

# Komunikasi Manajemen Komplain PT. Mutiara Cemerlang Teknologi

## [Complaint Management Communication PT. Mutiara Cemerlang Teknologi]

Indry Eka Pradhani<sup>1</sup>, Nur Magfirah A., M.Med.Kom<sup>2</sup>

<sup>1</sup>)Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi : [fira@umsida.ac.id](mailto:fira@umsida.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstract.** *An organization can be said to be successful if the communication relationship between the leadership and its members, internal and external parties is well established. Effective communication within the organization affects the direction of task delegation. Every company in all fields, will not be far from complaints that are complained of by customers. And they are required to be ready and swift in handling and resolving complaints from customers. In this case, it is like the case that was experienced by PT Mutiara Cemerlang Teknologi, which occasionally received complaints from users of its services. Some of the obstacles that were complained of included the operation and maintenance of applications or software. From these complaints, there will be several processes of communication and delegation of tasks conveyed by the leadership, so that these complaints can be resolved immediately. In the research that will be conducted, the author wants to know what kind of communication is used to handle complaints or complaints from service users of PT Mutiara Cemerlang Teknologi. The purpose of this study is to analyze and describe the communication that occurs at PT Mutiara Cemerlang Teknologi in handling complaints from service users. This type of research is a qualitative descriptive research. Identification of informants in this study through purposive sampling technique. Collecting data for this study through interviews, observation, documentation and literature study. After that the researcher used Miles and Huberman's theory to analyze the interview material, the theory consisted of four parts, namely data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results of this research are that communication is found based on its scope, namely internal and external communication. Then based on the flow of communication, namely the existence of diagonal, horizontal and top-down communication.*

**Keywords -** *Organizational Communication, Complaint Management*

**Abstrak.** *Organisasi dapat dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antara pimpinan dengan anggotanya, pihak internal dengan eksternal terjalin dengan baik. Komunikasi yang efektif dalam organisasi mempengaruhi arah pen delegasian tugas.. Setiap perusahaan di semua bidang, tidak akan jauh dari komplain yang di keluhkan oleh pelanggan. Dan mereka dituntut untuk siap dan sigap dalam menangani hingga menyelesaikan keluhan dari pelanggan. Dalam hal ini seperti pada kasus yang pernah dialami oleh PT Mutiara Cemerlang Teknologi, yang sesekali menerima komplain dari para pengguna jasa layanannya. Beberapa kendala yang dikeluhkan antara lain terkait pengoperasian dan perawatan aplikasi atau software. Dari keluhan tersebut, akan ada beberapa proses komunikasi dan pen delegasian tugas yang di sampaikan oleh pimpinan, sehingga keluhan tersebut dapat segera teratasi. Dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis ingin mengetahui komunikasi seperti apa yang digunakan untuk menangani keluhan atau komplain dari pengguna jasa PT Mutiara Cemerlang Teknologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan komunikasi yang terjadi di PT Mutiara Cemerlang Teknologi dalam menangani keluhan dari pengguna jasa. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Identifikasi informan dalam penelitian ini melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data untuk penelitian ini melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Setelah itu peneliti menggunakan teori Miles dan Huberman untuk menganalisis materi wawancara, teori tersebut terdiri dari empat bagian yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil Penelitian penelitian ini yaitu ditemukan komunikasi berdasarkan ruang lingkupnya yaitu komunikasi internal dan eksternal. Kemudian berdasarkan arus komunikasinya yaitu adanya komunikasi diagonal, horizontal dan komunikasi atas ke bawah.*

**Kata Kunci -** *Komunikasi Organisasi, Manajemen Komplain*

## I. PENDAHULUAN

Komunikasi pada prinsipnya yaitu pertukaran simbol-simbol yang mengandung makna, dimana dilakukan oleh satu orang atau lebih. Pertukaran simbol-simbol tersebut terjadi dengan tujuan agar penerima simbol atau pesan itu dapat menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan atau dalam ilmu komunikasi kita sebut dengan komunikator.

Prinsip komunikasi ini berbanding lurus dengan sebuah organisasi, yang pada dasarnya ada sebuah tujuan yang ingin di capai. Dibutuhkan kerjasama yang baik didalam organisasi untuk dapat merealisasikan tujuan tersebut. Komunikasi yang efektif dan pemberdayaan sumberdaya manusia yang sesuai menjadi salah satu faktor penting dalam mewujudkan iklim kerja yang kondusif dalam sebuah organisasi. Oleh karenanya dibutuhkan strategi yang berkaitan dengan sumberdaya manusia sekaligus komunikasi yang tepat untuk bisa menyesuaikan kebutuhan operasional yang dibutuhkan organisasi.

Namun menurut Zaenal Mukaromi (2020) [1] dalam bukunya *Theories of Communication*, komunikator seringkali tidak menerima dan memahami semua pesan dengan baik selama perjalanannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang menghambat komunikasi, antara lain (1) hambatan dalam mengembangkan pesan, (2) kendala media dalam menyampaikan pesan, (3) kendala dalam menerima pesan, (4) kendala dalam menafsirkan pesan.

Dalam organisasi ada dua prinsip yang harus dipegang teguh dan selalu di tanam dalam organisasi tersebut. Yang pertama yaitu organisasi harus dapat bertahan (*survive*) dan berkembang (*develop*). (Modjiono, 2022, 33) [2]. Selain itu pemimpin organisasi memiliki kewajiban itu memilih salah satu Teknik komunikasi yang sesuai dengan kondisi pada organisasi tersebut agar dapat terbangun sebuah komunikasi yang efektif. Sehingga muncul efek yang sesuai dengan tujuan komunikasi itu. Faktor simbol, media, situasi dan kondisi menjadi penentu keberhasilan dalam berkomunikasi dalam organisasi.

Sebelum tahun 1990-an, fokus perusahaan lebih mengedepankan bagaimana berkomunikasi dengan pihak eksternal perusahaan, yang mana bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan, dan membentuk citra perusahaan. Akan tetapi saat ini Sebagian besar perusahaan telah merubah system perusahaan mereka menjadi lebih memperhatikan hubungan internal perusahaan.

Terdapat beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya penelitian “Metode Komunikasi PDAM Tirta Daroy Dalam Menyelesaikan Pengaduan Warga Kota Banda Aceh” yang disusun oleh Nurul Ziana (2018) [3], PDAM Tirta Daroy mendukung kecepatan, ketepatan dan silaturahmi Selain itu, PDAM Tirta Daroy juga mendukung fasilitas dan personel yang mendukung percepatan penyelesaian pekerjaan. Metode komunikasi yang mendukung pengaduan masyarakat kota Banda Aceh adalah komunikasi multi langkah berupa komunikasi Multi Step Flow atau langkah demi langkah. Ketika pelanggan mengajukan keluhan, staf menanganinya dan masalah tersebut dibahas bersama sehingga dapat diselesaikan dengan cepat dan akurat tanpa ada pihak yang merasa dirugikan.

Penelitian lain membahas tentang Pola Komunikasi PT Apparel One Indonesia Terhadap Produktivitas Karyawan Pada Masa Pandemi Covid 19. Penelitian yang ditulis oleh Velania Ayu Ningtyas, Viro Dharma Saputra, dan Miftahul Huda (2021) [4] menunjukkan ada tiga bentuk komunikasi. Pertama, komunikasi ke bawah atau komunikasi atasan ke bawahan melalui media *whatsapp*. Kedua, komunikasi ke atas atau komunikasi antara karyawan dengan pimpinan yang digunakan untuk melaporkan perkembangan terkait pekerjaan dan masalah dalam organisasi. Ketiga, komunikasi horizontal yaitu komunikasi yang dilakukan antar karyawan yang digunakan untuk berdiskusi tentang pekerjaan dan *problem solving* dalam kendala pekerjaan.

Wahyuni HR (2014) [2], dalam penelitiannya “Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Dalam Membangun Kepuasan Kerja Di PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep” menjelaskan tentang model komunikasi berantai dalam penelitian ini. Jika, misalnya, seorang manajer ingin mengirimkan informasi secara tidak langsung kepada karyawan, ia harus melalui departemen atau kepala departemen terlebih dahulu, yang kemudian diteruskan ke karyawan dari departemen masing-masing. Sistem yang digunakan oleh PT. Semen Tonasa didirikan karena memiliki sistem yang terstruktur. Faktor yang mendukung timbulnya kepuasan kerja adalah komunikasi yang terbuka antara manajemen dengan karyawan, dukungan pelayanan yang ditawarkan perusahaan dan gaji yang memuaskan. Selain itu, ada juga faktor penghambat yaitu kesalahpahaman yang biasa terjadi antara atasan dan karyawan.

G Astria, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinata (2016) [5], menguraikan komunikasi internal mengenai kegiatan penanganan complain dari pemohon paspor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi internal antar bagian unit bersifat langsung dan menggunakan saluran telepon sebagai mediana. Jenisnya terbagi menjadi dua bagian, komunikasi personal dan komunikasi kelompok, yang menggambarkan dimensi komunikasi internal.

PT Mutiara Cemerlang Teknologi yang terletak di daerah Banjarnego, Kabupaten Sidoarjo. Yang merupakan anak perusahaan dari Cemerlang Grup, mulai beroperasi sejak tahun 2020 hingga saat ini dan telah bekerjasama dengan beberapa perusahaan BUMN serta perusahaan swasta. PT. Mutiara Cemerlang Teknologi bergerak di bidang

jasa, lebih tepatnya Perusahaan perangkat lunak sebagai layanan (SaaS) yang menyediakan otomatisasi bisnis berbasis cloud terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas berbagai operasi bisnis. Seperti SDM, akuntansi, penjualan, manajemen aset, pemasaran digital, ERP, dan hubungan pelanggan. Selain itu, MC Technology juga menawarkan beberapa layanan lain termasuk layanan pembuatan situs web, pembuatan email bisnis, dan pengelolaan Google Ads.

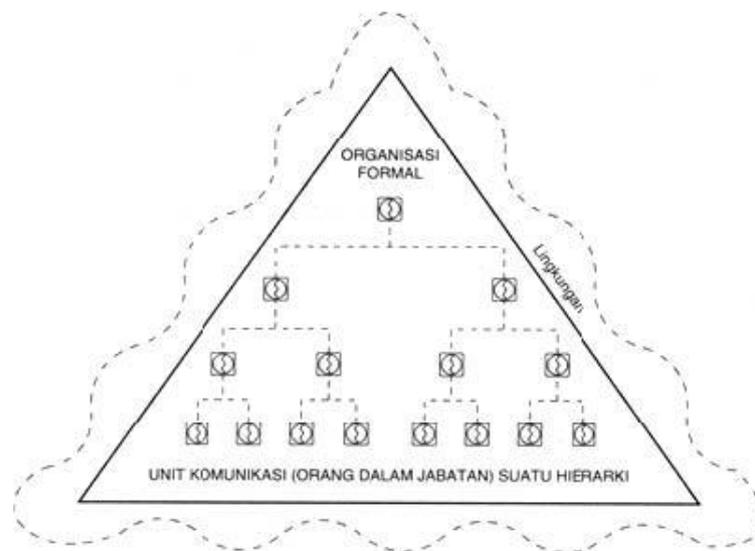
Dalam waktu 1 (satu) bulan, PT. Mutiara Cemerlang Teknologi dapat menerima 5 (lima) hingga 7 (Tujuh) keluhan dari berbagai pelanggannya. Diantaranya merupakan keluhan terkait perawatan *software* (Aplikasi, Update Windows, dll) dan perawatan *hardware*. Untuk memproses keluhan tersebut, PT Mutiara Cemerlang Teknologi harus melakukan yang terbaik untuk menyelesaikan masalah yang diajukan oleh pelanggan ini demi menjaga kepercayaan pelanggan dan perusahaan itu sendiri.

Dari semua penjelasan diatas, penulis tertarik untuk meneliti komunikasi pengelolaan pengaduan di PT. Mutiara Cemerlang Technology dalam mengelola atau mengendalikan hal-hal dalam layanan yang mereka terima dari beberapa klien yang bekerja sama. Kemudian Anda bisa mendapatkan saran, pemikiran, dan informasi yang berguna tentang topik penelitian dari hasil penelitian ini. Sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung ide dan pemikiran yang dapat digunakan sebagai proses pembelajaran khususnya yang berkaitan dengan sarana komunikasi pengaduan dalam menangani pengaduan pelanggan.

### Komunikasi Organisasi

Menurut Zaenal Mukarom (2020 : 164) [6], Komunikasi organisasi adalah suatu proses interaksi yang dinamis antara unit unit organisasi, baik formal maupun informal, dalam kaitannya dengan penetapan hak, tugas, tanggung jawab, wewenang, peran, tugas dan pembagian kekuasaan unit-unit yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Pace dan Faules (dalam Ishak, 2012) [7] menambahkan bahwa komunikasi organisasi adalah penyajian dan interpretasi pesan antara unit komunikasi (orang dalam posisi) milik organisasi. Organisasi tersebut antara lain terdiri dari unit-unit komunikasi yang saling berhubungan secara hierarkis.

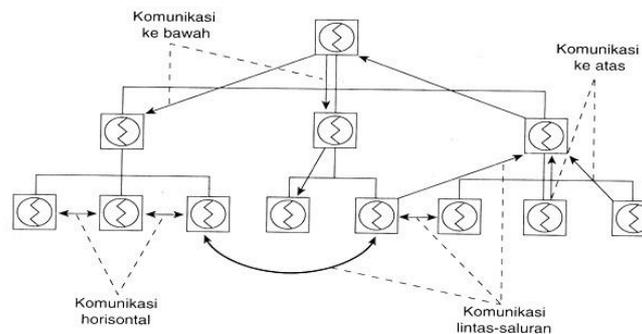


**Gambar 1.** Sistem Komunikasi Organisasi Menurut Pace & Faules

Berdasarkan ruang lingkungannya, Lawrence D. Brennan berpendapat bahwa komunikasi organisasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah pertukaran ide antara manajer dan karyawan yang membentuk perusahaan atau struktur (organisasi) nya.

Pertukaran ide secara horizontal dan vertikal dalam perusahaan adalah bentuk komunikasi yang berhubungan dengan pekerjaan. Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang terjadi antara manajemen organisasi dengan publik di luar lingkungan organisasi dan merupakan komunikasi dua arah, atau komunikasi dari organisasi ke publik dan dari publik ke organisasi. Pertukaran informasi dalam suatu organisasi adalah proses yang dinamis. Proses ini sedang berlangsung dan dapat berubah sewaktu-waktu. Tetapi komunikasi terjadi setiap saat. Pace & Faules (Sidauruk, 2013) [8] menjelaskan bahwa pengertian komunikasi terbagi menjadi empat, yaitu; komunikasi ke bawah, komunikasi ini

dapat disebut sebagai (Komunikasi Ke Bawah), yang berarti bahwa informasi mengalir dari otoritas yang lebih tinggi ke posisi hirarki yang lebih rendah. Komunikasi ke atas, komunikasi ini dapat disebut sebagai (Komunikasi Ke Atas), yang berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (atasan). Komunikasi Horizontal ini terdiri dalam mentransfer informasi antara kolega di unit kerja yang sama dalam organisasi atau perusahaan. Unit kerja mencakup orang-orang yang berada pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan memiliki manajer yang sama. Komunikasi diagonal, berbagi informasi lintas batas perusahaan dengan orang yang bukan atasan atau bawahan mereka.



**Gambar 2.** Empat Arah Arus Komunikasi Organisasi

Selain itu, Katz dan Khan juga menjelaskan tentang alur komunikasi dari atas ke bawah yang merupakan cara berkomunikasi yang paling sering diterapkannya saat berkomunikasi dengan orang-orang yang terlibat dalam organisasi. Arus komunikasi ini merupakan penyampaian pesan dari pimpinan ke karyawan. Komunikasi itu dinilai sangat penting untuk bisa membangun efektifitas komunikasi. Komunikasi yang efektif dibangun dari banyak hal, salah satunya yaitu dengan membentuk sebuah Kerjasama yang baik, mencoba membedah dan menyelesaikan permasalahan dengan musyawarah, dan lain lain.

Katz dan Kahn dalam Purwanto (2003) [9] menjelaskan ada 5 tujuan utama komunikasi dari atas ke bawah. Yang pertama, untuk memberikan arahan atau petunjuk sebuah pekerjaan tertentu. Kedua, untuk menginformasikan kepada bawahan terkait urgensi sebuah pekerjaan agar bisa diselesaikan dengan cepat. Ketiga, menyampaikan SOP yang berlaku pada perusahaan. Keempat, memberikan *feedback* terhadap pekerjaan yang telah dilaksanakan oleh bawahan. Dan yang kelima yaitu Memberikan pengertian kepada bawahan untuk bisa memahami tentang tujuan yang ingin di capai oleh perusahaan.

## Manajemen Komplain

Komplain pelanggan diartikan sebagai Umpan balik atau komentar pelanggan cenderung negatif dan ditujukan pada bisnis atau organisasi, keluhan pelanggan dapat dilakukan secara lisan atau tertulis (Bell & Luddington, 2006:18). Keluhan pelanggan menurut Rusadi (2004:56) merupakan wujud ketidakpuasan konsumen. Yang mana jika diabaikan akan menimbulkan citra buruk bagi organisasi.

Manajemen komplain yaitu sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang metode-metode dalam menangani dan mengelola keluhan dari customer. Secara umum, manajemen klaim menurut Fandy Tjiptono berarti suatu sistem yang digunakan untuk memantau sikap dan kepuasan pelanggan, agen, dan peserta lain dalam sistem pemasaran sehingga manajemen dapat bertindak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah. Pengelolaan klaim bermula dari permasalahan yang ditimbulkan oleh pelayanan publik, baik pelayanan milik pemerintah maupun swasta. Manajemen keluhan yang efektif memiliki karakteristik utama sebagai berikut: (1) Komitmen, (2) Visibilitas, (3) Aksesibilitas, (4) Kesederhanaan, (5) Cepat, (6) Kewajaran, (7) Kerahasiaan, (8) Profil, (9) Sumber Daya, (10) Perbaikan.

Mengelola komplain-komplain yang masuk mulai dari proses masuknya komplain sampai pada bagaimana penyelesaian komplain. Selain itu juga menyangkut bagaimana mekanisme kontrolnya agar diperoleh hasil yang baik. Sehingga dalam mengelola komplain atau keluhan dibutuhkan perencanaan yang matang. Manajemen komplain merupakan implementasi teori manajemen dalam bidang komplain atau keluhan. Menurut Tjiptono (2009) [10], manajemen keluhan adalah sistem yang digunakan untuk memantau sikap dan kepuasan pelanggan dan peserta lain sehingga manajemen dapat bertindak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan bantuan metode ini, fenomena yang berkaitan dengan pengalaman subjek, seperti tingkah laku, observasi, motivasi, tindakan, dan lain-lain dapat dipahami secara komprehensif dan dengan bantuan deskripsi berupa kata-kata dan bahasa dalam bentuk dari kata dan bahasa. konteks alam khusus dan dengan metode yang berbeda.

Dengan metode penelitian ini, peneliti menganalisis komunikasi seperti apa yang digunakan PT Mutiara Cemerlang Teknologi dalam menangani keluhan atau komplain yang muncul di dalam perusahaan, selain itu fokus penelitian sesuai dengan kenyataan di lapangan dan dengan teori yang digunakan oleh peneliti

Lokasi penelitian ini dilakukan di MC Teknologi Desa Banjarnendo. Fasilitas penelitian adalah tempat diperolehnya informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian.

Identifikasi informan dalam penelitian ini melalui teknik purposive sampling. Dalam hal ini peneliti memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan tentang subjek yang diteliti dan dapat memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh informasi. Dengan beberapa kriteria yang ditetapkan, i. H. informan adalah karyawan tetap perusahaan, informan juga direktur atau anggota departemen yang terkait dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan model interaktif Miles dan Huberman.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

MC Teknologi merupakan perusahaan penyedia jasa yang berfokus pada jasa layanan penunjang bisnis secara online. MC Teknologi percaya bahwa setiap perusahaan harus memiliki kesempatan yang sama untuk tumbuh. Mengikuti panduan tersebut, MC Technology terus berinovasi untuk mendorong perkembangan berbagai perusahaan di Indonesia melalui teknologi.

Beberapa layanan penunjang bisnis yang MC Teknologi sediakan diantara lain yaitu Email Hosting, Jasa Pembuatan Website, Google Ads. Selain itu MC Teknologi juga menyediakan beberapa produk Aplikasi yang bisa membantu efisiensi dan produktifitas bisnis. Yaitu Aplikasi Manajemen Aset, Aplikasi absensi online, *Cemerlang Order Sales* (COS), *MCT Finance*, *MCT Store*, dan ERP.

No	Perusahaan	Kategori	Keterangan
1	PT Lado Lutan Makmur	Produk	ILMea (Software Sales)
4	PT Group Cemerlang Plastindo	Produk	ERP (Enterprise Resource Planning)
7	SD Islam Sabilihah	Jasa	Website Sekolah
9	PT Lado Lutan Makmur	Produk	Penambahan Aktes Sales & Fitur ILMea
12	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Suite
15	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Suite
18	PT Luangfa Jaya Abadi	Jasa	Website Compro
20	PT Unggul Sukses Milia	Produk	MCT Konten, MCT Aset
21	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Domain & Hosting
22	PT Group Cemerlang Plastindo	Jasa	Domain & Hosting
23	PT Group Cemerlang Plastindo	Jasa	Google Suite
24	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Suite
26	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Ads&SEO
29	PT Lado Lutan Makmur	Produk	ILMea (Software Sales)
33	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Ads&SEO
34	PT Group Cemerlang Plastindo	Jasa	Google Suite
35	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Suite
36	PT Coffee MDPI Indonesia	Jasa	Google Suite
37	Pak Eriko (Hyundai Center Surabaya)	Jasa	Google Ads&SEO
38	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Ads&SEO
39	PT Coffee MDPI Indonesia	Jasa	Google Suite
40	PT Group Cemerlang Plastindo	Jasa	Google Suite
41	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Suite
46	SMP Islam Sidoarjo	Jasa	Website Sekolah (standar)
47	SD Islam Sabilihah	Jasa	Website Sekolah (standar)
48	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Suite
49	PT Kreastindo Jaya Bersama	Jasa	Google Ads&SEO
50	PT Group Cemerlang Plastindo	Jasa	Google Suite
51	PT Unggul Sukses Milia	Produk	MCT Finance

**Gambar 3.** Pengguna Layanan PT. Mutiara Cemerlang Teknologi

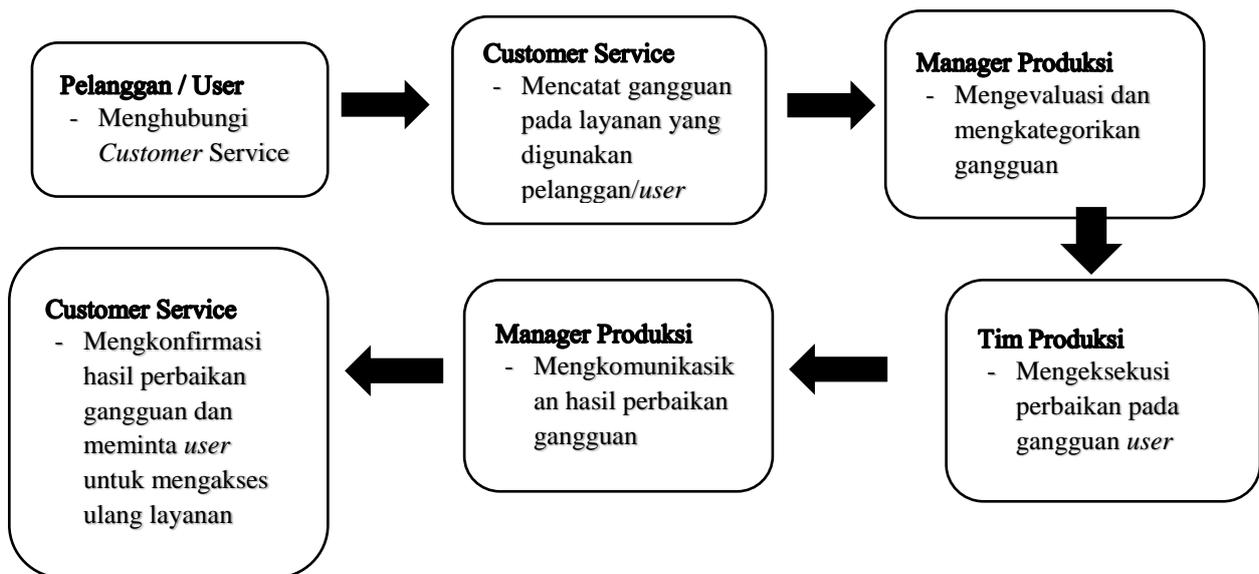
Terhitung sebanyak 51 lembaga telah menggunakan layanan dan aplikasi yang disediakan oleh MC Teknologi. Karena sebagian pelanggan masih belum mengerti bagaimana cara penggunaan softwrenya, cukup banyak keluhan atau komplain yang di terima oleh tim MC Teknologi. Komplain yang sering di keluhkan *user* yaitu terkait versi

perangkat yang digunakan kurang atau bahkan tidak *support* dengan software, dan gangguan jaringan. Tidak jarang ada juga *user* yang sering kali mengalami kesulitan diawal penggunaan layanan/software. Hal tersebut wajar terjadi dengan di pengaruhi beberapa faktor penyebabnya.

Untuk meminimalisir terjadinya *complain*, tim teknis akan mengadakan pelatihan atau *training* untuk calon *user* guna untuk mengenalkan dan mengedukasi pengguna terkait cara kerja, fitur, dan sistem yang berjalan di layanan tersebut. Pelatihan tersebut dapat dilakukan dengan dua cara. Tim teknis bersedia mengedukasi calon *user* dengan sistem *offline* atau tatap muka. Akan tetapi jika pihak calon *user* menginginkan pelatihan itu secara *online*, tim teknis juga akan sanggup melakukan pelatihan secara *online*. Bisa melalui *zoom*, ataupun dengan bantuan video tutorial yang sudah di siapkan oleh tim teknis. Pihak perusahaan akan memilih salah satu diantara kedua metode pelatihan tersebut sesuai dengan kesanggupannya masing-masing.

Selain dua cara diatas, MC Teknologi juga mempunyai program uji coba 14 hari. Dimana program itu dapat dimanfaatkan oleh calon *user* untuk mengeksplor dan menikmati fitur layanan. Jika dalam berjalannya waktu ditemukan masalah pada layanan yang mereka gunakan, *user* dapat menghubungi *Customer Service* MC Teknologi melalui via telepon yang telah di sediakan oleh tim MC Teknologi untuk menyampaikan masalah yang terjadi. Selanjutnya *Customer Service* akan menyambungkan informasi dari *user* kepada Manager Produksi untuk di evaluasi. Manager Produksi akan mengklasifikasikan permasalahan yang di adukan oleh *user*, sehingga Manager Produksi dapat mengetahui dimana letak permasalahan dari keluhan *user*. Dari hasil evaluasi tersebut, Manager Produksi akan menyampaikan permasalahannya kepada tim Tim Produksi yang menangani permasalahan tersebut. Setelah menyelesaikan permasalahan yang telah mereka terima, Tim Produksi akan menerima *update* perbaikan kemudian menyampaikankembali kepada *Customer Service* untuk menginformasikan kepada *user* agar mencoba kembali layanan yang tadinya mengalami gangguan.

Dari hasil penelitian, proses komunikasi yang di lakukan oleh tim MC Teknologi dalam menangani *complain* pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :

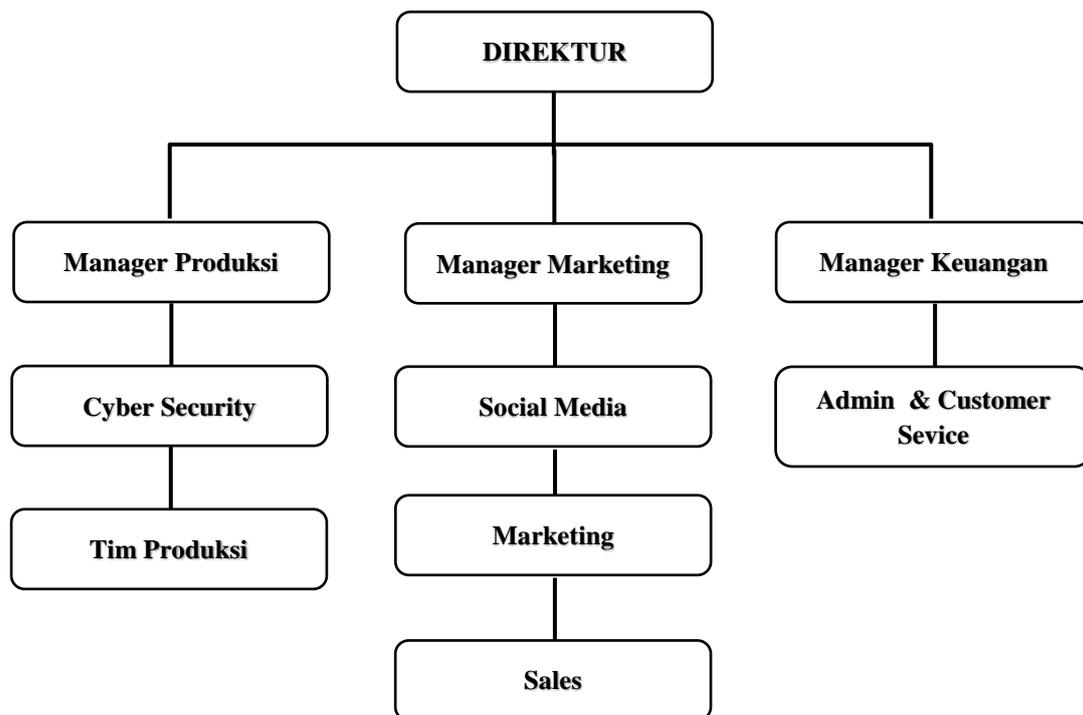


Gambar 4. Proses Komunikasi Saat Melakukan Perbaikan Gangguan Layanan

Proses pengaduan diawali dengan *user* menghubungi customer service MC Teknologi dan menyampaikan kendala apa saja yang sedang dialaminya perihal layanan yang digunakan. *User* akan menyebutkan secara detail apa saja yang menjadi kebingungan, kesulitan, bahkan gangguannya dalam mengoperasikan layanan yang sedang *user* gunakan. *Customer Service* juga akan mencatat dengan detail apa saja yang bantuan yang dibutuhkan oleh user-nya. Setelah itu, *Customer Service* akan meneruskan keluhan user kepada Manager Produksi. Oleh Manager Produksi, keluhan *user* akan di kaji ulang untuk mengkategorikan gangguan yang terjadi. Setelah Manager Produksi menemukan bagian apa yang memang memerlukan perbaikan, Manager Produksi kemudian meneruskannya kepada Tim Produksi berdasarkan kategori kerusakan yang telah di kaji oleh Manager Produksi tadi.

Hasil penelitian ini memperkuat pernyataan Fandy Tjiptono (2009), bahwa Manajemen keluhan adalah sistem untuk memantau sikap dan kepuasan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya sehingga manajemen dapat bertindak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

Berbagai tahapan MC Technology dalam merespon keluhan pengguna akan keterbatasan yang mereka hadapi, komunikasi yang efektif sangat penting untuk diterapkan oleh setiap bisnis. Terutama bagi perusahaan yang bergerak di industri jasa. Kemungkinan komplain bisa karena beberapa faktor, salah satunya adalah komunikasi di dalamnya. Oleh karena itu, komunikasi yang tidak efektif mempengaruhi kepuasan kerja. Menerapkan manajemen pengaduan yang tepat untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan layanan perusahaan. Selain itu, juga menjadi pertimbangan khusus untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan guna membangun citra perusahaan yang lebih baik.



**Gambar 5.** Struktur Organisasi PT. Mutiara Cemerlang Teknologi

Jika diamati dari sisi ruang lingkupnya, MC Teknologi dalam menjalankan tugasnya juga menerapkan komunikasi internal dan eksternal. Ditunjukkan saat *user* menghubungi dan menyampaikan keluhan atas layanan yang sedang dia gunakan. Begitu juga pada saat *Customer Service* mengkonfirmasi kepada *user* saat perbaikan telah selesai dilakukan dan meminta *user* untuk mencoba kembali layanannya. Kegiatan yang dilakukan antara *Customer Service* dan *user* itu merupakan komunikasi eksternal. Sedangkan saat *Customer Service* meneruskan apa saja gangguan yang sedang dialami *user* kepada Manager Produksi, kemudian komunikasi Manager Produksi dengan Tim Produksi untuk menyampaikan bagian mana saja yang perlu di lakukan perbaikan oleh Tim Produksi, dan komunikasi lainnya yang melibatkan satu karyawan dalam perusahaan merupakan komunikasi internal.

Peneliti melihat adanya beberapa arah komunikasi yang terjadi pada penelitian ini. Dalam komunikasi terkait penyampaian poin-poin yang dikeluhkan oleh *user* yaitu dari *Customer Service* ke Manager Produksi merupakan penyampaian informasi yang melewati batas-batas fungsional atau yang artinya, komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi lintas bagian/divisi. Komunikasi diagonal biasanya dilakukan untuk memastikan sebuah perintah kerja telah terlaksana dengan baik agar dapat di proses lebih lanjut. Selain itu informasi selesainya perbaikan juga akan di sampaikan oleh Manager Produksi ke *Customer Service* adalah komunikasi diagonal. Yang artinya komunikasi diagonal ini terjadi di awal dan di akhir dalam serangkaian pengelolaan komplain.

Dalam komunikasi antara Manager Produksi ke Tim Produksi terjadi sebuah arahan yang nantinya akan dilaksanakan perbaikan oleh Tim Produksi. Dalam proses komunikasinya, teknisi memastikan kembali poin-poin yang sedang dialami *user* telah selesai diperbaiki. Dalam proses ini terjadilah komunikasi dari atas kebawah. Yang artinya Manager Produksi memberikan amanat atau perintah kepada Tim Produksi untuk menyelesaikan perbaikannya tersebut, komunikasi ini terjadi secara lisan. Guna menghindari timbulnya *noise* saat sedang pengerjaannya.

Pendapat ahli semakin memperkuat hasil penelitian ini, yang mana menurut Katz dan Kahn dalam Purwanto (2003), komunikasi dari atas ke bawah memiliki lima tujuan pokok, yaitu: 1) Memberikan arahan atau instruksi kerja yang sesuai. Dalam hal ini penugasan yang diberikan oleh Manager Produksi kepada Tim Produksi. Agar Tim Produksi dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan gangguan yang sedang terjadi dapat terselesaikan dengan tepat

dan cepat. 2) Memberikan informasi mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan. Memberikan informasi kendala yang dikeluhkan oleh *user*, serta menjelaskan urgensi poin gangguan tersebut jika tidak segera dilakukan perbaikan. 3) Memberikan prosedur dan praktik organisasional. Manager Produksi memberikan arahan yang dapat di pahami Tim Produksi dengan baik. Kendala-kendala perbaikan yang terjadi dalam pengerjaannya, Manager Produksi cukup memiliki peran untuk andil didalamnya. 4) Memberikan umpan balik dalam pelaksanaan kerja kepada para karyawan. 5) menginformasi mengenai tujuan perusahaan yang ingin dicapai.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi yang dilakukan oleh PT. Mutiara Cemerlang Teknologi dalam menangani sebuah komplain dari pelanggan memiliki dua ruang lingkup atau dimensi, yaitu dimensi internal dan eksternal. Dimensi internal terjadi ketika tim MC Teknologi melakukan perbaikan gangguan berdasarkan keluhan user. Pihak yang terlibat didalamnya yaitu Manager Produksi dan Tim Produksi. Manager Produksi dan Tim Produksi memiliki keterkaitan saat melakukan perbaikan gangguan. Tim Produksi akan melaksanakan tugasnya sesuai dengan arahan Manager Produksi. Dari situ akan timbul sebuah komunikasi antar keduanya guna memvalidasi pengerjaan dan tahap tahap perbaikan yang dilakukan oleh Tim Produksi. Komunikasi yang terjadi pada Manager Produksi dan Tim Produksi merupakan komunikasi atas kebawah (*upward communication*).

Peneliti juga menemukan komunikasi diagonal pada proses penanganan gangguan pada *user*. Komunikasi diagonal ini melibatkan *Customer Service* dengan Manager Produksi. Dalam komunikasinya *Customer Service* ini berperan sebagai penyambung komunikasi antara *user* dan Manager Produksi. Beberapa bahasan yang di lakukan oleh *Customer Service* yaitu menginformasikan kendala *user* kepada Manager Produksi, menerima informasi terbaru terkait perbaikan yang telah di lakukan oleh Manager Produksi dan Tim Produksi, menyampaikan dan memastikan kepada *user* bahwa semua kendala sudah teratasi sehingga layanan yang *user* gunakan dapat kembali berjalan secara baik.

Informasi yang peneliti dapatkan dari informan penelitian ini, durasi waktu yang dibutuhkan untuk bisa menyelesaikan gangguan yang dialami oleh *user* tergantung pada kesulitan dan bagaimana kondisi jaringan pada saat itu. Karena kendala utama Tim Produksi dalam melakukan perbaikan adalah jaringan di masing-masing wilayah yang tidak bisa di prediksi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat, rahmat dan karunia serta mukjizat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal dengan judul “Komunikasi Manajemen Komplain PT. Mutiara Cemerlang Teknologi”. Dengan selesainya penulis ini, bukanlah menjadi sebuah akhir, melainkan suatu awal yang baru untuk memulai petualangan hidup yang baru.

Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini, yaitu kepada :

1. Orang tua yang telah banyak memberikan dukungan baik secara moril, materiil, spiritual kepada penulis selama kuliah hingga menyelesaikan penelitian ini.
2. Suami yang telah memberikan dukungan untuk bisa segera menyelesaikan penelitian ini.
3. Teman-teman seperjuangan, rekan-rekan mahasiswa/i prodi Ilmu Komunikasi tahun 2017, selama 4 tahun yang telah kita lewati bersama, merupakan kenangan yang tak terlupaakan.
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulisan jurnal ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

## REFERENSI

- [1] Mukarom, Zainal, *Teori-Teori Komunikasi*, Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, 2020.
- [2] W. HR, "Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Dalam Membangun Kepuasan Kerja di PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep," UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2014.
- [3] N. Ziana, "Metode Komunikasi PDAM Tirta Daroy Dalam Menyelesaikan Pengaduan Warga Kota Banda Aceh," Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2018.
- [4] V. D. S. M. H. Velani Ayu Ningtyas, "Pola Komunikasi PT. Apparel One Indonesia Terhadap Produktivitas Karyawan Pada Masa Pandemi Covid -19," *Syiar Jurnal Komunikasi dan Penyiaran*, vol. 1, p. 127, 2021.
- [5] I. R. A. K. G Astria, "Analisis Komunikasi Internal di Kantor Imigrasi Kelas 1 Jakarta Pusat Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik," *Jurnal Komunikatio*, vol. 2, no. 1, p. 16, 2016.
- [6] Z. Mukarom, *Tori-Teori Komunikasi*, Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah dan Komunikasi, 2020.
- [7] I. D. Hasanti, "Analisis Komunikasi Organisasi Antara Event Project Team dan Account Executive di Event Organizer Twisbless," *Jurnal Komunika*, vol. 8 No. 1, p. 35, 2019.
- [8] I. D. Hasanti, "Analisis Komunikasi Organisasi Antara Event Project Team dan Account Executive di Event Organizer Twisbless," *Jurnal Komunika*, vol. 8 N0 .1, p. 35, 2019.
- [9] E. Novianto, "Pola Komunikasi Organisasi PT. Sri Rejeki Isman Tbk. Antara Karyawan Produksi Dalam Penyampaian Informasi," Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2018.
- [10] S. W. Mursalim, "Analisa Manajemen Pengaduan Sistem Layanan Aspirasi Pengaduan Online Rakyat (LAPOR) Di Kota Bandung," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. XV Nomor 1, p. 4, 2018.
- [11] S. W. Mursalim, "Analisis Manajemen Pengadu Sistem Layanan Aspirasi Pengaduan Online Rakyat (LAPOR) di Kota Bandung," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. XV Nomor 1, p. 4, 2018.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*