

LOYALITAS PELANGGAN KUNCI SUKSES SEORANG PENGUSAHA

Sugiantono, AR
Dosen Ekonomi Pembangunan STIE Mandala Jember
Email: sugiantono@stie-mandala.ac.id

Abstract

There is no one company was successful in a few months or even years, with no cause /issue nothing, then stop in the middle of the street where his business in a state of good repair company. To exist among the people is not easy, companies must be smart in order to keep their customers not to switch to other similiar companies.

Competition is getting tougher and increasingly fierce, every company is required to have its own strategy in a harmonious relationship between the company and its customers. Harmonious relationship between the customer and the company, the customer can be called true or loyal customer.

If the company can build its customers, so that customers can be loyal or called customer loyalty, then certainly that the entrepreneur will be successful in doing business.

Key note: Customer Loyalty, Successful Entrepreneurs

PENDAHULUAN.

Persaingan perusahaan sejenis yang semakin ketat dan semakin sengit, banyaknya keinginan para pelanggan, tuntutan para pelanggan yang bermacam-macam, dan semakin kritisnya para pelanggan serta semakin majunya teknologi dan pengetahuan para pelanggan, membuat perusahaan dituntut adanya perubahan untuk menyesuaikan, agar supaya perusahaan tetap eksis di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Untuk itulah faktor kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses dari suatu perusahaan, karena dengan adanya kepuasan dari pelanggan akan dapat menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dengan konsumen, antara perusahaan dengan pelanggannya.

Pelanggan yang merasa puas pada suatu produk/jasa suatu perusahaan, para pelanggan akan tetap mencari produk tersebut di pasaran. Para pelanggan yang puas pada suatu produk, mereka akan berulang-ulang kembali/datang ke toko-toko atau perusahaan itu. Pelanggan lama tersebut akan kembali ke toko-toko/perusahaan dan membawa keluarga serta akan mengajak teman-temannya untuk datang ke toko-toko atau perusahaan itu. Jika keadaan yang demikian dibina dan dipelihara secara terus-menerus, dalam waktu tidak terlalu lama perusahaan tersebut akan berkembang lebih pesat jika dibandingkan dengan toko-toko atau perusahaan lain sejenisnya. Pelanggan yang datang berulang-ulang itu, menunjukkan pelanggan yang loyal pada perusahaan tersebut.

Pengusaha yang dapat menjaga pelanggan yang setia atau loyal pada perusahaan itu artinya pengusaha itu sukses dalam menjalankan usahanya.

Pengertian Loyalitas

Loyalitas artinya respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus-menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek dari sejumlah merek yang mereka lihat atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri atas dasar pengalaman masa lalu, sehingga jika mereka sudah setia terhadap merek/barang yang dibeli, mereka akan kembali lagi atau berulang-ulang untuk membeli barang yang sama.

Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan. Menurut Philip Kotler (2002) semakin tinggi loyalitas seseorang pelanggan, maka akan semakin meningkat persentase pembelian pada perusahaan tertentu dibandingkan perusahaan lainnya.

Loyalitas pelanggan adalah merupakan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian barang/jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan di dalamnya.

Menurut Tjiptono (2002, 110) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Dari definisi/pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan dalam menjaga kelangsungan usahanya atau kelangsungan hidup usahanya. Dan jika kelangsungan usaha dapat berjalan dengan baik, bisa dikatakan pengusaha tersebut akan sukses menjalankan usahanya.

Bagaimana membangun pelanggan yang loyal .

Seorang pengusaha tidak hanya sekedar membangun perusahaan saja, tetapi harus bisa membangun pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, pengusaha harus memperhatikan beberapa hal di bawah ini:

1. Pentingnya loyalitas pelanggan.

Pelanggan loyal adalah aset perusahaan. Tanpa pelanggan yang loyal dapat dipastikan pertumbuhan usaha sebuah perusahaan tidak akan berjalan mulus, tersendat-sendat, dan butuh suntikan dana yang besar agar tetap eksis, karena tanpa pelanggan loyal akan dibutuhkan dana yang besar untuk menarik pelanggan baru.

2. Pelanggan loyal akan menjadi agen Pengiklan.

Apabila seorang pengusaha sukses membangun pelanggan yang loyal, maka dapat dipastikan produk yang ditawarkan perusahaan akan laris manis, habis terjual. Dan perusahaan itu akan mempunyai masa depan yang cerah.

Pelanggan yang loyal akan secara otomatis menjadi agen pengiklan yang gratis. Mereka akan mempromosikan/merekomendasikan produk perusahaan kita kepada orang terdekat, seperti keluarga, tetangga, teman-teman dan relasi mereka.

3. Bagaimana membangun pelanggan yang loyal.

Membangun loyalitas pelanggan tidak gampang, perlu waktu, dan tidak bisa dilakukan secara mendadak. Untuk menjadi pelanggan yang loyal seseorang harus menggunakan produk kita berulang-ulang, bagaimana ini bisa terjadi?

Tanpa menggunakan produk sebuah perusahaan berulang-ulang mana mungkin pelanggan/konsumen tahu bahwa produk itu baik atau nyaman dirasakan. Jarang seorang konsumen berbicara produk itu baik dan enak kalau mereka hanya satu atau dua kali merasakannya. Mereka pasti bisa mengatakan begitu, karena sudah berulang-ulang kali merasakannya.

4. Pengusaha jangan menipu konsumen.

Pengusaha tidak boleh menipu konsumennya. Pembicaraan dan janjinya harus benar/tepat. Konsumen yang merasa ditipu, mereka akan kecewa. Kekecewaannya bukan berarti dirinya saja yang tidak mau datang lagi ke perusahaan/warung/rumah makan kita, tetapi mereka akan memberitahukan kekecewaannya kepada orang lain. Ini yang sangat berbahaya. Untuk itu berhati-hatilah menjadi pengusaha, jika usahanya ingin menjadi sukses.

5. Dengarkan keluhan pelanggan.

Salah satu syarat utama untuk membuat seorang pelanggan menjadi pelanggan yang loyal adalah mendengarkan keluhan pelanggan. Seorang pelanggan akan merasa diperhatikan jika keluhannya secara positif didengarkan oleh perusahaan. Dan bila suatu saat mereka kembali ke perusahaan/warung, rumah makan itu lagi, yang pertama-tama mereka lakukan adalah mengecek sambil makan-makan. Dan mereka akan senang apabila apa yang pernah dikeluhkan sudah ada perubahan/diperhatikan. Mereka pasti akan kembali lagi. Nah kalau hal ini terjadi mereka juga akan mempromosikan perusahaan kita kepada orang lain.

6. Memelihara pelanggan loyal.

Memelihara pelanggan loyal ini penting, misalnya mengadakan pertemuan rutin dan mengundang mereka dalam sebuah acara, memberi perhatian khusus bagi pembeli banyak, memberi diskon khusus bagi pembeli banyak, dan pelayanan antar bagi setiap pembeli yang pembeliannya di atas order tertentu. Dan lain-lain. Karena dengan cara-cara seperti ini mereka akan senang, apabila mereka sudah merasa senang, pasti mereka akan datang kembali, bahkan mereka akan datang dengan keluarga dan teman-temannya.

7. Jaga reputasi perusahaan kita.

Reputasi itu mahal harganya. Merek yang memiliki reputasi dapat dipastikan memiliki basis pelanggan loyal yang besar. Reputasi tidak dapat dibangun secara instant, misal melalui iklan, tetapi membangun reputasi membutuhkan waktu, tenaga, biaya, kesabaran, dan komitmen.

Barang yang bermerek, warung, depot, hotel yang bermerek, akan mudah memenangi persaingan. Untuk itu reputasi perusahaan harus dijaga jangan sampai rusak, demi kesuksesan perusahaan yang kita miliki.

Keterampilan menangani pelanggan.

1. Keluhan pelanggan harus ditangani secara cepat

- a. Keluhan merupakan sumber informasi penting untuk meningkatkan mutu pelayanan,
- b. Penanganan yang tepat akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam menangani masalah secara profesionalis,
- c. Menjadikan kegiatan kerja lebih mudah dan produktif, meningkatkan kepuasan kerja serta melatih untuk mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan,
- d. Pelanggan akan merasa puas karena ada yang memperhatikan.

2. Prinsip dasar dalam menangani keluhan

- a. Pada saat terjadi masalah, pelanggan hanya ingin bertemu dan berbicara dengan orang yang tanggap, bertanggung jawab, serta mau mendengarkan dan membantu untuk mendapatkan keinginannya. Pelanggan tidak hanya menginginkan mutu saja, tetapi juga pembicaraan yang bermanfaat dan menyenangkan.

3. Keterampilan dalam menangani keluhan

- a. Dengarkan keluhan dengan penuh pengertian (ketulusan perhatian dan kesediaan untuk membantu),
- b. Ulangi dan catatlah keluhan yang disampaikan,
- c. Cari dan tentukan apa yang diinginkan oleh pelanggan,
- d. Usulkan jalan pemecahan dan minta penjelasannya (jika tidak setuju mintalah saran-sarannya),
- e. Jangan membuat pelanggan menjadi malu.

4. Keterampilan menangani pelanggan yang marah
 - a. Tetap tenang dan jaga emosi (tidak ikut-ikutan marah dan hindari perdebatan),
 - b. Dengarkan dengan simpati (dengarkan, perhatikan, pahami, dan bantu menyelesaikan masalahnya),
 - c. Ambillah tindakan untuk menyelesaikan masalahnya,
 - d. Akhiri dengan sopan.

Studi Kasus: Cara SPBU 54-681-14 Kalisat menjaga Pelanggan agar tetap loyal.

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Nomor 54-681-14 berada di Jalan Diponegoro 110 Glagawero Kalisat. SPBU Nomor 54-681-14 Kalisat pemiliknya adalah seorang ibu bernama: Darminingsih (pensiunan pengawas Sekolah Menengah Kejuruan di Jakarta) yang setiap 6 bulan sekali datang bersama keluarganya untuk melihat/mengontrol keberadaan SPBU tersebut. SPBU Nomor 54-681-14 Kalisat berjarak lebih kurang 14 Km di sebelah utara dan timur dari Kota Jember.

SPBU Nomor 54-681-14 Kalisat dikelilingi oleh 4 SPBU lama dan baru yaitu:

1. Sebelah Barat : SPBU Arjasa (baru),
2. Sebelah Timur : SPBU Sempolan (baru),
3. Sebelah Selatan : SPBU Mayang (lama),
4. Sebelah Utara : SPBU Sukowono (baru).

Walaupun SPBU Nomor 54-681-14 Kalisat letaknya berada di tengah-tengah SPBU tersebut, tetapi omset penjualannya tidak kalah jika dibandingkan dengan omset SPBU-SPBU yang ada di sekitarnya.

Beberapa kali SPBU Kalisat ditarget oleh pemiliknya. SPBU Kalisat selalu melampaui dari yang ditargetkan oleh pemiliknya. Ini semua karena adanya kerja sama antar karyawan SPBU dan kesetiaan atau loyalitas para pelanggannya.

Ada beberapa cara yang dilakukan oleh Pengelola SPBU 54-681-14 Kalisat tersebut agar pelanggan tetap loyal yaitu:

- a. Setiap Hari Raya Fitri semua operator dan khususnya pengelola diharuskan menyalami/mengucapkan selamat Hari Raya Fitri pada pelanggan/konsumen yang datang.
- b. Setiap Hari Raya Kurban selalu membelah kambing kurban, yang dagingnya dibagikan pada warga sekitarnya dan juga para pelanggan.
- c. SPBU memberikan kredit lunak pada pelanggan yang baik dan jujur, yang bunganya di bawah bunga kredit mingguan yang diberikan oleh Bank Mingguan,
- d. SPBU memberikan bantuan Modal Vetura pada pelanggan yang jauh dan jujur,
- e. Pengelola mengunjungi para pelanggannya untuk bersilaturahmi.

DAFTAR PUSTAKA

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.