

## **MENANGANI KELUHAN CUSTOMER (RUMAH SAKIT)**

**By: Diah Pramesti – Staff Penunjang & Administrasi Medis  
Jogja International Hospital**

### **Meredakan (Pahami) Kemarahan Customer**

- Sebagai bagian dari Customer Satisfaction
- MARAH: Luapan perasaan seseorang akibat pengalaman yang tidak memuaskan atau mengganggu. Luapan tersebut akibat tekanan yang terlampau besar. Kemarahan bisa disampaikan langsung pada pihak terkait, tapi bisa juga disampaikan pada pihak-pihak luar (misalnya customer lain).
- Customer marah: menyebalkan atau menyenangkan? Umumnya orang menganggap menyebalkan karena berimplikasi pada menumpuknya pekerjaan dan menghabiskan waktu. Tapi bila disikapi secara benar, akan menjadi hal yang menyenangkan dan menguntungkan karena:
  1. Complain tersebut menunjukkan kelemahan sistem
  2. Fenomena gunung es → customer yang marah jumlahnya lebih sedikit dari customer yang diam saja
  3. Customer yang marah menyampaikan keluhannya langsung pada kita, dan bukan pada customer lain → berita dari mulut ke mulut sangat efektif
  4. Customer marah yang bisa diredam dan dipuaskan sangat mungkin menjadi customer yang loyal
- Customer marah karena berbagai alasan, tapi terutama karena kebutuhan, gagasan, dan pengharapan mereka tidak terpenuhi. Karena itu kunci utama meredam kemarahan customer adalah dengan berusaha memenuhi kebutuhan, gagasan dan pengharapan mereka. Seringkali kemarahan customer
- Customer yang marah ingin:
  1. Didengarkan
  2. Dimengerti.
  3. Dihormati
  4. Diberi permintaan maaf
  5. Diberi penjelasan
  6. Ada tindakan perbaikan dalam waktu yang tepat

## **Strategi Meredam Kemarahan Customer**

### **1. Dengarkan.**

- Biarkan customer melepas kemarahannya. Cari fakta inti permasalahannya, jangan lupa bahwa pada tahap ini kita berurusan dengan perasaan dan emosi, bukan sesuatu yang rasional. Emosi selalu menutupi maksud customer yang sesungguhnya.
- Dengarkan dengan empati, bayangkan kita berada dalam posisi customer yang lelah, gelisah, sakit, khawatir akan vonis dokter, dll.
- Tatap mata customer dan fokus, jauhkan semua hal yang merintang konsentrasi kita pada customer (telepon, tamu lain, dll).
- Ulangi setiap fakta yang dikemukakan customer, sebagai tanda kita benar-benar mendengarkan mereka.

### **2. Berusaha sependapat dengan customer.**

- Bukan berarti kita selalu membenarkan customer, namun sebagai salah satu taktik meredakan marahnya customer, kita mencari point-point dalam pernyataan customer yang bisa kita setujui.
- Misalnya, “Ya Pak, saya sependapat bahwa tidak seharusnya pasien menunggu lama untuk bisa mendapatkan kamar. Tapi saat ini kamar perawatan kami memang sedang penuh, kami berjanji akan mencari jalan keluarnya dan melaporkannya pada Bapak sesegera mungkin.”

### **3. Tetap tenang dan kuasai diri.**

- Ingatlah karakteristik customer di rumah sakit adalah mereka yang sedang cemas, gelisah dan khawatir akan kondisi diri atau keluarganya, sehingga sangat bisa dimengerti bahwa dalam kondisi seperti itu seseorang cenderung bertindak emosional.
- Berhati-hati dengan nada suara, harus tetap rendah, positif dan menenangkan. Jangan terbawa oleh nada suara customer yang cenderung tinggi dan cepat.
- Sampaikan informasi dengan sopan dan pelan-pelan.
- Tetap gunakan kata-kata hormat seperti silakan, terimakasih atas masukannya, dan sebut customer dengan namanya.

**4. Mengakui kemarahan customer.**

- Gunakan kata-kata seperti, “Saya mengerti kalau Ibu menjadi marah. Ibu benar. Kalau saya jadi Ibu, mungkin saya juga akan marah. Saya berjanji hal seperti ini tidak akan terjadi lagi di kemudian hari”

**5. Permohonan maaf.**

- Dalam rangka meredakan marah customer kita harus meminta maaf apapun yang terjadi.
- Permohonan maaf dapat dapat disampaikan tanpa harus mengakui kesalahan, karena seringkali terjadi kesalahan justru ada pada customer yang belum memahami peraturan.
- Misalnya, “Saya mohon maaf atas kesalahpahaman ini,”, “Saya mohon maaf atas kesulitan yang telah Ibu alami,”.

**6. Perlihatkan empati.**

- Simpati: Berhenti pada rasa kasihan. “Saya simpati dengan korban bencana alam.”
- Empati: Memahami masalah customer dan berusaha melakukan sesuatu untuk memperbaiki.
- Pahami persepsi customer dan tempatkan diri pada posisi customer.

**Yang Tidak Boleh Dilakukan:**

1. Jangan berdebat.

- Ingat bahwa saat ini kita masih dalam proses meredakan kemarahan nasabah. Kesempatan untuk menjelaskan fakta dan kebenaran akan datang setelah customer reda dan menjadi lebih logis dan rasional.

2. Jangan bertanya “Kenapa?”.

- “Kenapa Ibu tidak datang lebih pagi?”
- “Kenapa kartu pasien Ibu bisa hilang?”
- Pertanyaan seperti itu cenderung meningkatkan kemarahan customer karena mereka merasa disalahkan.

3. Jangan terlalu cepat mengambil kesimpulan atau mematuhi persepsi kita. Inget-inget *ZERO BASE*.

### **Konsep Dua Belas Tabu**

1. Menyalahkan nasabah. “Jangan marah-marah dulu dong Bu, Ibu sendiri kan yang datang terlambat,”
2. Sarkastik (sinis). “Bisa saja hal ini kita lakukan, tapi biayanya cukup besar lho Pak,”
3. Menjelekkkan pihak lain. “Iya, memang perawat itu orangnya judes,”
4. Memotong pembicaraan customer.
5. Memberikan isyarat non-verbal yang berlawanan dengan perkataan (verbal). “Ya, saya kan membantu semaksimal mungkin,” dengan ekspresi datar atau jemu.
6. Melempar ke pihak lain. “Wah itu urusan bagian billing Bu.”
7. Menggunakan kata-kata klise. “Ini peraturan bakunya,”. “Rumah sakit lain pasti lebih sulit,”
8. Hindari humor. Humor bisa dilakukan nanti saat masalah sudah selesai dan emosi customer sudah sepenuhnya reda.
9. Minta dikasihani. “Mohon maklum Bu, saya sedang ada masalah keluarga,”. “Kalau atasan saya tahu, saya bisa kehilangan pekerjaan,”
10. Pukul rata masalah dan menganggap complain tersebut adalah hal biasa. Customer akan merasa heran karena perusahaan mengambil langkah untuk memperbaiki masalah yang sudah biasa ini.
11. Mencari-cari kesalahan customer. “Ya memang kami lalai begini, tapi kan Bapak juga nggak lapor dulu,”
12. Memakai istilah teknis yang tidak dimengerti orang awam.

### **Memecahkan Permasalahan**

#### **1. Identify**

- Tentukan Pokok Permasalahan, coba dapatkan detilnya untuk membantu mengetahui permasalahan yang sebenarnya. Cara yang paling efektif adalah dengan bertanya langsung. “Jam berapa appointment yang Ibu buat?”, “Berapa nomor antrian yang Ibu dapatkan?”

- Pada akhir pembicaraan seharusnya sudah ada jawaban atas tiga pertanyaan berikut:
  - Apa yang terjadi sehingga customer marah?
  - Perlakuan apa yang diterima customer?
  - Apa yang customer inginkan?

## **2. Assess**

- Pada tahap ini kita sudah memahami permasalahan customer dan sudah bisa membayangkan bagaimana pemecahannya. Yang perlu dipertimbangkan adalah:
  - Pengaruh munculnya masalah ini pada orang banyak dan pada perusahaan.
  - Resiko cost: biaya, waktu, tenaga
  - Ketidaknyamanan customer

## **3. Negotiate**

- win/win solution

## **4. Act**

- Proses ini berdasar pada APA dan KAPAN.
- Customer harus tahu apa yang akan terjadi pada keluhan mereka setelah mereka menyampaikan keluhannya, dan kapan hal itu akan dilaksanakan.
- Tentukan jangka waktu yang realistis, lebih baik kita mempunyai banyak waktu dalam merealisasikan janji kita. Bila ternyata sampai pada deadlinenya janji belum bisa terealisasi, segera hubungi customer dan jelaskan permasalahannya