

**Strategi Komunikasi dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan:
Studi Kasus PT. Namto Kraf Indo**

Achmad Firdaus¹, Mochammad Mirza², Sri Murdilah Fournawati³

^{1,2,3}Universitas Islam Syekh Yusuf, Tangerang

achmadfirdaus1902@gmail.com¹

ABSTRACT

This research aims to analyze communication strategies in dealing with customer complaints at a company called PT. Namto Kraf Indo. Handling complaints is a crucial part of the business world that can have a big impact if not resolved quickly. Therefore, an effective communication strategy is needed so that complaints can be resolved immediately. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data collected through observation, in-depth interviews and documentation of workers, managers and other related divisions. Data analysis was carried out using descriptive qualitative analysis techniques to identify forms of communication strategies carried out by the company and to look for factors inhibiting the communication process in the company. The results of the research show that the communication strategy used by the Namto company is not completely good, it needs to continue to be developed by improving the quality of the workforce so that it is better able to compete with other companies and it needs to hold gradual job training for employees so that they are able to have additional skills to support better service capacity. good for the company. Researchers suggest the need for a more intense evaluation, this is useful so that companies know where the capacity of their workers is and how to improve it to help the company compete with other companies in terms of service and quality of its workforce.

Keywords : *Communication Strategy, Customer Complaints, Customer Service.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai strategi komunikasi dalam mengatasi keluhan pelanggan pada perusahaan bernama PT. Namto Kraf Indo. Mengatasi keluhan merupakan bagian krusial dalam dunia bisnis yang dapat berdampak besar jika tidak cepat teratasi. Maka dari itu dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif sehingga keluhan dapat segera teratasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap para pekerja, manajer serta divisi lain yang terkait. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk Strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan serta mencari faktor penghambat terjadinya proses komunikasi pada perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan pada oleh perusahaan Namto belum sepenuhnya baik perlu terus dikembangkan dengan meningkatkan kualitas tenaga kerja agar lebih mampu bersaing dengan perusahaan lain serta perlu mengadakan pelatihan kerja bertahap untuk para karyawan agar mampu memiliki skill tambah untuk menunjang daya pelayanan yang lebih baik pada perusahaan. Peneliti menyarankan perlunya diadakan evaluasi yang lebih intens hal tersebut berguna agar perusahaan tau kapasitas dari para pekerjanya sampai mana dan bagaimana meningkatkannya untuk membantu perusahaan bersaing dengan perusahaan lain dalam pelayanan dan kualitas tenaga kerjanya.

Kata kunci : *Strategi Komunikasi, Keluhan Pelanggan, Pelayanan Pelanggan.*

PENDAHULUAN

Kualitas layanan (service quality) dapat dinilai dengan membandingkan bagaimana konsumen menilai layanan yang mereka terima dengan harapan atau preferensi mereka

terhadap layanan yang diinginkan dari suatu perusahaan. Hal ini mencakup kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan kepada konsumen serta tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Penting bagi perusahaan untuk memberikan kualitas layanan yang baik guna mempertahankan kepercayaan pelanggan dan menjaga kelangsungan bisnis. Layanan dalam konteks ini merujuk pada jasa atau pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yang mencakup kemudahan, kecepatan, keterampilan, dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan perilaku dalam melayani pelanggan.

Di era modern saat ini perusahaan juga semakin disorot untuk peran mereka dalam masyarakat dan lingkungan. Banyak penelitian yang menceritakan tentang bagaimana perusahaan mengintegrasikan tanggung jawab sosial perusahaan, keberlanjutan, dan nilai-nilai etis dalam operasi mereka dapat memberikan wawasan tentang praktik korporat yang bertanggung jawab. Penanganan keluhan pelanggan pada layanan yang ditunjukkan kepada perusahaan sebenarnya merupakan salah satu bentuk respon yang diberikan pelanggan dalam sebuah perusahaan yang sedang berkembang pesat, tantangan dalam manajemen komunikasi menjadi semakin kompleks. Para pemimpin perusahaan menyadari sangat pentingnya untuk mengelolah manajemen komunikasi dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan. (Andi Miranda et al., 2023)

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan dilapangan terhadap beberapa pelanggan dan melakukan wawancara dengan pihak internal perusahaan didapatkan bahwa beberapa pelanggan yang melakukan kerjasama dengan PT. Namto Kraf Indo belum merasa puas terhadap penerapan strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam mengatasi keluhan pelanggan. Karena, penyelesaian keluhan yang dilakukan perusahaan masih berpatokan pada prosedur yang sifatnya kaku atau kurang fleksibel dalam penanganan keluhan. Biasanya keluhan yang diberikan pelanggan tidak bisa hanya diselesaikan dengan prosedur yang sudah ditetapkan. Para pekerja perusahaan perlu berinovasi dalam menyelesaikan keluhan yang diinginkan pelanggan meskipun itu diluar Standar Oprasional Perusahaan (SOP). Pernyataan strategi secara eksplisit dianggap sebagai kunci kesuksesan dalam menghadapi perubahan dalam lingkungan bisnis. Strategi memberikan arah yang konsisten bagi seluruh anggota perusahaan. Strategi pemasaran ditentukan berdasarkan analisis situasi, termasuk segmentasi audiens dan tingkat persaingan yang ada.

Keluhan dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan sebenarnya adalah bentuk tanggapan yang penting dari pelanggan. Keluhan tersebut bisa memiliki dampak positif, salah satunya dengan memberikan kesempatan kepada perusahaan atau instansi untuk segera memperbaiki masalah yang muncul. Selain itu, keluhan juga bisa menjadi sumber ide-ide inovatif untuk pengembangan produk atau layanan, strategi pemasaran, peningkatan kualitas layanan, dan bahkan perbaikan produk itu sendiri. Penanganan keluhan pelanggan oleh perusahaan sangat dibutuhkan demi meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang disediakan perusahaan. (Viera Valencia & Garcia Giraldo, 2019)

Dalam menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, komunikasi yang efektif merupakan pondasi utama dalam menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Namun, bukan hanya komunikasi yang menjadi pondasi utama dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan penting pula untuk perusahaan memahami resolusi keluhan. Keluhan

pelanggan adalah peluang untuk meningkatkan layanan dan memperkuat ikatan antara perusahaan dan pelanggan. Mengabaikan atau meremehkan keluhan pelanggan dapat merusak citra perusahaan dan memicu kehilangan pelanggan potensial di masa depan. (Andrian Budi Wijaya, 2021)

Dalam menangani keluhan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan sejumlah manfaat yang dapat diperoleh agar prosesnya dilakukan dengan kesabaran dan ketelitian. Hal ini penting agar keluhan yang sama tidak terulang, karena perusahaan telah berupaya untuk memperbaikinya dan mengantisipasinya. Perusahaan juga perlu menciptakan suasana harmonis di antara kebutuhan pelanggan dan petugas pelayanan, sehingga interaksi tersebut berjalan lancar dan menciptakan citra positif, komunikasi yang baik, serta penghargaan terhadap pelanggan. (Sudrajat et al., 2021)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian I Arika, Skripsi Ilmu Komunikasi, (2018) yang menjelaskan bahwa penerapan strategi komunikasi sangat penting dalam mengatasi keluhan pelanggan. Karena, jika penerapan strategi komunikasi sangat buruk keluhan pelanggan tidak terselesaikan dan akan sangat berdampak bagi perusahaan yang diantaranya :

1. Pelanggan akan kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan,
2. Penurunan kepuasan pelanggan yang akan mengakibatkan penurunan loyalitas pelanggan karena, pelanggan yang cenderung tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.
3. Perusahaan tidak akan bisa melanjutkan kerja sama dengan pelanggan yang nantinya mengancam reputasi perusahaan.
4. Feedback negatif, pelanggan yang tidak puas sering kali membagikan pengalaman buruk mereka melalui ulasan atau media sosial yang dapat memperburuk dampak negatif terhadap perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa merancang strategi komunikasi bukanlah hal yang bisa dianggap remeh. Karena, perusahaan perlu melakukan penyusunan tindakan terlebih dahulu untuk membuat strategi komunikasi yang efektif untuk penanganan keluhan. Ketika strategi komunikasi yang diterapkan perusahaan buruk dalam menangani keluhan, dampaknya bisa sangat merusak bagi perusahaan yang dimana pelanggan akan kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan, yang akan mengakibatkan penurunan loyalitas pada pelanggan. Karena, pelanggan yang cenderung tidak puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan tidak akan melanjutkan kerja sama dengan perusahaan yang nantinya mengancam reputasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teori Penyusunan Tindakan (Action Assembly). Tokoh utama yang mengembangkan teori ini adalah Jhon Greene yang menjelaskan dalam buku teori komunikasi Stephen W. LittleJhon 2009 (halaman 174) bahwa definisi penyusunan tindakan adalah bagaimana menguji cara kita mengatur pengetahuan dalam pikiran dan menggunakannya untuk membentuk pesan. Menurut teori ini, penyusunan tindakan adalah teori yang menguji, membahas bagaimana mengatur pengetahuan dalam pikiran dan menggunakan teori tersebut di dalam komunikasi. Berbagai riset dan teori yang berada dalam tradisi ini cenderung berorientasi kognitif yang menjelaskan bagaimana manusia mengintegrasikan informasi dan merencanakan pesan. Menurut teori ini, pembentukan pesan dengan menggunakan kandungan prosedural, dimana seseorang mengetahui tentang

hal-hal dan bagaimana melakukan hal tersebut. Pengetahuan prosedural mencakup jaringan saraf yang terkait dengan perilaku, konsekuensi, dan situasi.

Dari kerangka kerja teori action assembly yang dikembangkan oleh John Greene, terdapat dua asumsi dasar. Dalam teori ini, Greene mengacu pada dua komponen pengetahuan, yaitu pengetahuan isi (content knowledge) dan pengetahuan prosedural (procedural knowledge).

1. Teori ini berasumsi bahwa perilaku dan tindakan seseorang didasarkan pada struktur dan proses yang bergantung pada pengetahuan. Asumsi ini menjelaskan bahwa ketika bertindak, penting untuk mengikuti prosedur, dan urutan tindakan menjadi kunci. Seseorang harus memilih tindakan yang paling sesuai dengan situasi untuk mencapai tujuan. Rangkaian tindakan yang terstruktur menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan.

2. Menurut teori ini, keseimbangan tindakan adalah proses yang kompleks dan tidak selalu berhasil. Untuk melakukan sesuatu dengan baik, tidak hanya pengetahuan dan motivasi yang diperlukan, tetapi juga kemampuan untuk mengatur dan mengambil tindakan yang efisien.

Berdasarkan penjelasan di atas konsep penyusunan tindakan dengan dengan penanganan keluhan memiliki ikatan satu sama lain. Karena kita dapat memahami bahwa penanganan keluhan juga melibatkan pola hubungan saraf yang terbentuk dalam prosedur tertentu. Misalnya, ketika menghadapi keluhan pelanggan, seseorang mungkin secara otomatis menggunakan rangkaian tindakan yang sudah tersimpan dalam rekam prosedural mereka. Ini bisa termasuk tindakan seperti mendengarkan dengan seksama, menunjukkan empati, mengajukan pertanyaan untuk memahami masalah dengan lebih baik, dan menawarkan solusi yang tepat.

Namun, penanganan keluhan pelanggan sering kali membutuhkan kesadaran dan penyesuaian aktif karena setiap situasi keluhan bisa unik dan memerlukan pendekatan yang berbeda. Ketika seorang karyawan menerima keluhan, mereka harus memilih dan mengatur perilaku yang sesuai dari rekam prosedural mereka dengan mempertimbangkan tujuan tertentu seperti menyelesaikan masalah pelanggan, memulihkan kepercayaan, atau menjaga reputasi perusahaan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang sering muncul dalam komunikasi saat menyelesaikan keluhan pelanggan dan bagaimana mengatasi hambatan yang terjadi dalam perusahaan Namto Kraf Indo. Serta untuk mengetahui bagaimana proses strategi komunikasi yang efektif yang dilakukan perusahaan dengan pelanggan dalam menyelesaikan keluhan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai peran strategi komunikasi dalam mengatasi permasalahan keluhan pelanggan sehingga permasalahan pada perusahaan dapat terselesaikan, selanjutnya diharapkan guna memberikan kontribusi terhadap upaya meningkatkan efektivitas pekerjaan melalui komunikasi yang baik.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang menjelaskan mengenai proses penyajian objek, atau lingkungan sosial dalam bentuk naratif, dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau gambar, bukan angka. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan situasi atau peristiwa tanpa melakukan manipulasi atau perubahan. Oleh karena itu, peneliti memilih jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus untuk mengatasi miskomunikasi terjadi dalam proses kerja sama antara perusahaan Namto Kraf Indo dengan pelanggan. Penelitian deskriptif kualitatif sering digunakan untuk menjawab pertanyaan "bagaimana?" dan "mengapa?" terkait dengan suatu studi kasus yang terjadi. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kompleksitas dan konteks dari studi kasus yang diteliti.

Dari penelitian ini, peneliti berharap bahwa dapat memahami bagaimana proses strategi komunikasi yang dijalankan perusahaan Namto Kraf Indo dalam mengatasi keluhan pelanggan berdasarkan wawancara mendalam dengan pihak internal perusahaan Namto Kraf Indo dan beberapa informan yang dianggap relevan untuk mendapatkan penjelasan yang kompleks, rinci, dan bermanfaat. Maka, peneliti akan memahami fenomena tersebut dan menjabarkannya pada penelitian ini. (Muhamad, 2019)

Peneliti memilih untuk menggunakan paradigma konstruktivisme dalam kasus Strategi Komunikasi Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan pada perusahaan agency bernama Namto Kraf Indo. Karena, didalamnya terdapat konsep, model, dan skema untuk menjelaskan pengalaman, serta kemampuan untuk memodifikasi konstruksi-konstruksi tersebut berdasarkan pengalaman baru yang diperoleh.

Pada penelitian ini, Peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data yang melibatkan penggunaan berbagai teknik atau metode oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam mendapatkan data yang berguna dalam penelitian. Oleh karena itu, penelitian menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu Observasi, dan Wawancara:

1. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk mengamati perilaku dan aktivitas partisipan di lokasi penelitian. Selama pengamatan, peneliti mencatat secara langsung hal-hal yang diamati. Pengamatan bisa dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur. Dalam proses ini, peneliti dapat terlibat langsung, baik sebagai peserta aktif maupun sebagai pengamat murni. (Waruwu, 2023) Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan terhadap perusahaan bernama PT. Namto Kraf Indo

2. Wawancara

Menurut Esterberg berpendapat "wawancara sebagai pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab yang diajukan untuk memperoleh data primer, yang tujuannya agar peneliti memperoleh informasi secara terbuka dari informan atau pihak". Teknik wawancara adalah metode pengumpulan informasi yang melibatkan percakapan langsung antara peneliti dan partisipan. Perkembangan teknologi dan komunikasi telah memungkinkan wawancara dilakukan tidak hanya secara tatap muka, tetapi juga melalui berbagai platform seperti telepon, Zoom, WhatsApp, dan lainnya. Wawancara dapat dilakukan dalam format terstruktur atau tidak terstruktur, bergantung

pada tujuan untuk menggali berbagai informasi terkait dengan fokus masalah penelitian. (Waruwu, 2023)

Sedangkan, Sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Serta menggunakan teknik triangulasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan data dan informasi yang diperoleh peneliti mengenai Strategi komunikasi yang dilakukan PT. Namto Kraf Indo dalam mengatasi keluhan pelanggan maka hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan terus dikembangkan tetapi pada kenyataannya keluhan masih terjadi. Karena, penyelesaian keluhan masih berpatokan pada prosedur yang sifatnya kaku. Biasanya keluhan yang diberikan pelanggan tidak bisa hanya diselesaikan dengan prosedur yang sudah ditetapkan. Para pekerja perusahaan perlu berinovasi dalam menyelesaikan keluhan yang diinginkan pelanggan meskipun itu diluar Standar Operasional Perusahaan (SOP). Pernyataan strategi secara eksplisit dianggap sebagai kunci kesuksesan dalam menghadapi perubahan dalam lingkungan bisnis. Strategi memberikan arah yang konsisten bagi seluruh anggota perusahaan. Strategi pemasaran ditentukan berdasarkan analisis situasi, termasuk segmentasi audiens dan tingkat persaingan yang ada.

Dalam merancang strategi komunikasi, terdapat empat faktor yang harus dipertimbangkan :

1. Mengenal audiens: disini perusahaan Namto belum mengerti terlebih dahulu bagaimana mengenal dan memahami segmentasi mayoritas pelanggan yang bekerjasama dengan perusahaannya. Baiknya perusahaan mengidentifikasi pelanggan dengan mendata para pelanggan beserta keluhan yang disampaikan agar perusahaan mempunyai acuan dalam menentukan rancangan strategi penanganan keluhan pada perusahaan di waktu yang mendatang
2. Menyusun pesan: penyusunan yang dilakukan perusahaan Namto dalam menyelesaikan keluhan yaitu dengan mengajak pelanggan untuk berdiskusi mengenai apa yang dikeluhkan untuk menemukan kesepakatan dengan pelanggan mengenai penyelesaian yang diinginkan. Karena dalam penjelasannya pesan yang berhasil mempengaruhi audiens adalah yang mampu menarik perhatian pendengarnya
3. Menetapkan metode: Dalam penanganan keluhan pengetahuan isi (content knowledge) adalah elemen yang krusial dalam penyusunan tindakan dengan pemahaman yang mendalam tentang seperti apa keluhan yang dikeluhkan oleh pelanggan dan bagaimana procedural penanganan keluhan yang dilakukan pihak perusahaan untuk menjaga reputasi perusahaan dan menjaga kepuasan pelanggan. Namun, perusahaan Namto Kraf Indo disini hanya memperhatikan aspek pengetahuan prosedural (procedural knowledge). Ada pelanggan yang mengeluhkan mengenai prosedur dari kantor Namto yang terbilang kaku atau kurang fleksibilitas dalam penanganan keluhan seperti pelayanan yang hanya dilakukan oleh perusahaan pada jam kerja padahal ada beberapa pelanggan dari

perusahaan namto yang hanya memiliki waktu yang sedikit dan membutuhkan waktu pelayanan yang lebih fleksibel.

4. Pemilihan media komunikasi: Dalam mencapai tujuan komunikasi, pemilihan media yang tepat sangat penting. Pada pemilihan media ini perusahaan Namto menggunakan media komunikasi berupa aplikasi Whatsapp, zoom dan bertemu langsung dengan pelanggan. Whatsapp dijadikan pemilihan media komunikasi oleh namto karena kemudahan untuk penggunaannya yang dimana semua orang bisa menggunakan aplikasi tersebut untuk berkomunikasi, selanjutnya alat media komunikasi yang dipilih namto adalah zoom aplikasi zoom dipilih karena didalamnya menyediakan berbagai fitur yang memudahkan penyampaian pesan seperti berbagi layar untuk mempresentasikan hasil kerja dengan pelanggan untuk mencapai keinginan pelanggan. Namun, zoom ini biasanya hanya digunakan perusahaan namto dengan pelanggan yang memiliki segmentasi pemahaman lebih terbuka mengenai dunia bisnis. Dan yang terakhir media komunikasi yang digunakan PT. Namto Kraf Indo yaitu dengan bertatap muka secara langsung. Bertatap muka memiliki keunggulan tersendiri dalam menyapaikan pesan yang ingin disampaikan yaitu dengan bertatap muka kita dapat menyampaikan pesan secara non-verbal dan memiliki ikatan emosional yang lebih mendalam dengan pelanggan. hal ini yang memungkinkan penyampaian pesan dapat tersampaikan secara baik.

Berdasarkan penjelasan diatas penerapan strategi komunikasi yang di lakukan oleh perusahaan Namto Kraf Indo dalam mengatasi keluhan. Keluhan pelanggan sering kali tidak dapat diselesaikan hanya dengan prosedur yang sudah ditetapkan diperlukan inovasi dalam menyelesaikan keluhan meskipun itu di luar Standar Oprasional Perusahaan (SOP). Namun, mereka belum memilih dan mengatur perilaku yang sesuai dari procedural perusahaan mereka dengan mempertimbangkan tujuan tertentu seperti menyelesaikan masalah pelanggan, memulihkan kepercayaan, atau menjaga reputasi perusahaan.

Secara keseluruhan perusahaan Namto Kraf Indo telah menunjukkan komitmen meskipun belum optimal dalam mengatasi keluhan pelanggan, hal tersebut mengakibatkan komunikasi yang tidak efektif dalam menjaga kepuasan pelanggan. Strategi komunikasi yang digunakan perusahaan dalam mengatasi keluhan pelanggan. PT. Namto Kraf Indo juga perlu menerapkan strategi lain, yaitu dengan menerapkan prinsip fleksibilitas dalam memberikan solusi penanganan keluhan yang diberikan pelanggan. Prinsip fleksibilitas dikatakan oleh pelanggan yang tidak puas mengenai SOP yang dianggap kaku. Hal ini diberlakukan secara khusus oleh perusahaan karena tidak semua situasi mampu ditangani melalui panduan standar yang telah diterapkan.

Seperti pada kasus keluhan pelanggan yang menjelaskan mengenai kurang fleksibelnya jam kerja dari perusahaan Namto hal tersebut disebabkan karena pelanggan tersebut memiliki pekerjaan lain selain merintis usaha yang bekerjasama dengan PT. Namto Kraf Indo. Dengan pendekatan saling memahami atau empati ini customer service dan seluruh manajemen perusahaan mampu beradaptasi dengan masalah kompleks atau yang tidak terduga, mencari solusi kreatif, dan memberikan jawaban yang lebih efektif. Hal ini dapat mengurangi frustrasi pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan, selain itu juga PT. Namto Kraf Indo dapat membangun hubungan positif dengan pelanggan, menjaga citra yang baik, serta memastikan bahwa setiap keluhan diperlakukan dengan serius, demi

mencegah pelanggan merasa diabaikan dengan memberlakukan prinsip fleksibilitas tersebut. hal tersebut yang memicu banyak pelanggan yang melakukan kerja sama terus-menerus serta berdampak baik bagi persepsi umum terhadap perusahaan yang nantinya akan membantu menarik pelanggan baru.

Adapun beberapa faktor yang menyebabkan penghambat penerapan strategi komunikasi pada PT. Namto Kraf Indo saat mengatasi keluhan pelanggan diantaranya.

1. Standar Operasional Perusahaan (SOP)

Standar Operasional yang diterapkan perusahaan Namto cenderung kaku. Karena pada dasarnya ada beberapa penanganan keluhan dari pelanggan itu terselesaikan tidak sesuai dengan Standar Operasional perusahaan yang ditetapkan. Terkadang ada situasi dimana pelanggan hanya ingin diselesaikan keluhannya sesuai dengan yang pelanggan inginkan.

2. Komunikasi Internal Yang Buruk

Kurangnya pendekatan antara divisi dalam perusahaan Namto dapat menyebabkan informasi yang tidak jelas mengenai keluhan pelanggan misalnya jika CS tidak berkomunikasi dengan tim teknis, solusi yang diberikan mungkin tidak tepat atau terlambat sampai.

3. Kualitas karyawan

Perusahaan Namto Kraf Indo ini memang tidak jarang mempekerjakan karyawan magang baik itu dari tingkatan sekolah maupun Universitas. Karyawan magang tersebut mungkin belum tahu bagaimana merespons keluhan dengan tepat yang nantinya dapat memperburuk situasi dan menambah frustrasi pelanggan. Mungkin sebaiknya perusahaan Namto lebih selektif dalam mempekerjakan karyawan atau bisa juga di beri pelatihan terlebih dahulu sebelum nantinya diberikan kepercayaan untuk memberikan pelayanan penanganan keluhan.

4. Kurangnya fleksibilitas dalam peraturan

Ada beberapa pelanggan yang bekerjasama dengan pihak Namto mengeluhkan mengenai kurangnya fleksibilitas dalam hal jam oprasional pelayanan kantor karena ada beberapa pelanggan yang mengeluh hanya dapat pelayanan lebih sewaktu-waktu saja. Pelanggan tersebut menjelaskan bahwa dirinya cukup sibuk dan hanya memiliki waktu senggang di jam malam untuk menilai hasil dari kerja tim Namto.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jika strategi yang dilakukan pihak perusahaan berjalan dengan baik, hal itu dapat mendorong pelanggan untuk tetap setia kepada perusahaan, pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang diberikan nantinya cenderung akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, serta pelanggan yang merasa puas terhadap respons yang diberikan perusahaan lebih mungkin akan memberikan umpan bali yang konstruktif. Karena hal itu perlu dipertahankan dan diperhatikan PT. Namto Kraf Indo dalam menjalin hubungan kerjasama dengan pelanggan yang menyampaikan keluhannya agar dapat terus menjaga kepuasan dan citra baik perusahaan.

Dalam proses penerapan startegi komunikasi untuk mengatasi keluhan pelanggan, hambatan-hambatan yang muncul sering kali menjadi oemicu utama dari dampak- yang terjadi berikut adalah dampak yang terjadi dari penerapa strategi komunikasi yang tidak optimal dalam mengatasi keluhan pelanggan:

1. Pelanggan akan kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan,
2. Penurunan kepuasan pelanggan yang akan mengakibatkan penurunan loyalitas pelanggan karena, pelanggan yang cenderung tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.
3. Perusahaan tidak akan bisa melanjutkan kerja sama dengan pelanggan yang nantinya mengancam reputasi perusahaan.
4. Feedback negatif, pelanggan yang tidak puas sering kali membagikan pengalaman buruk mereka melalui ulasan atau media sosial yang dapat memperburuk dampak negatif terhadap perusahaan.

Dari penjelasan diatas membuktikan bahwa merancang strategi komunikasi bukanlah hal yang bisa dianggap remeh. Karena, perusahaan perlu melakukan penyusunan tindakan terlebih dahulu untuk membuat strategi komunikasi yang efektif untuk penanganan keluhan. Ketika strategi komunikasi yang diterapkan perusahaan buruk dalam menangani keluhan, dampaknya bisa sangat merusak bagi perusahaan yang dimana pelanggan akan kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan, yang akan mengakibatkan penurunan loyalitas pada pelanggan. Karena, pelanggan yang cenderung tidak puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan tidak akan melanjutkan kerja sama dengan perusahaan yang nantinya mengancam reputasi perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada penelitian, maka peneliti menyatakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dijalankan oleh PT. Namto Kraf indo seperti segera merespons keluhan dengan cepat, mendengarkan dan mengkonfirmasi keluhannya dengan baik, meminta maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanannya mengenai keluhan, serta berkomunikasi mengenai keluhan tersebut dan bantu memberikan solusi yang inovatif sesuai SOP. Namun strategi tersebut belum sepenuhnya berjalan efektif bagi perusahaan karena keluhan pelanggan yang diterima masih sering dialami oleh perusahaan hal tersebut disebabkan kurangnya SDM yang berkualitas dalam penanganan keluhan pelanggan dan evaluasi yang diadakan perusahaan kurang begitu intens
2. Hambatan seperti komunikasi internal yang buruk, Standar Operasional Perusahaan SOP yang kaku dalam perusahaan. PT. Namto Kraf Indo memberikan beberapa pembelajaran untuk para pekerjanya seperti workshop, mengadakan evaluasi kerja lebih intens, mengadakan family gathering, serta memberikan penghargaan kepada karyawan yang memberikan kontribusi besar hal tersebut ditujukan untuk menaikkan mutu kualitas para karyawan agar kedepannya mampu menyelesaikan keluhan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Miranda, Isti Prabawani, & Ririn Kusumawati. (2023). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT.XYZ. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(3), 34–42. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i3.227>
- Andrian Budi Wijaya. (2021). *Analisis_Manajemen_Komunikasi_Internal_S*. 9(1).
- Aprilia, S., Ati, N., & Sekarsari, R. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kecamatan Dampit Dalam Menanggapi Pengaduan Masyarakat.

- Jurnal Respon Public, 14(5), 1–13.
- Crystallography, X. D. (2018). Theory Action Assembly. 1–23.
- Hidayati, L. N. (2019). KOMUNIKASI ORGANISASI DAN MANAJEMEN KONFLIK Oleh: Lina Nur Hidayati. Ilmu Komunikasi, 1(1), 1–17.
- Muhamad, K. (2019). Peranan Anggota Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda Nyalindung Dalam Pengelolaan Situs Sejarah Di Desa Nyalindung Kabupaten Bandung Barat. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 52–70.
- Rizky Prিনanda. (2020). strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program kajian tafsir nur. Nature Microbiology, 3(1), 641. <http://dx.doi.org/10.1038/s41421-020-0164-0>
<https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027>
<https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-15507-2>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41587-020-0527-y>
- 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.
- Saliman, A. R. (2019). Hukum Bisnis Untuk Perusahaan. Prenada Media, 1, 1–313.
- Sudrajat, D., Hanarti, I., & Winarti, E. (2021). Implementasi Aktivitas Komunikasi Dalam. 5, 12–22.
- Sugiarto. (2019). strategi komunikasi yang dijalankan perusahaan air minum dalam menyelesaikan keluhan.
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). penerapan strategi komunikasi dalam merespon keluhan pelanggan. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 2(4).
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(1), 2896–2910.