

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh peneliti, maka aktivitas humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan di Auto2000 HR Muhammad Surabaya memiliki pola yang sistematis dengan beberapa tahapan. Keluhan yang masuk dari pelanggan biasanya diterima dari dua saluran. Pertama yaitu pelanggan yang datang langsung ke Auto2000 HR Muhammad Surabaya. Kedua, pelanggan yang menyampaikan keluhan melalui pesawat telepon. Humas Auto2000 HR Muhammad Surabaya akan merespon keluhan tersebut dengan menghubungi bagian terkait keluhan untuk segera menyelesaikan keluhan tersebut. Untuk keluhan khusus seperti mengenai *warranty*, humas Auto2000 HR Muhammad Surabaya akan melakukan komunikasi dengan kantor pusat Auto2000 yang ada di Jakarta dan juga dengan pihak TAM (Toyota Astra Motor) selaku produsen kendaraan Toyota. Setelah itu humas akan memberikan pengertian kepada pelanggan agar mau mengikuti apa yang menjadi ketentuan perusahaan untuk penyelesaian keluhan tersebut. Hal ini adalah bentuk humas melakukan komunikasi untuk mencapai pemahaman bersama. Setelah keluhan berhasil diselesaikan, maka hal tersebut akan langsung disampaikan kepada pelanggan. Pada tahap ini dapat dilihat bahwa komunikasi berjalan secara dua arah. Keluhan pelanggan masuk pada humas, terjadi komunikasi dalam internal perusahaan, lalu ditemukan solusi yang langsung disampaikan pada pelanggan. Tiga hari setelah keluhan pelanggan berhasil diselesaikan, maka humas Auto2000 HR Muhammad Surabaya akan kembali menghubungi pelanggan tersebut untuk menanyakan apakah keluhan sudah tuntas dan tidak muncul kembali. Pada tahap inilah humas melakukan evaluasi terhadap kinerjanya sebagai fasilitator komunikasi untuk menangani keluhan pelanggan.

5.2 Saran

Saran yang diberikan oleh peneliti yaitu adanya program yang menjadi wadah bagi pelanggan untuk menyampaikan apresiasinya terhadap kinerja Auto2000 HR Muhammad Surabaya saat keluhannya berhasil diselesaikan. Seperti mengabadikan *moment* saat keluhan pelanggan berhasil diselesaikan. Lalu mengarahkan pelanggan tersebut untuk mengunggah di akun media sosial miliknya, tentang keluhannya yang berhasil diselesaikan oleh Auto2000 HR Muhammad Surabaya, dan menandai akun media sosial Auto2000 HR Muhammad Surabaya. Mengingat media sosial seakan menjadi media komunikasi utama di era milenial seperti sekarang ini, tentunya penyebaran informasi melalui media sosial akan lebih mudah untuk di ketahui orang. Hal ini tentu akan membuat reputasi Auto2000 HR Muhammad Surabaya menjadi baik di mata pelanggan dan di mata dealer Toyota lainnya.

Sifat pelanggan secara umum adalah hanya diam saja saat keluhannya berhasil diselesaikan, tapi akan sangat marah saat apa yang menjadi harapannya tidak sesuai dengan kenyataan yang dia terima. Dengan adanya program seperti ini, hal tersebut bisa perlahan-lahan dirubah. Yang ada dalam website dan akun media sosial Auto2000 HR Muhammad Surabaya serta pandangan masyarakat, tidak hanya berisi keluhan pelanggan saja, tapi juga berisikan apresiasi pelanggan terhadap pelayanan Auto2000 HR Muhammad Surabaya. Program ini juga akan membuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi semakin dekat. Dengan catatan, harus ada timbal balik bagi pelanggan yang sudah menyampaikan apresiasinya. Timbal balik tersebut bisa berupa paket diskon untuk service selanjutnya. Sehingga pelanggan yang sudah puas karena keluhannya terselesaikan, akan kembali datang ke Auto2000 HR Muhammad Surabaya. Tentunya hal ini akan menjadi inkam bagi perusahaan dan menjadi salah satu faktor terbentuknya pelanggan yang loyal.