

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Strategi *Handling Complaint* Public Relations PT. Sarihusada Generasi Mahardhika dalam upaya menjalin hubungan baik dengan pelanggan dapat ditarik kesimpulan yaitu, penanganan keluhan pelanggan juga menjadi bagian tugas Public Relations PT. Sarihusada Generasi Mahardhika. Penanganan keluhan pelanggan PT. Sarihusada Generasi Mahardhika juga ditangani oleh seluruh unit PT. Sarihusada Generasi Mahardhika berdasarkan jenis keluhan yang ditangani. Namun penanganan keluhan pelanggan oleh PT. Sarihusada Generasi Mahardhika terbatas hanya pada keluhan sedang dan berat dimana ketika divisi Operator Customer Service sudah tidak mampu menanganinya. Untuk jenis keluhan ringan memang ada keterlibatan PR dalam menangani keluhan pelanggan akan tetapi itu menjadi tugas utama dari divisi Customer Service PT. Sarihusada Generasi Mahardhika. Apabila keluhan pelanggan yang ditangani berpotensi kearah ranah hukum, PR PT. Sarihsada Generasi Mahardhika akan melakukan proses *lobbying* terlebih dahulu, namun jika penanganan tersebut tidak mampu dibendung, maka akan dilanjutkan oleh divisi hukum PT. Sarihusada Generasi Mahardhika atau *legal advisor*.

Keluhan yang biasa diajukan oleh pelanggan PT. Sarihusada Generasi Mahardhika yakni terkait produk, promosi produk, dan kesehatan konsumen yang tidak cocok mengonsumsi produk. Keluhan pelanggan masuk melalui saluran komunikasi seperti, *Call Centre, Email Customer Service, Formulir Online, Website*

perusahaan dan Media Sosial namun, pelanggan PT. Sarihusada Generasi Mahardhika lebih sering menyampaikan keluhannya melalui media sosial seperti Facebook.

Jenis keluhan pelanggan yang masuk dibagi menjadi 3 macam yaitu, keluhan ringan, keluhan sedang dan keluhan berat. Strategi penanganan keluhan pelanggan oleh Public Relation PT. Sarihusada Generasi Mahardhika untuk tiga jenis keluhan adalah mirip.

Strategi penanganan keluhan yang termasuk dalam jenis keluhan ringan ditangani sepenuhnya oleh Operator Customer Service namun adakalanya terdapat keterlibatan Public Relation juga yang membantu dalam menangani permasalahan jenis keluhan ringan tertentu. Strategi penanganan keluhan pelanggan oleh PR dalam jenis keluhan ringan adalah (1) **Kemudahan bagi konsumen untuk mengontak perusahaan** dimana perusahaan harus mengimbangi jumlah konsumen PT. SGM yang telah tersebar di seluruh nusantara maka diperlukan sarana media yang banyak agar terjalin hubungan komunikasi 2 arah yang baik sehingga, memudahkan konsumen untuk menyampaikan keluhannya mengenai produk atau pelayanan yang buruk kepada pihak perusahaan. (2) **Empati** yang disertai dengan langkah penanganan mendengarkan secara aktif dan seksama, meminta maaf dengan empati dan mengerti situasi kepada konsumen. (3) **Kecepatan dalam penanganan** yang disertai dengan memberikan informasi yang jelas yang dapat diikuti dengan pelanggan serta menawarkan bantuan kepada pelanggan. (4) **Keadilan dalam menyelesaikan permasalahan** yakni PR PT. SGM harus mengetahui kebutuhan konsumen yang menyampaikan keluhan kepada perusahaan seperti konsumen membutuhkan klarifikasi, informasi, solusi, ataupun penukaran barang. PR PT. Sarihusada Generasi Mahardhika harus mampu menanggapi keluhan pelanggan, disertai solusi yang tepat dan informasi yang jelas, yang dapat diikuti oleh pelanggan. Serta mengucapkan terimakasih dan meminta maaf kepada konsumen.

Sedangkan untuk strategi penanganan keluhan pelanggan jenis sedang dan jenis keluhan ringan adalah sama. Maka strategi penanganan keluhan sedang oleh PR PT SGM yaitu, (1) **Kemudahan bagi konsumen untuk mengontak perusahaan** (2) **Empati**, (3) **Kecepatan dalam penanganan**, PR PT. Sarihusada Generasi Mahardhika harus mampu melakukan penanganan dengan segera dan tidak mengabaikan keluhan pelanggan, sehingga perasaan konsumen yang tidak puas dan kecewa tidak akan menjadi permanen terhadap produk atau *service*. Dalam kecepatan penanganan keluhan jenis sedang, tim PR berkoordinasi dengan divisi lainnya seperti Manager, Quality Assurance R&D, Marketing yang bertujuan untuk melakukan identifikasi permasalahan dengan mencari fakta, data, melakukan analisis serta menyusun perencanaan yang baik dan (4) **Keadilan dalam menyelesaikan masalah**.

Untuk strategi penanganan keluhan jenis berat oleh PR dengan jenis keluhan ringan dan sedang ialah mirip, dimana perbedaan tersebut terlihat pada langkah penanganan dalam aspek keadilan dalam menyelesaikan masalah serta divisi yang terlibat dalam penanganan keluhan pelanggan. Strategi penanganan keluhan jenis berat oleh PR adalah (1) **Kemudahan untuk mengontak perusahaan**, (2) **Empati**, (3) **Kecepatan dalam penanganan masalah** yaitu tim PR dibantu seluruh divisi perusahaan seperti Direktur, Sekretaris, Manager, QA R&D, Marketing, Tim Hukum dan seluruh pihak Public Relations PT. Sarihusada Generasi Mahardhika (Head Corporate PR, PR Officer, Public Affair & Internal Communication Manager, Corporate Social Media & Communication Event Manager) bekerjasama untuk mengidentifikasi masalah dalam proses pencarian fakta dan menyusun perencanaan yang tepat, memberikan informasi yang jelas dan menawarkan bantuan kepada pelanggan. (4) **Keadilan dalam menyelesaikan masalah**, PR PT. Sarihusada Generasi Mahardhika melakukan langkah penanganan menawarkan alternatif pemecahan dengan melakukan *lobbying* dan negosiasi sebagai usaha yang dapat mempengaruhi konsumen ke sudut pandang yang positif, usaha damai antara pihak perusahaan dan konsumen sehingga terciptanya kesepakatan bersama antara kedua

belah pihak sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Setelah itu mendapatkan persetujuan pelanggan, mengambil tindakan yaitu bentuk perusahaan ganti rugi dengan memberikan kompensasi yang sebanding dengan kerugian materi konsumen pihak konsumen penderita seperti biaya perawatan kesehatan dan memberikan santunan yang wajar.

Maka dari itu, strategi penanganan keluhan oleh PR yang telah dijelaskan diatas adalah strategi yang berupa upaya PR PT. Sarihusada Generasi Mahardhika untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan seperti menyediakan sarana komunikasi yang mudah dikontak, penanganan yang tepat kepada konsumen, dan memperhatikan sikap dalam penanganan yang dilakukan PR PT. Sarihusada Generasi Mahardhika kepada pelanggan yaitu dengan bertutur sopan dan santun, mendengar keluhan konsumen dengan baik, tidak acuh tak acuh dalam menyelesaikan permasalahan, meminta maaf, mengucapkan terimakasih dan tak lupa melakukan *follow up* kabar dari konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai Strategi Handling Complaint Public Relations PT. Sarihusada Generasi Mahardhika dalam Upaya Menjalinkan Hubungan Baik dengan Pelanggan, peneliti menyadari masih terdapat keterbatasan penelitian sehingga penelitian yang telah dilakukan masih tidak sempurna, yaitu:

1. Di dalam penelitian ini, penanganan keluhan konsumen oleh PR berdasarkan keluhan konsumen melalui akun media Facebook Fan Page Aku Anak SGM dan Facebook Lactamil, telepon dan tatap muka.
2. Penelitian yang dilakukan terbatas pada penanganan keluhan pelanggan yang ditangani oleh PR PT. Sarihusada Generasi Mahardhika Yogyakarta sehingga komplain yang masuk pada divisi lain tidak masuk pada penelitian ini.

C. Saran

Peneliti mengusulkan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak PT. Sarihusada Generasi Mahardhika, khususnya untuk divisi Public Relations yang diharapkan nantinya dapat memberikan maafaat dan juga evaluasi dalam penanganan keluhan pelanggan produk, antara lain:

1. Hendaknya PR dapat menangani keluhan konsumen pada media sosial Facebook dengan cepat.
2. PR dapat memanfaatkan komunitas ibu-ibu yang dimiliki oleh PT. SGM dengan bekerja sama dengan tim ahli gizi, dokter, dan bidan untuk memberikan informasi mengenai penanganan keluhan kepada komunitas ibu-ibu.

Adapun saran yang ditujukan bagi peneliti selanjutnya antara lain:

1. Penelitian mengenai strategi penanganan keluhan pelanggan oleh Customer Service PT. Sarihusada Generasi Mahardhika.
2. Penelitian mengenai strategi penanganan keluhan pelanggan pada perusahaan lainnya dikarenakan masih kurangnya penelitian penanganan keluhan PR perusahaan dalam bidang manufaktur nutrisi.