

Excellent Service Communication Strategy For Halal Supervisors PT.EkosJaya Abadi Lestari

Strategi Komunikasi Pelayanan Prima Penyelia Halal PT.EkosJaya Abadi Lestari

Chofifa Listianah¹⁾, Nur Maghfira Aesthetika^{*,2)}

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Korespondensi: fira@umsida.ac.id

Abstract. *Halal Supervisor Prime Service is one of the capability efforts in an approach that is applied by the company as the transmission of information to customers. Because in general service is needed to improve the quality and effectiveness of communication within the company. This study uses Weber's theory of bureaucracy with Taylor's approach as a connector related to structure facilitating upward, downward and cross-system coordination. The purpose of this study is to determine how the communication strategy for excellent service for halal supervisors at PT.EkosJaya Abadi Lestari is to attract customers to how the communication encouragement is given in each service so that customers feel satisfied from the various services provided. This research uses qualitative methods with Deskriptif analysis with data collection techniques through interviews to gather informatio.*

Keywords - *Halal supervisor communication strategy, halal excellent service quality, customer satisfaction*

Abstrak. Pelayanan Prima Penyelia halal merupakan salah satu upaya kemampuan dalam suatu pendekatan yang diterapkan perusahaan sebagai transmisi informasi kepada pelanggan. Karena pada umumnya pelayanan sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi dalam perusahaan. Penelitian ini menggunakan teori R Wayne pace, Brent D. Paterson, dan M.Dallas Burnet. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana strategi yang digunakan dalam PT EkosJaya Abadi Lestari teradap pengurusan penyelia Halal salah satunya dengan menerapkan tiga komponen penting dalam komunikasi yakni To Secure Understanding yakni memastikan pesan diterima oleh komunikan, To Establish acceptance yakni membina penerimaan pesan, dan To Motivate Action yakni dengan kegiatan yang dimotivasi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis Deskriptif teknik pengumpulan data melalui wawancara untuk mengumpulkan informasi.

Kata Kunci - *Strategi komunikasi penyelia halal, Kualitas Pelayanan prima halal,kepuasan customer*

I. PENDAHULUAN

Tolok ukur pencapaian pelayanan konsumen adalah kualitas sumber daya manusia yang dijadikan faktor dominan untuk beberapa parameter. Oleh karena itu peran komunikasi dalam setiap tugas harus memiliki model interaktif yang selaras dengan pelayanan, karena komunikasi yang efektif dapat memberikan pelayanan prima yang berdampak signifikan terhadap motivasi dan kinerja pegawai [1].

Di era Revolusi Industri 4.0 saat ini, sistem pelayanan merupakan upaya untuk memilih konsep pendekatan sistem. Pada dasarnya program pelayanan pelanggan yang prima merupakan salah satu konsep yang dikembangkan sedemikian rupa sehingga pelayanan menjadi salah satu alat yang sangat penting dalam pelaksanaan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Pelayanan prima berfokus pada upaya merchant untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen sebagai pelaku bisnis. Pengertian pelayanan prima setidaknya mencakup tiga aspek utama. Salah satunya adalah pendekatan sikap terkait dengan melayani pelanggan melalui praktik terbaik. Tujuannya adalah untuk memuaskan pelanggan dengan memberikan umpan balik, mis. B. Respon ramah, akurat dan cepat. Selain itu, pelayanan prima memposisikan pelanggan sebagai mitra dalam menciptakan pelayanan yang optimal untuk menghasilkan kepuasan pelanggan [2].

Oleh karena itu, pendekatan yang dianut dalam sistem komunikasi memiliki berbagai aspek, salah satunya adalah komunikasi dalam lingkungan kerja yang merupakan hal mendasar dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, memungkinkan orang untuk membangun referensi dan menggunakannya sebagai panduan untuk apa yang mereka temui. Melalui komunikasi, orang dapat mempelajari dan menerapkan cara-cara untuk mengatasi masalah dalam kehidupan sosial. Dalam konteks pekerjaan, komunikasi interpersonal adalah salah satu proses pertukaran informasi dan komunikasi antara manajer dan karyawan di perusahaan, yang hasilnya adalah struktur yang diucapkan, yaitu. H. pengembangan strategi layanan berdasarkan konsep layanan pelanggan tiga-menang. Karena layanan ini adalah solusi terbaik untuk semua pihak menang atau menang. Pertukaran ide secara horizontal dan vertikal yang menciptakan kerja efektif [4].

Dengan demikian, komunikasi memegang peranan penting dalam hubungan yang tercipta untuk kelangsungan individu dalam lingkungan kerja yang dihadapinya. Keyton mengungkapkan bahwa unsur-unsur komunikasi meliputi sarana komunikasi, pesan, media, sarana komunikasi, dan efek sebagai unsur dalam mempelajari masalah komunikasi yang efektif. Karena proses komunikasi ditentukan oleh kualitas dan efisiensi komunikasi [5]. Strategi komunikasi dalam kehidupan kerja berarti pertukaran informasi dan gagasan secara verbal dan non-verbal oleh seseorang atau kelompok dalam organisasi eksternal atau internal. Tujuan keseluruhan dari strategi komunikasi adalah untuk menciptakan kepemimpinan yang berkomitmen dan terkoordinasi serta membuat perubahan yang mempengaruhi kesejahteraan organisasi [6]. Dalam sebuah perusahaan, pelayanan prima merupakan bentuk pelayanan dari era industri yang berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan [7]. Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu bentuk strategi dalam meningkatkan pelayanan publik terhadap industri yang bergerak. Pada hakekatnya strategi mengacu kepada konsep, pendekatan, dan rencana program sebagai penggerak dalam setiap bisnis yang diciptakan.

Padahal menurut [8], pelayanan prima adalah salah satu pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan baik secara internal maupun eksternal berdasarkan standar dan prosedur pelayanan. Oleh karena itu, pelayanan prima merupakan hal terpenting untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan prima yang memenuhi persyaratan kualitas oleh karenanya merupakan pelayanan yang memenuhi harapan masyarakat dan menghasilkan kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan. Isu ini merupakan upaya yang sangat serius untuk mendapatkan kredibilitas guna meningkatkan kemudahan dan prioritas pelayanan yang diberikan oleh masyarakat. Manfaat pelayanan prima bagi perusahaan terletak pada peningkatan hubungan pelanggan dan pelayanan publik, serta mendorong inovasi dan kreativitas dalam pemberian pelayanan, karena pelayanan yang terbaik dihasilkan dari tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pelayanan publik. Semakin baik layanan yang ditawarkan, semakin baik pelanggan mengingat dan selalu memikirkan layanan prima. Ini adalah kunci yang paling penting untuk keberhasilan perusahaan.

Ditinjau dari data *State Of The Global Islamic Economy* tahun 2019 menunjukkan bahwa Indonesia masih berada di urutan 5 diantara 15 negara lainnya yang memiliki potensi untuk mengembangkan gaya hidup halal. Sebagai upaya mendukung pelayanan prima maka Indonesia memiliki undang-undang yang diberlakukan di kawasan Indonesia wajib memiliki sertifikasi halal. Dalam tahap ini pelayanan prima dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung, diantaranya yakni dengan memberikan pelayanan agar memenuhi standar kepuasan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal pada perusahaan. Dengan demikian, maka pentingnya tugas penyelia halal bagi perusahaan yang bergerak pada bidang industri sangat diuntungkan karena tugas pokok penyelia halal sebagai pengawas PPH (Proses Produk Halal) di suatu perusahaan yang beroperasi. Tanggung jawab utama Penyelia Halal adalah menentukan tindakan perbaikan dan pencegahan, mengoordinasikan PPH dan bekerja sama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dalam pemeriksaan. Oleh karena itu, sebagai pengawas halal harus Islami, memiliki visi yang komprehensif, komunikasi yang baik dan potensi kinerja yang baik, yang ditentukan oleh manajemen dan dilaporkan kepada BPJPH [9].

Untuk mendukung pengawas Halal, perusahaan industri di Indonesia khususnya di bidang kosmetik membuat undang-undang Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Oleh karena itu, setiap produk yang diedarkan harus memiliki sertifikat Halal, baik itu makanan, kosmetik, obat fashion maupun produk yang dikonsumsi masyarakat umum. Pengawas halal biasanya bertanggung jawab untuk memberikan jaminan proses produk halal kepada konsumen, baik dari segi bahan maupun proses produksinya. Dengan demikian, setiap perusahaan wajib memastikan bahwa produknya benar-benar halal, karena penyelia halal biasanya memegang peranan penting dan bertanggung jawab atas produk tersebut [10].

Untuk memperkuat data informasi terkait Strategi Komunikasi Penyelia Halal, maka penulis memanfaatkan 3 artikel sebagai bahan media informasi penelitian. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Indah Fadilah dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Teman Halal Dalam Mensosialisasikan Halal *Lifestyle*” Menyatakan bahwa keberhasilan teman halal dalam membentuk strategi komunikasi yakni untuk mensosialisasikan gaya hidup didukung oleh beberapa faktor pendukung, diantaranya dengan memanfaatkan *followers* untuk menjangkau informasi terkait produk halal yang wajib diketahui oleh umat muslim, untuk menyebarkan apa tugas BPOM halal atau MUI sebagai sumber pesan yang diterima. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis SWOT untuk mengenali peluang baik secara internal maupun eksternal dengan menggunakan mini riset serta desain yang kreatif. [1]

Selain itu, Difa Gita yang berjudul “Strategi Komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal untuk Menyebarluaskan Urgensi Sertifikasi Halal” menyatakan bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui formula strategi komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal, sertifikat Halal. Juga, Anda akan mengetahui implementasi strategi komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal dalam penyebaran sertifikat Halal, dan dalam pemilihan sarana komunikasi, dalam persiapan dan penyajian pesan, dalam pemilihan media, dan dalam pilihan dan presentasi. dari penonton. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis yaitu. H. penelitian yang memahami fenomena yang dialami subjek. R Wayne Pace, Breat D Parteson, dan M Dallas Burnet menyatakan dalam bukunya Teknik Komunikasi Efektif bahwa tujuan utama dari strategi komunikasi terdiri dari tiga yang pertama. Untuk memastikan pemahaman yang memastikan bahwa komunikasi memahami pesan yang diterima, cara kedua adalah menciptakan penerimaan. Ketika komunikator telah memahami dan menerima, penerima harus termotivasi dan tindakan komunikatif harus termotivasi untuk bertindak termotivasi. [11]

Kajian “Pengaruh Pelayanan Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen” oleh Khomsatun Sodifa menyatakan bahwa tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen, dengan tujuan pemberian pemaaf Sertifikat Halal MUI. Jaminan kehalalan produk mempengaruhi tingkat kualitas produk. kepuasan sebagai konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan studi kasus pada sebuah rumah makan di Desa Pawon Simbah Kabupaten Malang.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu menentukan bagaimana Strategi Komunikasi Pelayanan Prima Penyelia Halal Pada PT. EkosJaya Abadi Lestari untuk menarik perhatian *customer* terhadap bagaimana dorongan komunikasi yang diberikan di setiap pelayanan agar customer merasa puas dari berbagai pelayanan yang diberikan. Salah satunya dengan memberikan pelayanan prima sesuai dengan kebutuhan customer. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas dan implementasi strategi komunikasi pelayanan halal Sehingga karyawan diajarkan untuk lebih mengenal bagaimana setiap susunan komunikasi yang lebih aktif di setiap organisasi dan berinteraksi terhadap *customer* sehingga timbul komunikasi interpersonal dalam sebuah organisasi di setiap perusahaan.

Proses operasional dalam strategi ini mengacu pada pertumbuhan vertikal dan horizontal organisasi dari manajer menjadi penyelia halal, penyelia halal terhubung dengan pelanggan. Proses ini terkait dengan rantai komando atau dimensi vertikal organisasi. Pembagian kerja ke dalam tugas-tugas yang diberikan terkait dengan proses operasional dan perluasan horizontal organisasi. Secara umum, perilaku komunikasi biasanya dipandang sebagai ekspresi dari karakteristik dasar suatu organisasi, karena jelas bahwa komunikasi tidak mencerminkan proses penting, tetapi menciptakan struktur. Sehingga dapat kita ketahui bahwa realitas organisasi merupakan tatanan sosial yang muncul dalam interaksi, dengan interaksi maka strategi komunikasi yang dihasilkan sejalan dengan apa yang diharapkan dari peningkatan kualitas layanan manajemen halal. Ada tiga fase utama dalam proses pengorganisasian, yang pertama adalah fase presentasi. Pada fase ini, lingkungan kerja diciptakan kembali dalam siklus komunikasi di mana informasi disimpan, dan fase (berturut-turut) adalah fase negosiasi yang mempengaruhi keadaan akhir. salah satu diantara mereka. adalah mempengaruhi pelanggan untuk meningkatkan citra baik dari produk halal yang dipromosikan. [12, 2, 2] menyatakan bahwa keputusan komunikasi tentang kualitas dan kuantitas negosiasi mengarah pada peningkatan layanan pemeriksaan halal PT Ekos Jaya. . Jika perilaku bersifat subjektif maka komunikasi yang dihasilkan bergerak secara berpola maka secara tidak langsung customer merasa nyaman dengan adanya hubungan timbal balik yang diberikan oleh perusahaan. Dengan demikian dalam penelitian ini teori R Wayne pace, Brent D. Paterson, dan M.Dallas Burnet sangat berpengaruh besar karena di dalamnya terdapat bagaimana cara mengorganisasikan untuk memantau bagaimana jalannya perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, kondisi lingkungan kerja juga mempengaruhi kualitas pelayanan. Karena pada dasarnya kelangsungan hidup sebuah organisasi perusahaan tergantung dengan adanya tekanan yang diberikan pada seberapa baik kesesuaian untuk terus tumbuh dan terus hidup dalam menjalankan kualitas pelayanan. [2]

Berdasarkan deskripsi diatas, maka tujuan penelitian ini adalah menentukan bagaimana strategi komunikasi pelayanan prima penyelia halal pada PT.EkosJaya Abadi Lestari untuk menarik customer terhadap bagaimana dorongan komunikasi yang diberikan di setiap pelayanan agar customer merasa puas dari berbagai pelayanan yang diberikan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan nantinya dapat menerapkan strategi sebagai langkah utama dalam mencapai hasil yang baik dalam jangka panjang serta untuk memperbaiki kualitas pelayanan baik dari segi pelayanan jasa maupun kualitas produk yang mampu memuaskan semua konsumen. [3]

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini adalah teori strategi R. Wayne Pace, Brent D. Paterson dan M. Dallas Burnet, dimana strategi komunikasi terdiri dari tiga yang pertama. Untuk memastikan pemahaman, yaitu memastikan bahwa komunikator memahami pesan yang diterima, cara kedua adalah dengan menciptakan penerimaan. Ketika komunikator memahami dan

menerima, penerima dan kegiatan komunikasi termotivasi. Informan penelitian ini adalah direktur perusahaan dan pengawas halal PT. Ekos Jaya Abadi Lestari Selain itu, penelitian kepustakaan berfungsi sebagai bahan informasi dalam memaparkan topik permasalahan yang diangkat. Lokasi usaha dalam penelitian ini adalah PT. EkosJaya Abadi Lestari yang bekerja di industri kosmetik.

III. PEMBAHASAN

Teori yang digunakan saat itu adalah R Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet. Karena pesan yang diterima ketika komunikator telah memahami pesannya, pada hakikatnya memerlukan beberapa komponen dalam tahap komunikasi, salah satunya adalah menjamin pemahaman yaitu memastikan pesan sampai kepada komunikator, menciptakan penerimaan, mendorong penerimaan pesan. sebuah pesan. dan memotivasi tindakan, yaitu melalui tindakan yang termotivasi. Untuk mengembangkan strategi komunikasi, faktor pendukung dan penghambat harus diperhatikan. Untuk memperbaikinya, strategi komunikasi memerlukan komponen-komponen penting, diantaranya tiga komponen penting berikut ini. *To Secure Understanding*

Yakni memastikan pesan diterima oleh komunikan bawasanya dalam membentuk sebuah strategi dalam pelayanan sangat bergantung apa yang disampaikan. Jika komunikasi yang disampaikan searah dan terstruktur maka komunikasi dapat diterima baik oleh komunikan. Selain itu, pentingnya suatu action untuk membentuk karakter pada diri juga mempengaruhi lingkungan, semakin baik pelayanan yang diberikan dari pihak perusahaan maka semakin tinggi kepercayaan customer terhadap perusahaan. Tujuan utama adanya *To Secure Understanding* adalah memastikan bahwa perusahaan telah mencapai batas maksimum kepercayaan pelanggan setia yang sudah memercayakan produk kosmetik untuk dikelola oleh perusahaan.PT.EkosJya Abadi Lestari Maksud dari adanya *To Secure Understanding* ini adalah membentuk strategi utama dalam bidang marketing, karena persaingannya sangat ketat maka kami dari pihak perusahaan mempromosikan produk kita dengan label sudah halal dan sudah bisa memastikan ke pada customer bahwa produk yang dikeluarkan dari perusahaan mampu mempunyai nilai jual tinggi ke pihak pasar karena sudah dipastikan bahwa bahan baku yang ada pada produk tersebut sudah melintasi kaji ulang secara fisik mulai dari pemilihan bahan baku,pemilihan pakacing,pemilihan packing semua sudah lolos dari uji tim QC sehingga bisa dipastikan produk tersebut bisa di gunakan secara aman dan dengan adanya packing yang menarik akan membuat para customer menjadi lebih tertarik untuk membeli. Dalam hal ini ta lepas dari pengawasan manager perusahaan serta penyelia halal karena hal ini juga menjadi bagian penting untuk keterkaitan komuniaksi kepada customer untuk dijadikanya ide atau lebih kek konten kreator agar nantinya produk dari perusahaan ini jauh lebih mudah untuk dikenal oleh customer. dan memberikan pengertian kepada customer dengan cara menciptakan strategi dengan mempengaruhi customer bahwa produknya berfasilitas sertifikasi halal. Namun dari adanya sertifikasi halal ini juga nantinya berpengaruh untuk merk tersendiri untuk customer karena sertifikasi halal ini sudah pasti bisa dipertanggungjawabkan karena setiap customer yang produk kosmetiknya sudah keluar setifikat halal cutomer wajib diberikan bentuk sertifikat tersebut.

Harapan perusahaan menggunakan beberapa metode persuasif antara lain dengan cara mempengaruhi komunikan (customer) agar tidak terlalu berpikir kritis perihal sertifikasi halal dan berharap besar Khalayak dapat terpengaruh secara tidak sadar. Hal ini disampaikan oleh *manager PT.EkosJaya Abadi Lestari bahwa "untuk membuat sebuah produk maka diperlukan adanya sertifikasi halal untuk menekankan bahwa Indonesia kedepannya harus memiliki label halal di Industri kosmetik"*. Dengan demikian customer akan jauh lebih menyakinkan untuk menjasakan produknya di PT.EkosJaya Abadi Lestari. Sehingga produk yang beredar di pasaran mampu memperjual belikan pruduk yang sudah bersertifikasi halal secara layak. Dan mampu bersaing di brand-brand sesuai dengan kebutuhan pasar. Salah satunya adalah mengikuti fashion remaja yang saat ini menggemari produk kecantikan dengan harga terjangkau serta memiliki kualitas baik. Oleh karena itu, sebagai penawaran jasa pembuatan produk perusahaan menyakinkan kembali kepada customer untuk produk yang dipasarkan.

1. *To Establish Acceptance*

Memiliki arti sebagai komunikan mengerti dan menerima serta penerimanya harus dibina agar apa yang disampaikan dapat diterima baik oleh komunikan jadi secara langsung dari pihak manager sendiri dan tim penyelia halal sangat mengutamakan pentingnya memberikan pelayanan prima dan hal ini juga disampaikan manager kepada seluruh karyawan bahwa setiap adanya kunjungan customer ke perusahaan seluruh warga dari PT.EkosJaya Abadi Lestari tanpa terkecuali wajib memberikan kesan yang baik karena hal tersebut masuk dalam tatanan pelayanan prima yang di berikan customer karena pada dasarnya dari pihak internal juga harus mendukung hal tersebut karena ini juga bisa menciptakan suasana yang berkesan bagi pribadinya dari pihak customer karena pelayanan yang diberikan oleh PT.EkosJaya Abadi Lestari mampu memberikan yang terbaik. Salah satunya seperti yang dijelaskan oleh manager *"Bahan baku untuk produk kosmetik customer yang nantinya terdapat di dalam kosmetik harus sudah sesuai dengan harapan customer, dengan kualitas bahan baku yang sudah lolos bersertifikasi halal perusahaan PT.EkosJaya Abadi Lestari mempunyai keunggulan sebagai perusahaan yang memiliki pelayanan prima dalam bidang penyelia halal, perusahaan ini mempunyai keunggulan tersendiri di bidang strategi komunikasi yang diberikan. Salah satunya adalah*

memberikan pelayanan sesuai dengan standar kebutuhan konsumen, yakni dengan menggunakan audit internal berupa Pre Test dan Post Test kepada karyawan PT. EkosJaya Abadi Lestari yang dilakukan dua kali dalam setahun untuk mengetahui bagaimana perkembangan karyawan untuk mengevaluasi kinerja karyawan serta pengetahuan mendasar tentang cara pembuatan kosmetik yang baik dan benar. Karena hal tersebut sangat berhubungan pada keberhasilan dari produk kosmetik itu sendiri karena ketika dari pihak internalnya sudah melakukan sesuai ketentuan SOP yang digunakan pada perusahaan maka hal ini sangat berpengaruh dalam kepercayaan customer dan hal ini berhubungan langsung dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan bahan pengawas obat dan makanan termasuk kosmetik (BPOM)". Untuk mengetahui tolok ukur apakah komunikasi yang tersampaikan dan paham materi yang dilakukan perusahaan dapat diterima baik oleh konsumen dengan menjamin kenyamanan konsumen, maka pihak penyelia halal dan manager akan berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik sampai apa yang menjadi kebutuhan customer bisa terpenuhi. Dan dari pihak manager menyampaikan kepada customer bahwa "mulai dari pemberian nama brand produk dan proses pembuatan sample produk customer berhak memberikan keputusan hingga akhir kecocokan pada sample terakhir sebelum dilakukan proses pembuatan produk dengan skala besar sejumlah pemesanan dari customer pada proses pengolahan produk kosmetik".

Dengan cara ini, seringkali masalah memastikan dukungan dari regulator Halal perusahaan industri di Indonesia, terutama yang bergerak di bidang kosmetik, undang-undang tentang badan pengelola jaminan, dan daya tarik komunikasi target sehingga kelompok sasaran adalah bersedia untuk memiliki pendapat mereka, sikap mereka berubah, pendapat dan perilaku yang diinginkan oleh media, semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepercayaan customer kepada perusahaan dalam suatu amanah. Strategi selanjutnya memberikan pengertian kepada customer bahwa tahun sekian pemerintah menetapkan semua produk diwajibkan harus memiliki standar bersertifikat halal, dengan hal ini perusahaan menggalakkan halal sebagai penjualan sehingga EkosJaya sudah dikenal sebagai perusahaan kosmetik yang bersertifikasi halal, dengan demikian kualitas bahan baku juga sangat diperhatikan untuk meningkatkan kepercayaan customer karena semakin bagus bahan baku yang digunakan, maka semakin luas pasar perusahaan.

2. To Motivate Action

Komunikasi posisi dan hubungan informal dalam organisasi diperlukan ketika hubungan informal muncul sebagai respons terhadap berbagai peluang yang diciptakan, mis. B. Lingkungan yang mempengaruhi jumlah dan pelaksanaan hubungan informal dalam organisasi. Kekuatan dalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT. EkosJaya Abadi Lestari memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan bisnis perusahaan kosmetik. Dengan demikian Manager perusahaan ini membentuk visi misi yang menekankan untuk memperhatikan kualitas pelayanan kepada customer, dan memantau bagaimana perkembangan selama produk saat didaftarkan halal. Serta selalu melakukan evaluasi kepada pihak internal untuk selalu memperhatikan setiap produk yang akan dibuat serta memperhatikan tingkat kualitas kebersihan dalam produk itu sendiri karena hal ini merupakan hal yang cukup kritis untuk dilakukan pengecekan berulang-ulang untuk meminimalisir terjadinya kesalahan.

Sebagai pesan komunikasi, syarat-syarat komunikasi harus dipenuhi: "Pesan yang disampaikan bersifat umum, bahasa yang digunakan tidak jelas menimbulkan kesalahpahaman, dan bahasa cukup seimbang sehingga pelanggan dapat menerima tanggapan yang positif sehingga pesan yang disampaikan dapat tersampaikan." pelanggan yang masuk". Dengan demikian perusahaan sudah memiliki sertifikasi halal yang tidak semua industri menjamin kualitas kehalalan produk kosmetik. Selain itu, PT. EkosJaya Abadi Lestari mampu bersaing dengan perusahaan benefit lainnya karena memiliki keunggulan dalam strategi komunikasi yang mempertahankan kualitas pelayanan dengan peningkatan produk kosmetik customer yang didaftarkan penyelia halal. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang baik terbentuk karena adanya media perantara berupa adanya respon komunikasi yang baik serta menjamin kenyamanan.

Pada dasarnya, manajemen strategis adalah seni dan ilmu memformulasikan, menerapkan dan mengevaluasi keputusan dalam suatu organisasi lintas fungsi, yaitu. H. mendukung tercapainya tujuan organisasi. Hal ini dapat disampaikan dari wawancara oleh pihak manager bahwa dalam menyusun strategi harus memiliki langkah-langkah untuk hal kedepannya, salah satunya adalah dengan mengenal khalayak, jika komunikasi yang disampaikan berjalan efektif maka pesan dapat diterima baik oleh customer dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu menyusun pesan agar menarik perhatian dari para khalayak umum sangat diperlukan karena dapat membantu meningkatkan kualitas perusahaan hingga memiliki brand ternama.

Oleh karena itu, implementasi strategi sering disebut dengan "action in strategy", karena implementasi adalah mobilisasi untuk mewujudkan strategi yang telah dirumuskan menjadi tindakan. Salah satunya adalah menetapkan tujuan, menerapkan kebijakan dan mengalokasikan sumber daya, serta mengembangkan budaya yang mendukung pelaksanaan strategi. Karena pada dasarnya kerja keras untuk mencapai hasil yang sempurna membutuhkan beberapa hal, salah satunya evaluasi apa yang telah dilakukan. Ada pula langkah-langkah yang harus diperhatikan antara lain seperti

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal menjadi titik dasar dalam perubahan strategi serta hambatan dalam mencapai sebuah tujuan dengan cara menghindari implementasi buruk untuk mencapai hasil yang maksimal.
- b) Mengukur kinerja (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan) dari proses yang dilaksanakan dapat dilakukan dengan memeriksa penyimpanan individu, mendengarkan kemajuan indeks terhadap rencana sebelumnya dan mengukur strategi yang telah direncanakan sebelumnya.
- c) Mengembalikan tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi yang dicapai oleh perusahaan sesuai dengan rencana titik semula yang dibayangkan. Apakah nantinya strategi ini akan berlaku lebih lama atau hanya bertahan dalam waktu sementara.

Dengan demikian strategi komunikasi sangat diperlukan dalam perusahaan untuk mencapai hasil yang maksimal sekaligus membentuk hal baik yang mampu diingat di dalam masyarakat khususnya kalayak umum sebagai produsen pengguna jasa bagi PT.EkosJaya Lestari yang bergerak di bidang kosmetik di wilayah Sidoarjo.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan dalam bentuk penjabaran menyatakan bahwa jika perilaku yang bersifat subjektif maka komunikasi yang dihasilkan bergerak secara berpola maka secara tidak langsung customer merasa nyaman dengan adanya hubungan timbal balik yang diberikan oleh perusahaan. Dengan demikian dalam penelitian ini Teori R Wayne pace, Brent D. Paterson, dan M.Dallas Burnet sangat berpengaruh besar karena di dalamnya terdapat bagaimana cara mengorganisasikan untuk memantau bagaimana jalannya perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, kondisi lingkungan kerja juga mempengaruhi kualitas pelayanan dapat memberikan keberhasilan tersendiri kepada perusahaan PT.EkosJaya Abadi Lestari. Karena pada dasarnya kelangsungan hidup sebuah organisasi perusahaan tergantung dengan adanya tekanan yang diberikan pada seberapa baik kesesuaian untuk terus tumbuh dan terus hidup dalam menjalankan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi PT Ekos Jaya Abadi Lestari dalam mengelola halal supervisor. Salah satunya adalah menerapkan tiga komponen komunikasi penting, yaitu memastikan pemahaman. media menerima penerimaan, yaitu mempromosikan penerimaan pesan dan mendorong tindakan, yaitu tindakan termotivasi. Pemahaman yang aman memastikan bahwa pesan diterima oleh pesan. Intinya, saat mengembangkan strategi dalam layanan, yang penting adalah apa yang disampaikan. Dalam hal ini “menciptakan penerimaan” berarti bagaimana komunikator memahami dan menerima, dan penerima membutuhkan dukungan agar komunikator dapat menerima dengan baik apa yang dikomunikasikan. , karena hubungan informal tercipta sebagai tanggapan atas berbagai peluang, seperti B. lingkungan, terbentuk, mempengaruhi jumlah dan pelaksanaan hubungan informal dalam organisasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemurahan-Nya sehingga dapat mengisi jurnal ini. Tidak lupa penulis kirimkan salam shalawat kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing umat Islam ke jalan yang diridhoi Allah SWT.

Jurnal yang bertema Strategi Komunikasi Pelayanan Prima Penyelia Halal PT.EkosJaya Abadi Lestari. Terimakasih juga kepada informan dan PT.EkosJaya Abadi Lestari dalam membanyu menyelesaikan data penelitian ini.

[1]

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. N. Afiah, “Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Pasca Pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja Dan Implikasinya Terhadap Pelaku Usaha Mikro DI Provensi Banten,” pp. 4-8, 2011.
- [2] D. G. Ramadhani, “Strategi Komunikasi Lembaga Pmeriksa Halal Dalam Menyosialisasikan Urgensi Sertifikasi Halal,” 2021-2022.
- [3] A. Firmansya, “Konsep Dasar Strategi Pelayanan Prima (SERVIS EXCELLENT) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo,” p. 2, 2017.
- [4] Sarianti, “Maulana rezi,” *Pelatihan Komunikasi Efektif dalam meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat*, p. 694, 2020.
- [5] A. A. Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: Elex Media Komputindo , 2003.
- [6] S. Ramadanty, “Mulyana,” *PENGGUNAAN KOMUNIKASI FATIS*, pp. 1-2, 2014.
- [7] Effendy, “Sari Ramadanty,” *PENGGUNAAN KOMUNIKASI FATIS*, p. 2, 2014.
- [8] Keyton, “Maulana Rezi,” *Pelatihan Komunikasi Efektif dalam meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat*, p. 695, 2011.
- [9] K. Moekijat, Dr Poopy Ruliana, Dra M.Si, jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- [10] M. R. Ramadhana, “Sanchez & Guo, 2005,” *Pelatihan Komunikasi Efektif Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat*, pp. 693-694, 2020.
- [11] Hafizah, “Hafizah,” *PENGARUH PRODUK KOSMETIK YANG BERLABEL HALAL*, pp. 28-29, 2021.
- [12] Widyaningtyas, *Strategi Komunikasi temam Halal Dalam Mensosialisasikan halal Lifestyle*, pp. 125-145, 2021.
- [13] weick, weick, Bandung: Komunikasi rganisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, 2013.
- [14] A. Frimayasa, *KONSEP DASAR DAN STRATEGI PELAYANAN PRIMA (SERVICE EXCELLENT) PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI INDOSAT OOREDO*, p. 66, 2017.
- [15] D. G. Ramadani, “strategi komunikasi lembaga pemeriksa halal dalam menyosialisasikan urgensi sertifikasi halal,” 2021-2022.

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.