

ABSTRAK

STRATEGI *SERVICE RECOVERY* PADA DIVISI TEH PT. KHARISMA PEMASARAN BERSAMA NUSANTARA

Terdapat penyimpangan dalam *Term of regulation* yang disampaikan oleh pembeli teh. Teh yang sudah dibeli kemudian terjual ke pembeli lain. Mau bayar tetapi dokumen *performance invoice* lambat keluar. Barang sudah dibayar, tetapi dari kebun belum sampai gudang BGR. Komplain yang disampaikan tidak mendapatkan solusi. Tujuan dari penelitian ini mengetahui usulan strategi perbaikan *service recovery* yang perlu dilakukan KPBN. Penelitian ini menggunakan analisis kesenjangan dari analisis eksternal yaitu *fix the customer* yang dirasakan pembeli dengan analisis internal yaitu *fix the customer* oleh KPBN. Melakukan wawancara pada tiga pembeli teh yang melakukan komplain, yaitu L.Elink Schuurman, Cv Prima, dan Indoglobal. Hasil penelitian berupa usulan strategi perbaikan pada kecepatan respon, memberikan komunikasi yang tepat, memperlakukan pembeli dengan adil, memperkuat bina hubungan dengan pembeli, dan memodifikasi prosedur informasi angkut barang.

Kata kunci : *Service failure*, *Service recovery*, analisis eksternal, analisis internal, analisis kesenjangan, usulan strategi perbaikan.