berhasil dalam menjaga citra perusahaan dengan baik. Dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan pelanggan merupakan salah satu strategi yang baik untuk memenangkan persaingan.

Salah satu bisnis yang menggunakan strategi menangani keluhan dengan baik adalah Uzop Magic Shop, yang telah berdiri sejak tahun 2015 hingga saat ini. Selain menjual berbagai peralatan sulap, Uzop Magic Shop mempunyai komunitas pesulap dari pemula hingga pesulap handal dan mengajarkan tips dan trik seputar sulap, serta cara penggunaan peralatan sulap yang dijual. Magic shop satu ini mengutamakan kepuasan pelanggan, salah satu cara dalam memenuhi kepuasan pelanggannya yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang baik melalui adanya karyawan yang bertugas sebagai customer service (CS). Tugas dari seorang customer service salah satunya yaitu menangani keluhan pelanggan dengan baik dan tepat. Dalam dunia usaha, selalu ada saja keluhan yang disampaikan pelanggan. Berbeda orang, berbeda pesanan, berbeda keluhan, dan

berbeda pula cara menyelesaikan masalahnya. Maka dari itu, pelaku usaha (terutama customer service) harus bisa menemukan solusi terbaik dan memiliki panduan standar operasional perusahaan (SOP) dalam menangani keluhan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menguraikan fenomena dan fakta yang ada atau terjadi dalam obyek penelitian. Data diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang dilaksanakan di Uzop Magic Shop selama tiga bulan yaitu sejak 3 Maret sampai dengan 03 Juni 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian Obyek Penelitian

Berdirinya Uzop Magic Shop yaitu berawal dari hobi pemilik usaha, Pak Sopyan Sauri yaitu bermain sulap. Pada tahun 2013, Pak Sopyan seringkali perform sulap dari panggung ke panggung dan membuat komunitas yang beranggotakan orang-orang yang tertarik terhadap dunia sulap. Dalam komunitas tersebut, terdapat anggota yang tidak mempunyai peralatan sulap yang memadai. Untuk memanfaatkan peluang yang ada, Pak Sopyan mulai melakukan transaksi jual beli properti sulap secara langsung (offline) dan melakukan promosi dari lisan ke lisan (word of mouth), dari komunitas ke komunitas ataupun secara individual.

Usaha properti sulap semakin berkembang, maka Pak Sopyan membutuhkan tim dan merek sendiri untuk lebih dikenal luas dikalangan masyarakat. Oleh sebab itu, berdirilah Uzop Magic Shop secara resmi pada tahun 2015. Dengan berkembangnya teknologi yang kian canggih dan perilaku masyarakat yang berubah, Uzop Magic Shop mulai bergeser dari melakukan penjualan produk secara langsung menjadi penjualan secara daring (online) dengan memanfaatkan teknologi internet. Kini, Uzop Magic Shop hanya melayani transaksi jual beli secara daring. Adapun layanan pick up order yang bisa dilakukan, yaitu pelanggan harus memesan produk melalui media sosial Uzop Magic Shop. Setelah itu, pelanggan perlu mendatangi kantor Uzop Magic Shop untuk mengambil produk yang sudah dipesan. Mengenai pembayaran, bisa dilakukan secara tunai di tempat (cash on delivery).

Uzop Magic Shop memiliki arti dalam setiap katanya. “Uzop” sendiri merupakan nama panggilan pemilik usaha, Pak Sopyan sejak kecil yang diberikan oleh teman-temannya. Nama tersebut digunakan agar lebih mudah dikenal oleh lingkungan terdekat pemilik usaha dan juga sebagai personal branding. Kalau ingat Uzop Magic Shop, menjadi ingat Pak Sopyan sebagai pemilik usaha. Sedangkan untuk kata “Magic Shop” merupakan kata lain dari toko yang menjual properti sulap. Kesimpulan dari arti nama Uzop Magic Shop, yaitu properti sulap yang dijual oleh toko Uzop.

Penanganan Keluhan Pelanggan Pada Uzop Magic Shop

Untuk menampung keluhan-keluhan yang disampaikan pelanggan mengenai produk Uzop Magic Shop, tersedianya layanan customer service. Dalam menangani keluhan pelanggan, customer service dituntut memiliki kemampuan komunikasi yang baik sehingga mampu memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dan memberikan solusi terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

Penanganan keluhan pelanggan bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh pelanggan sesuai dengan standar operasional perusahaan (SOP). Berikut merupakan SOP penanganan keluhan pelanggan pada Uzop Magic Shop:

1. Hubungi dan dengarkan keluhan pelanggan dengan baik.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Minta maaf secara tulus kepada pelanggan.
4. Memberikan solusi yang terbaik untuk pelanggan.

Ketika ada permasalahan berat ataupun baru, customer service akan mendiskusikan permasalahan tersebut dengan CMO dan CEO untuk mendapatkan solusi terbaik

bagi pihak pelanggan dan Uzop Magic Shop. Jika permasalahan terjadi karena pihak internal akan diberikan kompensasi bagi pelanggan.

5. Follow up hingga masalah selesai dengan baik.

Jika pelanggan belum merasa puas dengan penanganan keluhan, customer service akan terus berkomunikasi hingga masalah selesai dengan baik. Dengan harapan pelanggan merasa puas dan citra perusahaan tetap terjaga.

Terdapat beberapa jenis keluhan yang biasanya dikeluhkan oleh pelanggan Uzop Magic Shop yaitu :

1. Kondisi barang

Beberapa pelanggan Uzop Magic Shop menyampaikan keluhan tentang barang yang diterima dalam kondisi rusak, kurang baik, dan tidak sesuai dengan pesanan. Penyebab kondisi barang yang kurang baik ataupun rusak biasanya terjadi dalam perjalanan ketika barang dikirim, karena sebelum barang dikirim akan dilakukan quality control terlebih dahulu. Kerusakan barang ketika pengiriman merupakan kesalahan dari pihak ekspedisi (eksternal), namun kerusakan tersebut menjadi tanggung jawab Uzop Magic Shop juga. Masalah yang benar-benar terjadi karena faktor internal yaitu barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan, seperti tidak tepatnya jumlah dan jenis barang yang dikirim. Hal ini disebabkan oleh human error pada bagian pengemasan produk (packing).

2. Waktu pengiriman yang lama

Untuk pengiriman ke luar Jawa, hal ini disebabkan oleh jarak pengiriman yang jauh, sehingga barang lebih lama sampai daripada pengiriman area Pulau Jawa. Selain itu, ada juga paket pesanan yang lama sampai karena pihak ekspedisi kebingungan mencari alamat pelanggan.

3. Pelanggan belum mendapatkan tutorial

Biasanya permasalahan ini terjadi pada pelanggan yang menggunakan pembayaran cash on delivery pada marketplace, karena tutorial akan diberikan jika barang sudah diterima oleh pelanggan. Pelanggan yang mengeluh seringkali lupa untuk mengonfirmasi bahwa pesanan sudah diterima, sehingga tutorial belum dikirimkan oleh customer service.

Penanganan keluhan untuk permasalahan di atas yaitu :

1. Kondisi barang

- Jika barang yang diterima pelanggan dalam kondisi rusak, pelanggan akan diminta untuk melakukan pengembalian barang dan pihak Uzop Magic Shop akan menggantinya dengan yang baru.
- Jika barang yang diterima pelanggan dalam kondisi kurang lengkap (tidak sesuai pesanan), maka pihak Uzop Magic Shop akan mengirimkan kekurangan barang tersebut dengan gratis ongkos kirim.
- Jika barang yang diterima pelanggan dalam kondisi yang kurang baik, pelanggan akan ditawarkan untuk melakukan pengembalian barang dan akan dikirimkan lagi produk yang dalam kondisi baik. Selain itu, alternatif solusi lainnya yaitu diberikan kompensasi berupa cashback.

2. Waktu pengiriman yang lama

Penanganan dalam waktu pengiriman yang lama yaitu customer service akan mengecek resi untuk mengetahui paket pengiriman sudah berada di mana dan melaporkannya kepada pelanggan.

3. Pelanggan belum mendapatkan tutorial

Untuk permasalahan tutorial, customer service segera mengirimkan tutorial baik melalui link video, teks ataupun DVD.

Keluhan pelanggan dapat disampaikan dengan cara yang berbeda-beda. Pada Uzop Magic Shop, keluhan pelanggan disampaikan secara private response melalui :

1. Whatsapp

Pelanggan dapat menyampaikan keluhannya melalui Whatsapp Uzop Magic Shop dengan nomor 081283898231. Keluhan pelanggan akan diterima oleh customer service untuk ditangani dengan baik hingga permasalahan selesai.

2. Marketplace

Bagi pelanggan yang memesan produk Uzop Magic Shop melalui marketplace dapat menyampaikan keluhan pada kolom chat aplikasi. Dapat dicari dengan username Uzop Magic Shop pada marketplace Shopee, Tokopedia, Lazada dan Bukalapak.

Hambatan – Hambatan yang Dirasakan oleh Uzop Magic Shop dalam Menangani Keluhan Pelanggan

Hambatan yang dirasakan oleh customer service Uzop Magic Shop dalam menangani keluhan pelanggan diantaranya :

1. Membedakan karakter pelanggan.

Setiap pelanggan mempunyai karakternya masing-masing sehingga customer service harus bisa membedakannya dan tahu bagaimana cara melayani yang tepat. Ada pelanggan yang hanya menyampaikan keluhannya tanpa berharap lebih untuk diberi tanggapan segera, ada juga yang ingin direspon segera, dan masih banyak karakter pelanggan lainnya.

2. Pelanggan yang tidak mengerti alur pembelian secara daring sehingga menimbulkan emosi.

Walaupun di era ini sudah canggih dan berteknologi tinggi, masih ada saja segolongan masyarakat yang ketinggalan dan kurang mengerti bagaimana cara penggunaan suatu teknologi. Biasanya pelanggan yang tidak mengerti alur pembelian secara daring adalah orang yang berumur cukup tua maupun anak-anak, mereka seringkali mengomel dan tidak sabar untuk menerima produk yang telah dipesannya.

3. Pelanggan tidak ingin menerima produk yang sudah dikirim karena tidak merasa memesannya.

Hal tersebut terjadi karena produk biasanya dipesan oleh anak ataupun saudaranya menggunakan akun marketplace beliau dengan metode pembayaran cash on delivery. Ketika yang menerima produknya bukan orang yang memesannya, pelanggan akan mengembalikan barang kepada Uzop Magic Shop melalui kurir (return product).

Upaya Dalam Menghadapi Hambatan yang Terjadi Ketika Menangani Keluhan Pelanggan

Perusahaan akan selalu mencari solusi yang terbaik untuk menangani keluhan pelanggan dengan cermat, tepat dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Jika keluhan tidak ditangani dengan baik, maka akan menimbulkan citra perusahaan yang buruk. Berikut merupakan upaya yang dilakukan oleh Uzop Magic Shop dalam menghadapi hambatan yang terjadi ketika menangani keluhan :

1. Dalam menangani perbedaan karakter pelanggan, customer service Uzop Magic Shop berupaya untuk terus memberikan layanan prima berupa sikap profesional, yaitu ketika customer service memiliki masalah, tidak berdampak apapun terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya tetap memberikan pelayanan yang ramah, ketika ada pelanggan yang menyampaikan keluhannya dengan amarah tidak ikut tersulut emosi, dan lainnya. Selain itu, customer service terus melayani dengan sepenuh hati, berhati-hati dalam berbicara ataupun berkata-kata, sabar, dan mengatasi permasalahan pelanggan hingga tuntas.

2. Untuk menangani pelanggan yang tidak mengerti alur pembelian secara online, customer service bersedia membantu pelanggan untuk melakukan pemesanan baik melalui Whatsapp maupun marketplace. Customer service akan menginstruksikan langkah-langkah yang harus dilakukan pelanggan secara perlahan hingga transaksi selesai.

3. Pada Uzop Magic Shop terdapat beberapa pelanggan yang tidak ingin menerima produk karena merasa tidak memesannya. Biasanya hal ini terjadi pada pembelian dengan sistem pembayaran cash on delivery. Untuk mengatasi hambatan tersebut, Uzop Magic Shop memiliki persyaratan khusus untuk kasus pengembalian barang (return product) yaitu Uzop Magic Shop bersedia menerima pengembalian barang dengan syarat barang tersebut dalam kondisi utuh (belum dibuka).

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai tinjauan atas penanganan keluhan pelanggan pada Uzop Magic Shop dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat tiga jenis keluhan yang disampaikan oleh pelanggan Uzop Magic Shop, diantaranya yaitu :
 - a. Kondisi barang
 - b. Waktu pengiriman yang lama
 - c. Pelanggan belum mendapatkan tutorial
2. Hambatan yang dirasakan oleh customer service Uzop Magic Shop dalam menangani keluhan pelanggan diantaranya :
 - a. Membedakan karakter pelanggan.
 - b. Pelanggan yang tidak mengerti alur pembelian secara daring sehingga menimbulkan emosi.
 - c. Pelanggan tidak ingin menerima produk yang sudah dikirim karena tidak merasa memesannya.
3. Upaya yang dilakukan untuk menghadapi hambatan dalam menangani keluhan pelanggan diantaranya :
 - a. Dalam menangani perbedaan karakter pelanggan, customer service Uzop Magic Shop berupaya untuk terus memberikan layanan prima berupa sikap profesional, yaitu ketika customer service memiliki masalah, tidak berdampak apapun terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya tetap memberikan pelayanan yang ramah, ketika ada pelanggan yang menyampaikan keluhannya dengan amarah tidak ikut tersulut emosi, dan lainnya. Selain itu, customer service terus melayani dengan sepenuh hati, berhati-hati dalam berbicara ataupun berkata-kata, sabar, dan mengatasi permasalahan pelanggan hingga tuntas.
 - b. Untuk menangani pelanggan yang tidak mengerti alur pembelian secara online, customer service bersedia membantu pelanggan untuk melakukan pemesanan baik melalui Whatsapp maupun marketplace. Customer service akan menginstruksikan langkah-langkah yang harus dilakukan pelanggan secara perlahan hingga transaksi selesai.
 - c. Pada Uzop Magic Shop terdapat beberapa pelanggan yang tidak ingin menerima produk karena merasa tidak memesannya. Biasanya hal ini terjadi pada pembelian dengan sistem pembayaran cash on delivery. Untuk mengatasi hambatan tersebut, Uzop Magic Shop memiliki persyaratan khusus untuk kasus pengembalian barang (return product) yaitu Uzop Magic Shop bersedia menerima pengembalian barang dengan syarat barang tersebut dalam kondisi utuh (belum dibuka).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, T. dan Tantri, Francis. 2012. Manajemen Pemasaran, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- [2] Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers, Jakarta.
- [3] Kotler, Philip. dan Keller, L. 2012. Marketing Communications. Erlangga, Jakarta.
- [4] Kotler, Philip. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa : Damos Sihombing, Edisi 8. Erlangga, Jakarta.
- [5] Kotler, Philip & Armstrong, G. 2016. Principles of marketing 16 edition. Pearson, London.
- [6] Kotler, Philip. 2018. Principles of Marketing: Global Edition, 17th. Pearson, United Kingdom.
- [7] Nurendah, Yulia., Maulina, Dwi. dkk. 2020. Manajemen Proses Penjualan. Edisi Pertama. Kesatuan Press, Bogor.
- [8] Setiawan, B. 2018. A Critical Review of the Business Agility Literature in the Advancement of Information and Communication Technology.

- [9] Suparyanto dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. In Media, Bogor.
- [10] Tjiptono, Fandy. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Andi, Yogyakarta.
- [11] Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Andi, Yogyakarta.
- [12] Tjiptono, Fandy & Chandra, G. 2012. Pemasaran Strategik Edisi 2. Andi, Yogyakarta.
- [13] Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Andi, Yogyakarta.
- [14] Zuhdi, S. and Supardi, D., 2009. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Konsumen (Studi Kasus Motor Merek Honda Jenis Vario Pada PT. Kusumasejati Intiprima Cabang Bogor): Jurnal Ilmiah Ranggagading. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 9(2), pp.104-111.
- [15] Solihin, S. and Zuhdi, S., 2021. Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), pp.13-22.
- [16] Zuhdi, S. and Syarif, R., 2016. Pengaruh Biaya Promosi Dan Tingkat Harga Terhadap Tingkat Omset Penjualan Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(2), pp.119-130.
- [17] Zuhdi, S., Rainanto, B.H. and Apriyani, D., 2020. Analysis of Co-Branding Strategy to Improve Company's Competitive Power.
- [18] Jowianto, M. and Zuhdi, S., 2019. Pengaruh Facility Support, Service Performance, dan Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), pp.313-318.
- [19] Putra, A.G. and Zuhdi, S., 2018. The Influence of Repositioning Strategies on Purchase Intention Through Brand Personality and Brand Association. In *International Conference On Accounting And Management Science 2018* (pp. 159-163).
- [20] Zuhdi, S. and Irawanti, S., 2016. Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Restoran Roast Chicken & Pizza Meteran). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(1), pp.022-027.