

# Plagiasi Indry Eka Pradhani.docx

*by*

---

**Submission date:** 05-May-2023 08:06AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2084584176

**File name:** Plagiasi Indry Eka Pradhani.docx (276K)

**Word count:** 4249

**Character count:** 28920

## Komunikasi Manajemen Komplain PT Mutiara Cemerlang Teknologi

### 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 influences the direction of task delegation. So that from this effectiveness a conducive working climate will emerge. In a company that has a large number of employees, an effective communication strategy is needed to avoid misunderstandings when communicating. Every company in all fields, will not be far from complaints that are complained 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 communication is used in dealing with complaints or complaints complained by service users of PT Mutiara Cemerlang Teknologi. This study aims to analyze and describe the communication that occurs at PT Mutiara Cemerlang Teknologi in handling complaints from service users. This research is a qualitative descriptive study using a purposive sampling technique to determine informants. Data collection techniques through interviews, observation, documentation and literature study. The data analysis technique uses Miles and Huberman which consists of four components, namely data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions.*

### 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 pendelegasian tugas. Sehingga dari efektifitas tersebut akan muncul iklim kerja yang kondusif. Dalam sebuah perusahaan yang memiliki cukup banyak karyawan sangat diperlukan strategi komunikasi yang efektif guna menghindari kesalahpahaman ketika berkomunikasi. 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 pendelegasian tugas yang di sampaikan oleh pimpinan, sehingga keluhan tersebut dapat segera teratasi. Dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis ingin mengetahui komunikasi apa yang digunakan dalam mengatasi keluhan atau komplain yang dikeluhkan oleh pengguna layanan PT Mutiara Cemerlang Teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan komunikasi yang terjadi pada PT Mutiara Cemerlang Teknologi dalam menangani komplain dari pengguna jasanya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penentuan informan pada penelitian ini dengan menggunakan teknis *purposive sampling*. Pengumpulan data hasil penelitian ini melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi Pustaka. Kemudian untuk menganalisis data hasil wawancara peneliti menggunakan teori Miles dan Huberman, dimana teori tersebut terdiri dari empat komponen yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

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

## 1. 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. Maka dibutuhkan strategi yang berkaitan dengan sumberdaya manusia sekaligus komunikasi yang tepat untuk bisa menyesuaikan kebutuhan operasional yang dibutuhkan organisasi.

Akan tetapi dalam perjalanannya, menurut Zaenal Mukarom (2020) dalam bukunya Teori-Teori Komunikasi, sering kali tidak semua pesan dapat diterima dan difahami dengan baik oleh komunikan. Hal itu disebabkan oleh beberapa faktor penghambat komunikasi diantaranya, (1) kendala dalam mengembangkan pesan, (2) Masalah media sebagai alat dalam proses penyampaian pesan, (3) Masalah dalam menerima pesan, (4) Masalah dalam menafsirkan pesan.

Dalam organisasi adadua 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). 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. Faktir simbil, 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.

Ada beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini yaitu diantaranya penelitian yang di susun oleh Nurul Ziana (2018) yang berjudul “Metode Komunikasi PDAM Tirta Daroy dalam Penyelesaian Komplain Warga Kota Banda Aceh”, PDAM Tirta Daroy berpegang teguh pada kecepata, ketepatan, keramahan dan kenyamanan untuk meningkatkan efisiensi perusahaan. Selain itu PDAM Tirta Daroy juga melakukan dukungan fasilitas dan sumberdaya manusia, untuk mendukung penyelesaian pekerjaan dengan cepat. Metode komunikasi yang mendukung keluhan masyarakat kota Banda Aceh yaitu metode komunikasi segala arah dalam bentuk *Multi Step Flow Communication* atau komunikasi bertahap. Ketika pelanggan melakukan komplain akan ditangani oleh pegawai dan permasalahan tersebut akan di musyawarahkan bersama agar dapat teratasi dengan cepat dan tepat, dan tidak ada pihak manapun 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) 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) dalam penelitiannya yang berjudul “Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Dalam Membangun Kepuasan Kerja di PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep”, pada penelitian ini menggunakan pola komunikasi rantai. Contohnya jika seorang pimpinan ingin menyampaikan informasi tidak langsung kepada karyawan, tetapi harus melalui kepala divisi atau departemen terlebih dahulu, yang kemudian akan di teruskan kepada karyawan masing-masing departemen. System yang digunakan oleh PT. Semen Tonasa tersebut terbentuk karena didalamnya telah terbentuk sistem terstruktur. Faktor yang mendukung terbentuknya kepuasan kerja adalah adanya komunikasi yang terbuka dari pimpinan kepada karyawan, fasilitas pendukung yang sediakan perusahaan dan gaji yang cukup memuaskan. Selain itu ada juga faktor penghambatnya yaitu kesalah pahaman yang biasa terjadi antara pimpinan dan karyawan.

G Astria, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinata (2016), menguraikan komunikasi internal mengenai kegiatan penanganan komplain dari pemohon paspor. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa komunikasi internal yang terjadi diantara unit seksi tersebut terjadi secara langsung dan menggunakan media saluran telepon. Jenisnya terbagi menjadi dua bagian yaitu 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 2010 hingga saat ini dan telah bekerjasama dengan beberapa perusahaan BUMN serta perusahaan swasta. MC Teknologi bergerak di bidang jasa, lebih tepatnya perusahaan software-as-a-Service (SaaS) yang menyediakan automasi bisnis berbasis cloud yang terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas berbagai operasional bisnis. Seperti pengelolaan HR, akuntansi, sales, manajemen asset, digital marketing, ERP, dan customer relations. Selain itu MC Teknologi juga menawarkan beberapa jasa lainnya diantara lain yaitu jasa pembuatan *website*, pembuatan *email* bisnis, dan pengelolaan Google Ads.

Dalam waktu 1 (satu) bulan, MC Teknologi dapat menerima 5 (lima) hingga 7 (Tujuh) keluhan dari berbagai pelanggannya. Diantaranya merupakan keluhan **berkaitan perawatan software** (Aplikasi, Update Windows, dll) dan perawatan *hardware*. Untuk menangani keluhan-keluhan tersebut, PT Mutiara Cemerlang Teknologi harus berusaha maksimal untuk menyelesaikan permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan tersebut demi menjaga kepercayaan pelanggan dan citra perusahaan itu sendiri.

Dari semua penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Komunikasi Manajemen Komplain PT. Mutiara Cemerlang Teknologi dalam manajemen atau mengelola permasalahan pada layanan yang mereka terima dari beberapa klien yang telah menjalin kerjasama. Yang mana nantinya dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih saran, pemikiran, dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan judul penelitian. Sehingga penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu ide dan pikiran sehingga dapat menjadikan sebagai proses pembelajaran terutama yang berhubungan dengan sumberdaya yang berkaitan dengan komunikasi manajemen komplain dalam menangani keluhan dari klien.

## **2. Tinjauan Pustaka Komunikasi Organisasi**

Menurut Zaenal Mukarom (2020 : 164), <sup>3</sup> Komunikasi Organisasi adalah proses interaksi yang dinamis diantara unit-unit organisasi baik secara formal maupun informal berkenaan dengan pengaturan hak, kewajiban, tugas, wewenang, peran, fungsi dan distribusi kekuasaan dari unit-unit yang saling berhubungan dan bekerjasama satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Pace dan Faules (dalam Ishak, 2012) menambahkan bahwa komunikasi organisasi merupakan pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit komunikasi (orang dalam jabatan) yang merupakan bagian dari suatu organisasi. Sebuah organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi yang terhubung secara hierarkis antara yang lain.



**Tabel 1.** Sistem Komunikasi Organisasi

Berdasarkan dimensinya, Lawrence D. Brennan berpendapat bahwa komunikasi organisasi terbagi menjadi dua, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal merupakan pertukaran gagasan antar para administrator dan karyawan dalam perusahaan atau yang membentuk dengan strukturnya (organisasi). Pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan adalah bentuk komunikasi dalam pelaksanaan pekerjaan. Adapun komunikasi eksternal ialah komunikasi yang terjadi antara pimpinan organisasi dengan public diluar lingkungan organisasi yang bersifat timbal balik, atau komunikasi dari organisasi kepada publik dan dari publik kepada organisasi.

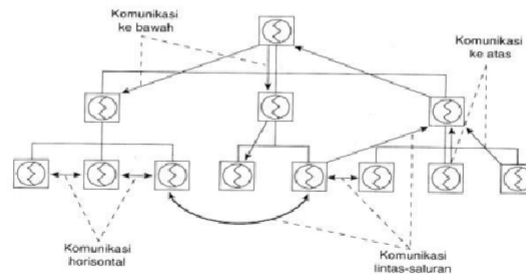
Pertukaran informasi dalam suatu organisasi adalah suatu proses yang dinamis. Dimana proses ini berlangsung terus menerus dan dapat berubah sewaktu-waktu. Akan tetapi komunikasi terjadi sepanjang waktu. Pace & Faules (dalam Sidauruk, 2013) menjelaskan bahwa arah komunikasi terbagi menjadi empat, yaitu :

- a. Komunikasi ke Bawah  
Komunikasi ini bisa disebut dengan (*Downward Communication*) yang artinya informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada jabatan yang secara hierarkis lebih rendah.
- b. Komunikasi ke Atas  
Komunikasi ini bisa disebut dengan (*Upward Communication*), artinya informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia).
- c. Komunikasi Horizontal

Terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan-rekan dalam organisasi atau perusahaan dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama.

d. **Komunikasi Diagonal**

Penyampaian informasi yang melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka.



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

Selain itu, Katz dan Khan juga menguraikan perihal komunikasi dari atas ke bawah yang merupakan saluran yang paling sering digunakan dalam komunikasi dalam organisasi. Arus komunikasi ini adalah penyampaian pesan dari pimpinan ke karawan. Proses komunikasi yang terjadi didalam organisasi khususnya yang menyangkut komunikasi antara atasan dan bawahan merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Komunikasi yang efektif tergantung pada hubungan antara atasan bawahan yang dibangun berdasarkan suasana organisasi yang positif.

Katz dan Kahn dalam Purwanto (2003) menjelaskan komunikasi dari atas ke bawah memiliki lima tujuan pokok, yaitu: 1) Memberikan arahan atau instruksi kerja tertentu 2) Memberikan informasi mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan 3) Memberikan prosedur dan praktik organisasional 4) Memberikan umpan balik pelaksanaan kerja kepada para karyawan 5) Menyajikan informasi mengenai aspek ideology dalam membantu organisasi menamakan pengertian tentang tujuan yang ingin dicapai.

Teori Sistem adalah salah teori komunikasi organisasi yang diperoleh dari beberapa pemikiran para ahli. Tokoh utama teori ini adalah Karl Weick. Weick menggunakan teori system untuk menjelaskan pengaruh informasi yang berasal dari luar organisasi ke dalam internal organisasi dan sebaliknya, untuk memahami bagaimana organisasi mempengaruhi lingkungan eksternalnya. Menurutnya organisasi adalah suatu system yang menyesuaikan dan menipang dirinya dengan mengurangi ketidakpastian yang di hadapinya. Suatu system bersifat manusiawi. Manusia tidak hanya menjalankan organisasi; manusia merupakan oraganisasi tersebut. Semakin sedikit ketidakjelasan pesan yang dimasukkan ke dalam system, semakin mudah menggunakan aturan yang sudah di tentuka. Sebaliknya, semakin banyak ketidakjelasan pesan yang dimasukkan ke dalam system, semakin besar kemungkinan digunakannya siklus komunikasi (interaksi ganda) untuk menangani ketidakpastian itu.

### Manajemen Komplain

Komplain pelanggan diartikan sebagai *feedback* atau umpan balik dari pelanggan yang cenderung bersifat negatif yang ditujukan kepada perusahaan atau organisasi, keluhan

pelanggan bisa dilakukan secara lisan maupun tertulis (Bell & Luddington, 2006:18). Komplain pelanggan menurut Rusadi (2004:56) merupakan ungkapan dari ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen. Yang dimana jika itu diabaikan akan menjadikan citra buruk bagi organisasi tersebut.

Manajemen komplain yaitu sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang metode-metode dalam menangani dan mengelola keluhan dari customer. Secara umum yang dimaksud dengan manajemen komplain menurut Fandy Tjiptono adalah suatu sistem yang digunakan untuk memonitor sikap dan kepuasan para pelanggan, penyalur, dan partisipan lain dalam system pemasaran sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah. Manajemen keluhan muncul karena adanya masalah-masalah yang ditimbulkan oleh pelayanan publik, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta. Manajemen komplain yang efektif memiliki karakteristik utama yaitu : (1) *Comitment*, (2) *Visible*, (3) *Accesible*, (4) Sederhana, (5) Cepat, (6) *Fair*, (7) *Konfidensia*, (8) *Records*, (9) Sumber daya, (10) *Remidy*.

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. Seperti pendapat Tjiptono (2009) manajemen pengaduan (*complain*) merupakan suatu sistem yang digunakan untuk memonitori sikap dan kepuasan para pelanggan dan partisipan lain sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode penelitian ini digunakan peneliti untuk menganalisis komunikasi apa yang di terapkan PT Mutiara Cemerlang Teknologi dalam menangani keluhan atau komplain yang terjadi dalam perusahaan tersebut, selain itu agar fokus penelitian sesuai dengan kenyataan di lapangan dan teori yang digunakan oleh peneliti.

<sup>4</sup> Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di MC Teknologi yang terletak di Desa Banjarbendo. Lokasi penelitian merupakan tempat yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan guna mencapai tujuan dari penelitian.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam hal ini peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data. Dengan beberapa kriteria yang di tentukan yaitu informan merupakan karyawan tetap pada perusahaan tersebut, kemudian informan juga merupakan kepala divisi atau anggota divisi yang terkait dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik penganalisisan data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

MC Teknologi merupakan perusahaan penyedia jasa yang berfokus pada jasa layanan penunjang bisnis secara online. MC Teknologi percaya bahwa setiap bisnis patut memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang. Berpegangan pada pedoman tersebut, MC Teknologi terus berinovasi untuk mendorong perkembangan beragam bisnis di Indonesia melalui penggunaan 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 Indo Lintas Telekom	Provider	IL.Mta (Software Indus)
4	PT Group Cemerlang Placidia	Provider	ERP (Enterprise Resource Planning)
7	ID Salvo Telekom	Jasa	Website Telekom
8	PT Indo Lintas Telekom	Provider	Penjualan: Mta, Salvo & Fina IL.Mta
12	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google Suite
13	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google Suite
16	PT Loggia Jaya Abadi	Jasa	Website Cemerlang
20	PT Uggul Salvo Mula	Provider	MCT Kemas, MCT Aset
21	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Domain & Hosting
22	PT Group Cemerlang Placidia	Jasa	Website & Hosting
23	PT Group Cemerlang Placidia	Jasa	Google Suite
24	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google Suite
26	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google AdWords/SEO
29	PT Indo Lintas Telekom	Provider	IL.Mta (Software Indus)
31	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google AdWords/SEO
34	PT Group Cemerlang Placidia	Jasa	Google Suite
35	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google Suite
36	PT Collio-MIPA, Indonusa	Jasa	Google Suite
37	PAK Erlaha (Husada Centre Sarabaya)	Jasa	Google AdWords/SEO
38	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google AdWords/SEO
39	PT Collio-MIPA, Indonusa	Jasa	Google Suite
40	PT Group Cemerlang Placidia	Jasa	Google Suite
41	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google Suite
45	IDP Salvo Telekom	Jasa	Website Telekom (reader)
47	ID Salvo Telekom	Jasa	Website Telekom (reader)
48	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google Suite
49	PT Kemitahde Jaya Berasana	Jasa	Google AdWords/SEO
50	PT Group Cemerlang Placidia	Jasa	Google Suite
51	PT Uggul Salvo Mula	Provider	MCT Finance

Tabel 3. Pengguna Layanan PT. Mutiara Cemerlang Teknologi

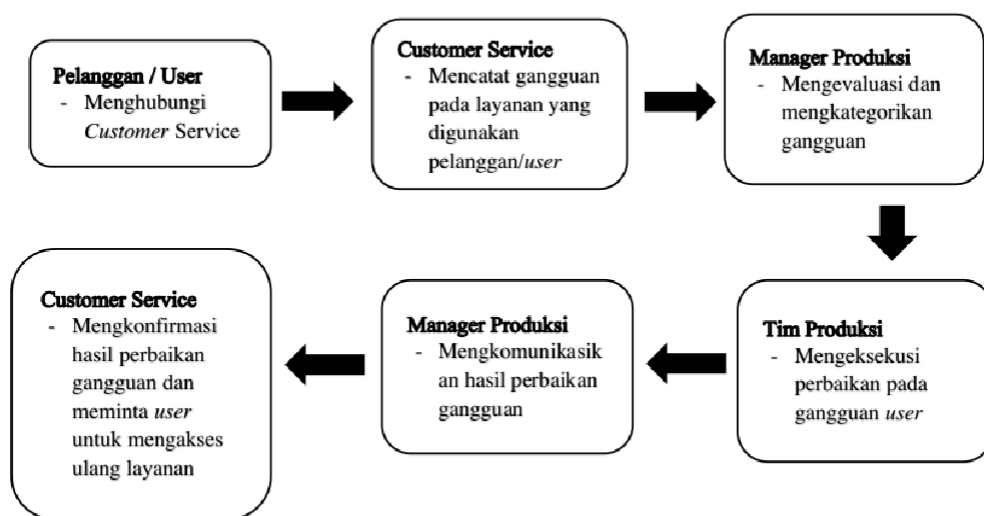
Terhitung sebanyak 51 lembaga telah menggunakan layanan dan aplikasi yang disediakan oleh MC Teknologi. Karena sebagian pelanggan masih belum mengerti bagaimana cara penggunaan softwrenya, cukup banyak keluhan atau komplain yang di terima oleh tim MC Teknologi. Komplain yang sering di keluhkan *user*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



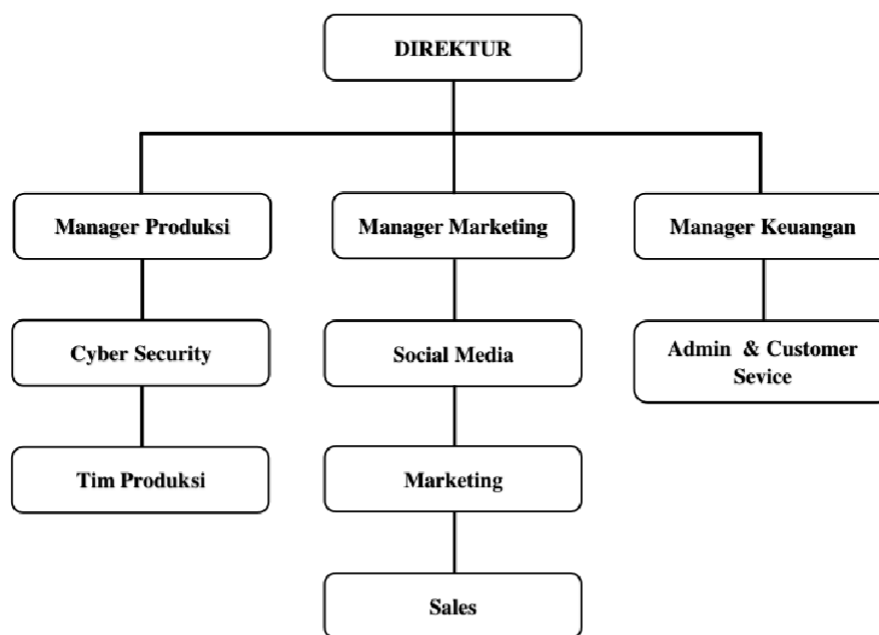
Tabel 4. Proses Komunikasi Saat Melakukan Perbaikan Gangguan Layanan

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 usernya. 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<sup>5</sup>

Hasil penelitian ini memperkuat pernyataan Fandy Tjiptono (2009), bahwa manajemen pengaduan (*complain*) merupakan suatu sistem yang digunakan untuk memonitori sikap dan

kepuasan para pelanggan dan partisipasi lain sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

Beberapa tahapan MC Teknologi dalam menanggapi sebuah komplain atau keluhan *user* atas kendala yang sedang mereka alami, komunikasi yang efektif sangat penting di terapkan oleh setiap perusahaan. Terutama untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Potensi komplain muncul dapat diakibatkan dari beberapa faktor, salah satunya komunikasi yang terjadi di dalamnya. Oleh karena itu, komunikasi yang tidak efektif akan mempengaruhi kepuasan kerja. Penerapan manajemen komplain yang tepat agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Selain itu juga pemberian pelayanan terbaik kepada pelanggan juga menjadi perhatian khusus untuk agar dapat membangun citra perusahaan semakin baik lagi.



Tabel 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* meneruskna 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 pelaksanaan kerja kepada para karyawan. 5) Menyajikan informasi mengenai aspek ideology dalam membantu organisasi menanamkan pengertian tentang tujuan yang ingin dicapai.

Pada akhirnya dalam penelitian ini peneliti menemukan suatu hubungan yang saling berkaitan dalam pola kerja yang terjadi di PT. Mutiara Cemerlang Teknologi saat mengelola sebuah keluhan *user*. Komunikasi yang terjadi antara Manager Produksi dan Tim Produksi menjadi acuan keberhasilan penyelesaian komplain. Dari proses pengkajian oleh Manager Produksi sampai dengan pengerjaan perbaikan oleh Tim Produksi merupakan rangkaian komunikasi *upward communication* atau komunikasi dari atas ke bawah. Hal ini di yakini oleh Katz dan Khan (2003) bahwa proses komunikasi yang terjadi didalam organisasi khususnya yang menyangkut komunikasi antara atasan dan bawahan merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Komunikasi yang efektif tergantung pada hubungan antara atasan bawahan yang dibangun berdasarkan suasana organisasi yang positif.

## 5. 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.

## 6. Referensi

Mukarom, Zaenal. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <http://digilib.uinsgd.ac.id/31495/>

HR, Wahyuni. (2014). *Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan Dan Karyawan Dalam Membangun Kepuasan Kerja Di PT Semen Tonasa Kabupaten Pangkep*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. <http://repository.uin-alauddin.ac.id/6828/>

Wijaya, Candra. Erika Rahma Siregar. Ratih Alinda BR Barus. Afifah Zahraini. Febroza Dekka M. Y. Siti Munawaroh. (2022). *Pengaruh Komunikasi Internal dalam Membangun Budaya Organisasi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. <https://journal.ipb.ac.id>

Ziana, Nurul. (2018). *Metode Komunikasi PDAM Tirta Daroy Dalam Penyelesaian Komplain Warga Kota Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. <https://repository.ar-raniry.ac.id/4263/2/Nurul%20Ziana.pdf>

Ningtyas, Velani Ayu. Viro Dharma Saputra. Miftahul Huda. (2021). *Pola Komunikasi PT Apparel One Indonesia Terhadap Produktivitas Karyawan Pada Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Selamat Sri Kendal. <https://media.neliti.com/media/publications/359398-pola-komunikasi-pt-apparel-one-indonesia-42fb528d.pdf>

Astria, G., IA Ratnamulyani.,AA Kusumadinata. (2016). *Analisi Komunikasi Internal di Kantor Imigrasi Kelas 1 Jakarta Pusat Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik*. Universitas Djuanda Bogor. <https://ojs.unida.ac.id/JK/article/view/197/962>

Subekti, Dera Sri Mega Putri. (2013). *Manajemen Komplain Pelanggan Dalam Rangka Peningkatan Pelayanan di RSUD Dr. Iskak Tulungagung*. Universitas Airlangga. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-Dera%20Sri%20Mega%20Putri%20Subekti.pdf>

Windarti, Anis., Djoko Santoso TH., Anre N. Rahmanto. (2013). *Implementasi Manajemen Komplain Dalam Upaya Peningkatan Pelayanan Prima Pada Bagian Customer Service PT Telkom Surakarta*. Universitas Sebelas Maret Surakarta. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/34728/OTEzMDM=/Implementasi-manajemen-komplain-dalam-upaya-peningkatan-pelayanan-prima-pada-bagian-customer-service-pt-telkom-Surakarta-COVER.pdf>

Hasanti, Innaka Dwi. (2019). *Analisis Komunikasi Organisasi Antara Event Project Team dan Account Executive di Event Organizer Twisbless*. STIKOM The London School of Public Relation. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/2072>

Mursalim, Siti Widharetno. (2018). *Analisis Manajemen Pengaduan Sistem Layanan Aspirasi Pengaduan Online Rakyat (LAPOR) Di Kota Bandung*. STIA-Lembaga Administrasi Negara Bandung. [https://jia.stialanbandung.ac.id/index.php/jia/article/download/128/pdf\\_1](https://jia.stialanbandung.ac.id/index.php/jia/article/download/128/pdf_1)

# Plagiasi Indry Eka Pradhani.docx

---

## ORIGINALITY REPORT

---

**14%**

SIMILARITY INDEX

**14%**

INTERNET SOURCES

**2%**

PUBLICATIONS

**5%**

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

**1**

[repository.untag-sby.ac.id](https://repository.untag-sby.ac.id)

Internet Source

**5%**

**2**

[jurnal.kominfo.go.id](https://jurnal.kominfo.go.id)

Internet Source

**3%**

**3**

[core.ac.uk](https://core.ac.uk)

Internet Source

**2%**

**4**

[www.researchgate.net](https://www.researchgate.net)

Internet Source

**2%**

**5**

Submitted to Universitas Negeri Padang

Student Paper

**1%**

**6**

[media.neliti.com](https://media.neliti.com)

Internet Source

**1%**

**7**

[repository.umsu.ac.id](https://repository.umsu.ac.id)

Internet Source

**1%**

---

---

Exclude quotes      Off  
Exclude bibliography      On

Exclude matches      < 1%

