

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dengan merujuk kepada perumusan masalah dan tujuan penelitian serta berdasarkan hasil analisa dan pembahasan dalam penelitian yang telah di lakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari Strategi komunikasi pelayanan dalam penanganan keluhan pelanggan di PT Oke *Network Printing* berdasarkan strategi *Customer Relationship Management* yaitu *The Claps Strategy*, *The Zipper Strategy*, *The Velcro Strategy* (Storbacka dan Lehtinen) yaitu:

- 1) *The Claps Strategy* dilakukan sebagai tindakan dalam proses penyelesaian penanganan keluhan dengan pelanggan pada saat terjadinya keluhan. Keluhan tersebut ditanggapi dengan memohon maaf, mencari keluhan berasal dari mana, dan kesalahan berasal darimana. Dan adanya sistem retur barang untuk digantikan dengan yang benar.
- 2) *The Zipper Strategy* dilakukan dalam proses aktivitas *customer relations* dengan pelanggannya. PT Oke *Network Printing* memanfaatkan program kemitraan seperti Kartu Pelajar, Agen, *Member* dan Perusahaan untuk menjalin kerja sama dalam jangka waktu yang panjang.
- 3) *The Velcro Strategy* bertujuan agar lebih mempermudah pelanggan untuk mendapat informasi perusahaan, informasi produk serta mengkomunikasikan kritik maupun sarannya dalam upaya perbaikan pelayanan kepada perusahaan. Perusahaan menyediakan media *website*, whatsapp, instagram dan banner promosi toko untuk menyampaikan informasi perusahaan serta produk untuk mudah pelanggan mendapat informasi tersebut, dan menyediakan media whatsapp, dan *google review* untuk menuliskan kritik dan saran. Namun sayangnya kritik dan sara pada *google review* tidak pernah ditanggapi perusahaan

Dalam strategi yang telah dibuat PT Oke *Network Printing* lebih dominan menggunakan *The Claps Strategy* untuk melakukan penanganan keluhan sehingga keluhan yang dapat terselesaikan dengan baik.

Berdasarkan unsur komunikasi menurut Harold Laswell terdapat 5 unsur komunikasi yakni komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Unsur tersebut diterapkan perusahaan agar dapat berkomunikasi dengan pelanggan secara efektif. Berikut adalah penerapan unsur komunikasi yang dilakukan perusahaan:

- 1) *Customer service* dan *Admin Online* sebagai komunikator yang berperan menjadi komunikator untuk memberikan pesan kepada pelanggan mengenai permasalahan pelanggan. Adapun etika berpakaian seragam yang telah disiapkan perusahaan untuk mempermudah pelanggan untuk mengenali para staff serta memberikan senyuman kepada setiap pelanggan yang datang.
- 2) Pesan yang disampaikan berupa informasi, ucapan selamat datang, permohonan maaf jika terjadi keluhan, pemberian solusi, serta ucapan terima kasih yang disampaikan oleh komunikator yakni *Customer service* dan *Admin Online*.
- 3) Media yang digunakan PT Oke *Network Printing* berupa langsung, *whatsapp*, telepon, *website* dan *google review*. Media tersebut digunakan untuk menyampaikan keluhan bagi semua pelanggan serta untuk menangani keluhan pelanggan. Namun, keluhan yang terjadi pada *google review* tidak pernah terjadi penanganan keluhan pelanggan sehingga tidak pernah terselesaikan dengan baik.
- 4) Komunikan yakni penerima pesan dalam penanganan keluhan ini adalah pelanggan yang melakukan keluhan kepada perusahaan diantaranya pelanggan loyal, potensial, dan baru. Keluhan-keluhan yang sering disampaikan pelanggan diantaranya mesin operasioanl yang menghasilkan cetakan yang tidak sesuai serta respon dan estimasi proses cetak yang lama.
- 5) Efek komunikasi memiliki dampak positif serta negatif kepada perusahaan, berdampak positif saat perusahaan menangani keluhan tersebut dengan baik sehingga memiliki potensi pelanggan tersebut datang kembali untuk melakukan transaksi, serta mendatangkan pelanggan berikutnya sehingga hal tersebut menguntungkan perusahaan. Meskipun demikian adapun dampak negatif yang ditemukan pada PT Oke *Network Printing* yakni saat

keluhan pelanggan terselesaikan dengan keputusan untuk melakukan *refund* pembayaran atau pembatalan transaksi atas ketidakpuasan pelanggan. Hal tersebut merupakan ketidakmampuan perusahaan memproduksi pesanan yang sesuai harapan pelanggan, dalam kasus ini tentunya perusahaan mendapatkan kerugian atas keluhan yang didapat.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti setelah melakukan penelitian ini :

- 1) PT Oke *Network Printing* sudah menerapkan keseluruhan proses dan mengaplikasikan strategi *CRM* dengan baik, namun peneliti menyarankan agar dapat lebih memahami apa yang diinginkan para pelanggan.
- 2) PT Oke *Network Printing* harus bertindak lebih cepat, peka dan tidak boleh mengabaikan dalam hal menanggapi komentar ataupun kritik dari para tamu khususnya pada *Google Review* karena secara tidak langsung akan berdampak negatif bagi perusahaan.
- 3) PT Oke *Network Printing* dalam penerapan *CRM* masih harus dievaluasi kembali agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah merasakan puas terhadap pelayanan perusahaan serta pelanggan yang potensial dalam penggunaan jasa/produk ONP.
- 4) Peneliti berharap agar kedepannya mata kuliah yang membahas dan mempelajari tentang *Customer Relationship Management (CRM)* dapat diberikan dan tersampaikan dengan baik, dan dalam peraktiknya dapat diaplikasikan.
- 5) Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan ataupun melanjutkan penelitian, semoga penelitian ini dapat menjadi inspirasi. Menjadi bahan kajian atau rujukan, serta dapat dikembangkan lebih luas khususnya dalam konteks *Customer Relationship Management (CRM)*.