

Komunikasi organisasi dalam menangani komplain pelanggan di perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia

Oleh:

Mochammad Firman Hidayatullah (182022000124)

Nur Maghfirah Aesthetika

Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Pendahuluan

- Sebagai makhluk sosial, setiap manusia senantiasa berinteraksi dengan manusia lainnya, bahkan cenderung hidup berkelompok atau berorganisasi untuk mencapai tujuan bersama yang tidak mungkin dicapai bila ia sendiri. Interaksi dan kerja sama ini akan terus berkembang dengan teratur sehingga membentuk wadah yang disebut dengan organisasi. Interaksi atau hubungan antar individu - individu dan kelompok/tim dalam setiap organisasi akan memunculkan harapan-harapan. Harapan ini kemudian akan menimbulkan peranan - peranan tertentu yang harus diemban oleh masing masing individu untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan organisasi/ kelompok.
- Untuk meneliti setiap masalah tersebut diatas peneliti menggunakan konsep manajemen complain milik Tjiptono. Tjiptono (2000) mengemukakan bahwa manajemen complain adalah bentuk penanganan atau penataan, pengaturan yang dilakukan oleh suatu perusahaan seperti PT Hisamitsu Pharma Indonesia dalam menyelesaikan atau mengatasi sanggahan atau reaksi ketidakpuasan pelanggan terhadap produk salonpas Super, salonpas Hot, salonpas Spray, salonpas Gel, dan bye bye fever. Tjiptono dalam buku yang berjudul prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS) menentukan bahwa ada empat aspek dalam penanganan keluhan, yaitu : empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan, kemudahan kepada pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

Pendahuluan

- Di perusahaan ini terjadi complain yang bersangkutan dengan produk yang di keluarkan PT Hisamitsu Pharma Indonesia berupah complain kemarahan pelanggan karena kemasan produk ada yang rusak, rusaknya kemasan produk ada berbagai macam jenisnya. Ada yang rusak karena kemasan produk sobek, ada yang rusak karena warna kemasan produk jelek, ada yang complain kemasan produk rusak kerena tulisan EXP tidak ada atau belum di kasih, ada yang complain kemasan produk rusak karena segel kemasan rusak dari perusahaan. Tak hanya complain karena kemasan produk juga tetapi ada juga yang complain karena terkadang jumlah produk tidak sesuai permintaan atau kurangnya jumlah sachet yang di masukkan ke pada IB atau inner box.



Metode Penelitian

Komunikasi organisasi dalam menangani komplain pelanggan di perusahaan PT Hisamitsu Pharma, Mochammad Firman Hidayatullah. Penelitian ini, penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, hal ini dapat di lihat dengan strategi komunikasi organisasi fungsi quality control yang bagaimana usaha perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia membuat produk sebaik mungkin untuk memuaskan pelanggan dan untuk menjadi produk farmasi terbaik di seluruh Indonesia, perusahaan juga akan menjaga citra kualitas produknya di mata pelanggan guna menghindari complain dari pelanggan dengan cara apabila ada cacat produk perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia akan melakukan penarikan produk

tersebut secara langsung dan tetapi apabila cacat produk tersebut terbilang sedikit maka perusahaan hanya akan melakukan pengantian produk di kirim ulang tanpa melakukan penarikan produk dengan sekala yang besar. Penelitian ini perlu juga melihat realitas juga untuk menafsirkan apa yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh fungsi quality control PT Hisamitsu Pharma Indonesia dalam menjaga produk alat kesehatan ini tetap baik.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di paparkan dapat menjelaskan bahwa penelitian ini di adakan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia, mulai dari quality control sampai turun ke pihak produksi. Demi untuk membuat produk farmasi yang terbaik di Indonesia harus di butukannya pola komunikasi yang sangat baik juga, baik dari pihak quality controlnya sendiri sampai ke pihak produksinya. Setelah memproduksi produk yang terbaik nantinya akan timbul citra atau image yang baik juga di mata masyarakat Indonesia sehingga mereka percaya dan memilih produk ini.



Hasil dan Pembahasan

Gambaran Quality Control

Dalam menjalani berbagai macam kegiatan produksi operasional quality control memegang peran yang sangat besar sekali. Tak hanya mengawasi jalannya produksi saja, quality control juga berperan dalam mengawasi kualitas produk yang akan di hasilkan. Di dalam komunikasi organisasi perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia ini di perlukan pola komunikasi pemangku kepentingan tertinggi (stakeholder) terkait hasil penelitian yang sudah di paparkan mengenai memproduksi produk yang sangat baik ini dapat di lihat bahwa pemangku kepentingan tertinggi di sini adalah pelanggan, pelanggan berhak atau dapat menilai suatu produk dari perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia ini dengan sesuka hati mereka, di saat seperti ini lah peran quality control sangat besar sekali.

Peran quality control di antara lain yaitu :

- Quality control bertanggung jawab secara penuh atas keluar masuknya produk yang telah di produksi oleh perusahaan tersebut.
- Quality control bertanggung jawab secara penuh juga atas keselamatan para pekerja di perusahaan PT Hisamitsu Pharma ini dengan cara mengamanahkan tugas tersebut kepada petugas P3K.
- Quality control bertanggung jawab secara penuh atas hasil produksi farmasi yang ada di perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia agar produk yang di hasilkan mencapai hasil yang terbaik, dengan cara menjalin komunikasi dengan baik dengan operator produksi, manager produksi, staf staf produksi, dan yang pastinya menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggan di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Cara mengatasi jika ada complain dari pelanggan di antara lain yaitu :

- Melihat kerusakan produk di bagian mana yang menjadi permasalahan complain pada pelanggan tersebut.
- Menghitung berapa jumlah kerusakan barang atau produk.
- Menanyakan sudah mulai kapan produk yang di terima pelanggan menjadi rusak seperti itu.
- Jika ada complain jumlah barang yang di kirimkan tidak sesuai dengan barang yang di terima pihak quality control wajib menurunkan crew dan mengeceknya secara langsung.
- Jika sudah di cek semua pihak quality control wajib mengganti barang atau produk yang rusak tersebut dengan produk yang baik kembali
- Segera kirimkan produk pengganti produk yang rusak.
- Memilih logistic yang terbaik agar produk sampai ke pelanggan dengan selamat tanpa adanya rusak sedikitpun
- Segera meminta return produk yang rusak supaya nantinya agar ada pembenahan dari pihak perusahaan tersebut.

Kesimpulan

Melalui fungsi quality control inilah perusahaan bias mengatur kualitas produk yang akan di hasilkan, perusahaan juga akan terus berusaha semaksimal mungkin supaya bias menghasilkan produk yang terbaik. Dinamika yang terjadi pada fungsi quality control tidak membuat fungsi quality control senantiasa kehabisan langkah, fungsi quality control ini membentuk strategi strategi komunikasi organisasi dalam melaksanakan tugasnya seperti contohnya quality control memberikan tugas pengawasan secara ketat pada proses produksi kepada operator produksi. Tidak hanya kepada pihak produksi tetapi quality control juga memberikan tugas pengawasan keselamatan pada para pekerja dengan memberikan tugas keselamatan para pekerja kepada P3K perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia tak hanya keselamatan saja yang di pantau tetapi kendala kendala yang lainnya juga wajib di pantau oleh quality control.

Dalam menyusun strategi strategi komunikasi perusahaan PT Hisamitsu Pharma Indonesia, HRD perusahaan memegang peran yang sangat penting juga peran yang di ambil oleh HRD

perusahaan sebagai eksekutor atau pelaku utama. Jika tidak ada HRD perusahaan, quality control tidak akan perna bergerak untuk menjalankan tugas karena yang seharusnya memberikan tugas utama yaitu ialah HRD perusahaan secara langsung. HRD perusahaan bergerak dengan sekala yang besar dan mencakup keseluruhan aktivitas PT Hisamitsu Pharma Indonesia, termasuk dalam pengolahan limbah B3 industry HRD perusahaan turun secara langsung ke lapangan untuk melakukan eksekusi.



