

**POLA KOMUNIKASI PT.ACC KOTA MEDAN
DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN**

SKRIPSI

Oleh:

Nadya Tasya

NPM: 2003110205

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

BERITA ACARA PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara oleh :

Nama : NADYA TASYA
NPM : 2003110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jumat, 22 Mei 2024 Waktu
: Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI III : Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

(.....)
(.....)
(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh :

Nama : NADYA TASYA
NPM : 2003110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI PT.ACC KOTA MEDAN DALAM
MENGATASI KELUHAN PELANGGAN
Medan, 07 Mei 2024

Dosen Pembimbing


Drs. ZULFAHMI M.I.Kom

NIDN : 0118056301

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


AKHYAR ANSHORI S.Sos. M.I.Kom

NIDN : 0127048401



Dr. ARIF NUSALIH S.Sos. MSP

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN



Dengan ini saya, Nadya Tasya, NPM 2003110205, menyatakan dengan sungguh – sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang undang – undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang – undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai – nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah serjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 10 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Nadya Tasya

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah *Subhanallahu wa Ta'ala*, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna dalam hal isi maupun pemakaian bahasa, sehingga peneliti memohon kritikan yang membangun untuk penulisan selanjutnya. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang terbatas akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN”**

Peneliti sangat bersyukur atas penyelesaian skripsi ini dan banyak berterima kasih terutama kepada keluarga tercinta Ayahanda Aminullah dan Ibunda Diah Supriyanti, selaku orang tua tercinta yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi peneliti yang tiada hentinya selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan doa dengan penuh keikhlasan yang tidak terhingga kepada peneliti, Serta kepada saudara kandung, Ayang Wahyuni A.Md., Debi Khairunnisa,SAP,. Dan Adik Risa Fathaniah yang selalu memberikan semangat,dukungan dan dorongan serta meluangkan waktu,tenaga,materi kepada peneliti.

- 1) Bapak Prof. Dr. Agussani., M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- 2) Bapak Assoc Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- 3) Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 4) Bapak Assoc.Prof., Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom MSP selaku wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 5) Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.Ap selaku Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 6) Bapak Ahyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- 7) Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- 8) Bapak Drs.Zulfahmi, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan kesempatan kepada penulis selama Menyusun skripsi.
- 9) Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai biro FISIP UMSU yang telah membantu penulis dalam memenuhi kelengkapan berkas penulis.
- 10) Terkhusus sahabat penulis, Arifbillah, Widya Novita sari, dan Nindy meuthya, Terima kasih atas support, semangat, serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

- 11) Kepada Achmad Rinaldi terima kasih selalu memberikan dukungan dan menjadi penasehat yang baik untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini sehingga peneliti tidak merasakan putus asa dan mau bangun semangat Kembali untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sempurna.
- 12) Seluruh teman seperjuangan Defara Tria Arizki, Dinda Yunisha Mansoer, Salwa Adilla Delfi, dan Dara Dinda Zahwa, Terima kasih atas kehadiran, support, semangat dan bantuan. Untuk selalu mengingatkan dan menguatkan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
- 13) Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2020, terkhusus kelas C HUMAS, atas support dan semangat untuk perjuangan yang telah kita lewati bersama selama masa perkuliahan berlangsung.
- 14) Kepada khanza almahyra harahap dan valiqa azhari harahap terima kasih hiburannya Ketika peneliti merasa putus asa saat menyusun skripsi sehingga peneliti Kembali bersemangat saat mengerjakan skripsi tersebut.
- 15) Kepada Abang fotocopy guanawan terima kasih telah membantu saya merapikan berkas-berkas skripsi penulis dari awal menyusun skripsi hingga skripsi ini tersusun dengan sempurna.
- 16) Seluruh saudara-saudara abang sepupu saya terima kasih atas dukungan, mengiatkan dan menguatkan dalam proses pengerjaan skripsi ini. dari awal sampai akhir terbentuknya skripsi yang sempurna.
- 17) Kepada Customer Service PT.ACC Kota Medan terima kasih banyak dapat membantu penulis telah menjawab pertanyaan wawancara yang diberikan peneliti dan memberikan masukan serta dorongan semangat bagi peneliti.

18) Terakhir, kepada diri saya sendiri, Nadya Tasya, terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha, terima kasih menjadi manusia yang sabar dan konsisten saat mengerjakan skripsi ini, Namun terima kasih sudah memutuskan tidak menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti menerima kritik dan saran yang berguna dan membangun untuk kelengkapan laporan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan bagi pembaca demi kemajuan perkembangan ilmu pendidikan di masa yang akan datang. Amin Yaa Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 7 Mei 2024

Nadya Tasya
_NPM. 2003110205

POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM

MENGATASI KELUHAN PELANGGAN

NADYA TASYA

2003110205

ABSTRAK

Pola komunikasi mengacu pada suatu bentuk atau model hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis interaksi customer service terhadap pelanggan PT. ACC Kota Medan dalam proses pelayanan dan mengatasi keluhan serta mengidentifikasi proses penyampaian pesan yang dilakukan customer service dalam mengatasi keluhan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini juga menggunakan kerangka konseptual yang menggabungkan konsep-konsep penting seperti pelanggan, customer service, interaksi, proses penyampaian, dan pola komunikasi. Data dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pola komunikasi yang bervariasi dalam interaksi antara customer service dan pelanggan, dengan beberapa faktor yang memengaruhi seperti sikap, responsivitas, dan keterampilan komunikasi customer service. Selain itu, proses penyampaian pesan dan penyelesaian keluhan pelanggan juga memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Keluhan Pelanggan, Customer Service

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Pola Komunikasi	6
2.2 Komunikasi Interpesonal	7
2.2.1 Klasifikasi Komunikasi Interpesonal	8
2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpesonal	9
2.2.3 Efektivitas Komunikasi Interpesonal	11
2.3 <i>Customer Service</i>	14
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Kerangka Konsep.....	21

3.3 Defenisi Konsep	21
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	23
3.5 Informan Atau Narasumber.....	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
3.8 Lokasi dan waktu penelitian.....	26
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	26
BAB IV.....	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 Kerangka Konseptua peneliti	21
Gambar 3.2 Struktur organisasi PT. ACC Kota Medan.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Narasumber <i>Customer Service</i>	40
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pembiayaan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang sangat kompetitif dan dinamis. Perusahaan-perusahaan pembiayaan berlomba untuk menawarkan produk dan layanan terbaik guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam konteks ini, kemampuan perusahaan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan menjadi kunci utama dalam meraih keunggulan kompetitif.

Salah satu indikator penting dalam menilai kualitas layanan perusahaan pembiayaan adalah kemampuannya dalam menangani keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan merupakan manifestasi dari ketidakpuasan mereka terhadap produk atau layanan yang diterima. Penanganan keluhan yang baik dapat membantu perusahaan untuk memperbaiki kinerja, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik.

PT ACC (Astra Credit Companies) adalah salah satu perusahaan pembiayaan terkemuka di Indonesia yang memiliki cabang di Kota Medan. Sebagai pemain besar di industri ini, PT ACC Kota Medan dituntut untuk memiliki sistem penanganan keluhan yang efektif guna menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggannya.

Fenomena yang terjadi saat ini, Dimana komplain pelanggan dalam pelayanan jasa merupakan hal yang tidak bisa terlepas pada perusahaan. Pola

komunikasi yang terjadi antara pelanggan dengan Perusahaan banyak diterapkan di dunia saat ini. Oleh karena itu, komunikasi sangatlah penting untuk diterapkan oleh berbagai Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Masalah lain yang dihadapi adalah pola komunikasi pelanggan yang kurang baik dapat menimbulkan kesenjangan hubungan antara pelanggan dengan Perusahaan.

Dari fenomena diatas, peneliti menemukan adanya masalah pola komunikasi yang kurang efektif pada PT ACC Kota Medan. Beberapa masalah ditemukan diantaranya adanya pelanggan yang telat membayar kredit, bahkan ada yang tidak membayar kredit sama sekali. Hal ini dikarenakan tingginya suku bunga yang diterapkan pada Perusahaan tersebut. Masalah lain yang ditemukan adalah kurangnya informasi terkait suku bunga yang diberikan oleh Perusahaan kepada pelanggan untuk pembayaran setiap bulannya, serta denda yang diberikan kepada pelanggan apabila telat membayar. Hal inilah yang menimbulkan pola komunikasi yang kurang efisien, sehingga banyak pelanggan yang mengeluhkan hal ini. Terakhir, pelayanan customer service yang dianggap terlalu mendesak, sehingga menimbulkan kesalahpahaman antara PT ACC Kota Medan dengan pelanggan.

Dengan timbulnya konflik tersebut, PT ACC Kota Medan bertekad mengambil tindakan konkret. Tindakan awal yang akan ditempuh adalah memberikan pelatihan komunikasi secara intensif kepada seluruh customer service, guna meningkatkan kemampuan dalam menjelaskan produk dan layanan perusahaan secara efektif, responsif, serta dengan pendekatan yang ramah. Selanjutnya, perusahaan akan menyediakan informasi mengenai produk, kebijakan,

dan rincian layanan secara komprehensif melalui berbagai saluran, baik website, brosur, maupun aplikasi.

Setelah itu Perusahaan akan mengoptimalkan saluran komunikasi seperti call center, email, chat, dan social media agar pelanggan dapat dengan nyaman berkomunikasi mengenai keluhannya. Perusahaan juga menetapkan target waktu respons maksimal 24 jam untuk menyelesaikan setiap keluhan atau permintaan pelanggan serta melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengidentifikasi area perbaikan kedepannya.

Dalam menangani berbagai keluhan dan permintaan, Perusahaan akan menggunakan waktu respons, yaitu waktu penyelesaian keluhan dikurangi waktu penerimaan keluhan, dengan target maksimal 24 - 48 jam tergantung saluran keluhan. Perusahaan juga akan mengukur tingkat penyelesaian keluhan dengan membagi jumlah keluhan yang diselesaikan dengan jumlah keluhan diterima, dan berupaya meningkatkannya. Dari uraian diatas permasalahan yang terjadi menarik perhatian penulis untuk memilih judul “Pola Komunikasi PT. ACC Kota Medan dalam mengatasi keluhan pelanggan”

1.2 Pembatasan Masalah

Peneliti membuat Batasan masalah agar penelitian ini lebih terarah, dan tidak adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah. Maka diperlukan batasan masalah yaitu penelitian ini dilakukan kepada Customer Service PT ACC Kota Medan dalam mengatasi keluhan pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

- a) Bagaimana pola komunikasi PT ACC Kota Medan dalam menerima dan merespons keluhan pelanggan?
- b) Apa saja langkah-langkah yang ditempuh PT ACC Kota Medan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan?
- c) Bagaimana efektivitas pola komunikasi PT ACC Kota Medan dalam mengatasi keluhan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

- a) Mengidentifikasi pola komunikasi PT ACC Kota Medan dalam menerima dan merespons keluhan pelanggan.
- b) Menganalisis langkah-langkah yang ditempuh PT ACC Kota Medan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
- c) Mengevaluasi efektivitas pola komunikasi PT ACC Kota Medan dalam mengatasi keluhan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

- 1) Memberikan masukan bagi PT ACC Kota Medan dalam mengembangkan sistem penanganan keluhan yang lebih baik.
- 2) Menjadi referensi bagi perusahaan pembiayaan lain dalam menerapkan pola komunikasi yang efektif dalam mengatasi keluhan pelanggan.
- 3) Memperkaya kajian akademis mengenai strategi komunikasi perusahaan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang uraian dari latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEOROTIS

Pada uraian teoritis menjelaskan dan menguraikan tentang definisi dari Komunikasi, Tipe komunikasi terhadap pelanggan, pengertian komunikasi interpersonal, dan pengertian pelanggan, dan profile singkat PT. ACC Kota Medan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategori penelitian, informan dan narasumber, teknik pengumpulan data, serta waktu dan lokasi penelitian..

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang hasil penelitian dan tentang pembahasan penelitian

BAB V : PENUTUP

Bagian penutup isi merupakan uraian dan penjelasan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Pola Komunikasi

Komunikasi adalah tindakan saling bertukar makna melalui tindakan verbal dan nonverbal. Setiap tindakan yang melibatkan dua orang atau lebih dapat dianggap sebagai komunikasi (Mulyana, Deddy, 2009)

Pola komunikasi adalah bentuk dan penerapan komunikasi yang dilakukan secara (vertikal) dari atasan ke bawahan atau sebaliknya, atau dilakukan secara (horizontal) antar sesama anggota dalam suatu kegiatan atau cara. Tujuannya adalah untuk berbagi informasi, hiburan, pengetahuan, motivasi, kerjasama, dan pemecahan masalah sehingga dapat mendapatkan solusi atas masalah yang dihadapi dan mencapai tujuan Bersama (Zulfahmi, 2017). Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Persoalan mendasar dari masalah ini terletak pada hambatan yang muncul dalam membangun kesepahaman dan usaha mencapai tujuan secara maksimal (Tenerman, 2021).

Pola Komunikasi menurut (Basit, 2018) terdiri atas tiga macam yaitu:

- 1) Pola komunikasi satu arah adalah proses peyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari komunikan dalam hal ini komunikan bertindak sebagai pendengar

- 2) Pola komunikasi dua arah atau timbal balik (Two way traffic communication) yaitu komunikator dan komunikan saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka. Komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tertentu melalui proses komunikasi tersebut, proses dialogis serta umpan balik terjadi secara langsung.
- 3) Pola komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak di mana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis.

Disini kita mulai melihat bagaimana proses interaksi menciptakan struktur sistem. Bagaimana orang merespon satu sama yang lain menentukan jenis hubungan yang mereka milik.

2.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah cara utama bagi manusia untuk mengembangkan keintiman dan terus menerus menata ulang hubungan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan identitasnya yang berubah-ubah (Wood, 2013)

Komunikasi interpersonal ialah komunikasi yang berlangsung antardua orang atau lebih secara tatap muka. Lebih jelasnya, komunikasi interpersonal ialah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima serta menanggapi secara langsung.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan, informasi, pikiran, sikap tertentu dari individu kepadaindividu lainnya.

2.2.1 Klasifikasi Komunikasi Interpesonal

(Marta & Triwijayanti, 2016) mengembangkan klasifikasi komunikasi interpersonal menjadi interaksi intim, percakapan sosial, interogasi atau pemeriksaan dan wawancara.

- a. Interaksi intim termasuk komunikasi di antara teman baik, anggota keluarga, dan orang-orang yang sudah mempunyai ikatan emosional yang kuat.
- b. Percakapan sosial adalah interaksi untuk menyenangkan seseorang secara sederhana. Tipe komunikasi tatap muka penting bagi pengembangan hubungan informal dalam organisasi. Misalnya dua orang atau lebih bersamasama dan berbicara tentang perhatian, minat di luar organisasi seperti isu politik, teknologi dan lain sebagainya
- c. Interogasi atau pemeriksaan adalah interaksi antara seseorang yang ada dalam kontrol, yang meminta atau bahkan menuntut informasi dari yang lain. Misalnya seorang karyawan dituduh mengambil barang-barang organisasi maka atasannya akan menginterogasinya untuk mengetahui kebenarannya.
- d. Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Misalnya atasan

yang mewawancarai bawahannya untuk mencari informasi mengenai suatu pekerjaannya.

2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal menurut (Marta & Triwijayanti, 2016) mempunyai beberapa tujuan:

a. Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

b. Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

c. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

d. Berubah Sikap Dan Tingkah Laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu waktu terlibat dalam posisi interpersonal.

e. Untuk Bermain Kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

f. Untuk Membantu Ahli – Ahli Kejiwaan

Membantu Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka

untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

2.2.3 Efektivitas Komunikasi Interpesonal

Menurut (Effendy & Sunarsi, 2020), efektivitas Komunikasi Interpesonal mempunyai lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan hal ini. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuhan, bahkan ketidaksependapatan jauh lebih menyenangkan. Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran Bochner dan Kelly (Effendy & Sunarsi, 2020) Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

b. Empati (*empathy*)

Henry Backrack (Effendy & Sunarsi, 2020) mendefinisikan empati sebagai ”kemampuan seseorang untuk ‘mengetahui’ apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kaca mata orang lain itu.” Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama.

Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal.

Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

c. Sikap mendukung (*supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

d. Sikap positif (*positiveness*)

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri.

Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

e. Kesetaraan (*equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam

segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidak-sependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan "penghargaan positif tak bersyarat" kepada orang lain.

2.3 Customer Service

Customer Service (CS) memiliki peranan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan atau nasabah atau instansi lainnya. Hal ini disebabkan pelayanan pelanggan yang bermutu merupakan kunci kesuksesan dan dasar untuk membangun keberhasilan di suatu perusahaan atau instansi tertentu (Finch, 2004).

Untuk menjamin pelayanan yang baik, interaksi antara nasabah dan Customer Service harus berjalan dengan lancar. Interaksi ini meliputi komunikasi antara Customer Service dengan nasabah, mencakup apa yang mereka katakan, bagaimana cara mereka mengatakannya, apa yang mereka lakukan dan bagaimana mereka melakukan interaksi antara nasabah dengan peralatan teknis dan fasilitas

fisik yang ada di organisasi, seperti pengisian formulir/dokumen, cara pembayaran, dan lain sebagainya (Fernos, n.d.)

Pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya, dengan berlandaskan faktor material melalui sistem, prosedur, dan cara tertentu. Customer Service harus memuaskan nasabah tanpa melanggar etika. Pelayanan baik menciptakan kepuasan dan penghargaan bagi nasabah, menjadikan mereka loyal dan menceritakan kualitas layanan kepada rekan lainnya. Customer Service PT ACC Daerah Sumatera Utara, Cabang Jl. Sisingamangaraja No.41, Sitirejo II, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, memiliki program pelayanan kepada nasabah dengan tujuan memberikan layanan terbaik, agar nasabah merasa nyaman berkomunikasi dengan perusahaan, dan pada akhirnya menciptakan nasabah yang loyal terhadap Perusahaan (Abdullah, 2005)

2.3.1 Pelanggan (*customer*)

Pelanggan adalah seseorang yang secara berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut (Lupiyoadi, 2014)

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut organisasi untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan kerja itu memberi pengaruh pada kinerja organisasi, Oleh karena itu pelanggan menurut Bean dan Maine (dalam Nasution, 2005: 45-46) adalah:

- a) Orang yang tidak tergantung pada perusahaan, tetapi sebaliknya.
- b) Orang yang membawa organisasi untuk mengikuti keinginan.

- c) Orang yang teramat penting untuk dipuaskan.

Menurut *Gasperz* (Laksana, 2008) pengertian pelanggan ada tiga, yaitu:

- a. Pelanggan internal (*Internal Customer*)

Merupakan orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada perperformansi (*Performance*) pekerjaan atau perusahaan kita.

- b. Pelanggan antara (*Intermediate Customer*)

Merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu.

- c. Pelanggan antara (*Intermediate Customer*)

Merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu.

2.3.2 Keluhan pelanggan

Berdasarkan kamus bahasa Indonesia dalam (Lestari et al., 2010) “keluhan” berasal dari kata keluh yang berarti “terlahirnya perasaan susah”.Keluhan (*complain*) adalah sebuah kata yang sering berkonotasi negative bagi kedua pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen. *Complain* pada umumnya dipersepsikan sebagai kesalahan, masalah, stres, frustrasi, kemarahan, konflik, hukuman, tuntutan, ganti rugi, dan sejenisnya. *Complain* merupakan bagian dari proses purna beli. Prosesnya berawal dari konsumen merasakan ketidakpuasan setelah menerima pelayanan atau melakukan transaksi. Suchaeri (2012:67) menjelaskan keluhan pelanggan merupakan sumber informasi yang sangat

berharga untuk evaluasi peningkatan kinerja perusahaan, baik sumber daya manusianya maupun produknya. Pengaduan dan keluhan pelanggan membuka kesempatan bagi perusahaan untuk memperbaiki masalah dengan segera. Dengan demikian, perusahaan bisa membangun ide-ide inovasi produk, pemasaran, meningkatkan pelayanan, dan membangun produk.

2.3.3 Loyalitas Pelanggan (*customer Loyalty*)

Memiliki pelanggan loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas dapat di identifikasikan sebuah kesetiaan seseorang terhadap sesuatu hal (Asminar, 2010).

Customer loyalty adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti pembelian ulang (Billy Sentosa Wijaya & Wilma Laura Sahetapy, 2019)

Ahmad dan Buttle (Lupiyoadi, 2014) Mengemukakan signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang. Dengan demikian, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat profit yang stabil, saat pasar mencapai tingkat kedewasaan, dan kompetisi bisnis begitu tajam, strategi defensif yang berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibandingkan dengan strategi agresif yang memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial.

Membina hubungan baik dengan pelanggan, agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk/jasa dari perusahaan itu sendiri. Tujuan hubungan pelanggan menurut (Billy Sentosa Wijaya & Wilma Laura Sahetapy, 2019) antara lain :

- a. Mempertahankan pelanggan lama.
- b. Menarik pelanggan baru
- c. Memasarkan/memperkenalkan produk atau jasa baru.

2.3.4 Profil Singkat PT. ACC Kota Medan

Mempertahankan pelanggan lama. Astra Credit Companies atau yang biasa disingkat dengan ACC merupakan perusahaan pembiayaan mobil dan alat berat yang dijalankan sesuai dengan peraturan otoritas jasa keuangan. Selain menjadi perusahaan pembiayaan untuk mobil dan alat berat ACC melakukan perluasan usaha pada bidang pembiayaan investasi, pembiayaan modal kerja, pembiayaan multiguna dan sewa operasi (Operating Lease). Pada awal berdirinya ACC PT Astra Sedaya Finance merupakan cikal bakal berdirinya ACC pada tanggal 15 juli 1982 dengan nama PT Rahardja Sedaya, yang didirikan dengan tujuan untuk mendukung bisnis otomotif yang berasal dari kelompok Astra.

Astra Credit Companies (ACC) – Medan, Jl. H. Adam Malik adalah salah satu kantor cabang dari grup perusahaan jasa pembiayaan ACC yang merupakan bagian dari Astra Financial. Kantor cabang ACC PT. ACC (Astra Credit Companies) Kota Medan Jl. H. Adam Malik No. 28, Glugur By Pass, Medan

Kantor Astra Credit Company (ACC) ini melayani kebutuhan nasabah untuk mendapatkan produk-produk dari katalog Astra Credit untuk mendapat pendanaan. ACC dapat memberikan pinjaman untuk pembelian kendaraan bermotor khususnya mobil. Dengan ACC nasabah akan mendapat kemudahan dalam leasing mobil, kredit mobil baru dan bekas murah, dan lainnya. Kredit ACC juga punya banyak keunggulan seperti angsuran yang ringan, mendapat simulasi angsuran, jaminan dan syarat pengajuan yang mudah, bunga ringan, hingga banyaknya promo Astra Credit Company. Melalui kantor ACC kredit di Jl. H. Adam Malik No. 28, Medan ini Anda dapat memperoleh layanan-layanan ACC tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

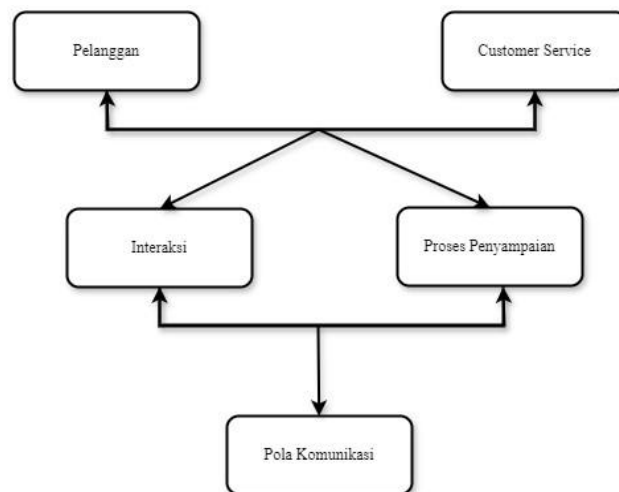
Jenis Penelitian yang digunakan adalah melalui pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2013) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Pada penelitian ini peneliti akan menjelaskan serta mendeskripsikan tentang pola komunikasi pada PT. ACC Kota Medan dalam mengatasi keluhan pelanggan. Dengan penelitian ini, peneliti akan mengamati serta mencari data data yang diperlukan dengan terjun langsung ke lapangan.

Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai landasan untuk menganalisis Pola komunikasi yang dilakukan oleh PT. ACC Medan untuk mengatasi keluhan pelanggan. Dengan analisis ini, data akan didapatkan melalui observasi serta wawancara terhadap staff atau karyawan pada PT. ACC Kota Medan

3.2 Kerangka Konsep

Menurut (Nur dan Bambang, 2019) kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka konseptual menggabungkan beberapa konsep kunci ke dalam suatu kesatuan yang koheren untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang masalah penelitian (Ibrahim et al., 2017). Kerangka ini memandu proses penelitian dan penting dalam generalisasi hasil penelitian (Nur Amalia Fitriani & Anis Chariri, 2014).



Gambar 3.2 Kerangka Konseptual penelitian

3.3 Defenisi Konsep

Adapun konsep penelitian yang digunakan peneliti dalam mempersempit perhatian yang akan di teliti adalah:

1. Pelanggan merupakan individu atau organisasi yang membeli atau menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu

perusahaan. Pelanggan adalah aset yang sangat berharga bagi setiap perusahaan, karena keberadaan pelanggan menentukan keberlangsungan bisnis perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus senantiasa berupaya memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan kebutuhan pelanggan agar mereka tetap loyal menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan bisnis, sehingga perusahaan harus memahami dengan baik apa yang diinginkan dan diharapkan oleh para pelanggannya.

2. Customer service atau layanan pelanggan adalah serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Customer service merupakan aspek penting dalam sebuah perusahaan, karena menjadi garda terdepan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan.
3. Interaksi adalah proses saling mempengaruhi diantara dua pihak atau lebih, baik secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi melibatkan pertukaran informasi, ide, atau perilaku antara individu, kelompok, atau organisasi yang terlibat didalamnya. Pada dasarnya, interaksi terjadi ketika terdapat tindakan yang dilakukan oleh satu pihak sebagai stimulus, dan kemudian direspon oleh pihak lain.
4. Proses penyampaian (delivery process) mengacu pada rangkaian aktivitas atau langkah-langkah yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan, informasi, atau layanan dari satu pihak kepada pihak lain. Proses ini melibatkan berbagai elemen seperti pengirim pesan, penerima pesan,

media penyampaian, dan konteks di mana penyampaian tersebut berlangsung

5. pola komunikasi mengacu pada suatu bentuk atau model hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tertentu. Pola komunikasi ini dapat dilihat dari kombinasi unsur-unsur seperti sumber informasi, pesan, media/saluran.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategori penelitian merupakan pengelompokan jenis penelitian berdasarkan tujuan, metode, logika dan pendekatan yang digunakan. Adapun kategorisasi yang digunakan pada penelitian ini adalah : Unit pelayanan pengaduan, sikap pengaduan.

Konsep Teoritis	Kategorisasi
Pola Komunikasi	<ol style="list-style-type: none">a. Arah Komunikasi (Satu arah, dua arah)b. Gaya Komunikasi (Formal, Informal)c. Saluran Komunikasi, Umpan balik, Keterbukaan, Empati, Sikap mendukung, Sikap positif, Serata kesetaraan
Customer Service	<ol style="list-style-type: none">a. Unit Pengaduanb. Sikap Pengaduan

3.5 Informan Atau Narasumber

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh maka dalam penelitian ini yang menjadi narasumber adalah sebagai berikut:

- a. Nama : Rezky Nasution
Umur : 30 Tahun
Jabatan : Karyawan Swasta
- b. Nama : Semi Sara
Umur : 25 Tahun
Jabatan : karyawan swasta
- c. Nama : Alfredo Purba
Umur: 28 Tahun
Jabatan : Karyawan Swasta
- d. Nama : Putri Angelina
Umur : 26 Tahun
Jabatan : Karyawan Swasta

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. **Observasi**

Dalam metode observasi ini peneliti gunakan untuk memperoleh gambaran tentang PT. ACC Kota Medan dengan mengamati keadaan, diantaranya : 1) Keluhan Pelanggan kepada PT. ACC Kota Medan, 2) Pelayanan Customer Service terhadap Pelanggan, 3. Permasalahan yang sering dialami oleh pelanggan.

b. **Wawancara**

Adapun macam-macam metode wawancara ini adalah wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tak berstruktur. Dari tiga macam metode wawancara tersebut maka peneliti menggunakan metode wawancara yang ditujukan kepada customer service PT. ACC Kota Medan.

c. **Dokumentasi**

Metode dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, data pelanggan dan lain sebagainya. Dalam hal ini dokumentasi dilakukan langsung pada PT. ACC Kota Medan.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2018) teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam mengambil kesimpulan. Teknik analisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan

Teknik analisis interaktif. Terdapat 3 komponen dalam teknik analisis ini, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi data. Merupakan komponen utama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, memfokuskan, penyederhanaan, dan abstrak data, proses ini berlangsung sepanjang penelitian.
- b. Penyajian data. Merupakan suatu rangkaian organisasi informasi deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dilakukan. Kajian ini merupakan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis.
- c. Penarikan kesimpulan. Adalah simpulan yang harus diverifikasi agar cukup mantap dan benar benar dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan penelusuran data.

3.8 Lokasi dan waktu penelitian

Kegiatan penelitian dan pengumpulan data ini dilakukan di PT. ACC (Astra Credit Companies), Rabu, 3 April 2024 sampai dengan 8 April 2024, Kota Medan Jl. H. Adam Malik No. 28, Glugur By Pass, Medan.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

a. Visi dan Misi PT. ACC Kota Medan

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT ACC Kota Medan Jl. H. Adam Malik No. 28, Glugur By Pass, Medan, berdasarkan data yang diperoleh dari customer service (CS) PT ACC kota medan dideskripsikan sebagai berikut:

Astra Credit Companies (ACC) – Jl.H.Adam Malik Kota Medan adalah salah satu kantor cabang dari grup perusahaan jasa pembiayaan ACC yang merupakan bagian dari Astra Financial. Astra Credit Companies (ACC) awalnya bergerak di bidang pembiayaan mobil dan alat berat baik baru maupun bekas. Seiring perkembangan bisnis, perusahaan memfasilitasi pembiayaan investasi, modal kerja, multiguna, dan sewa operasi. Didirikan pada 1982, nama awal Perusahaan adalah PT Rahardja Sedaya yang mendukung bisnis otomotif Astra. Perusahaan ini lalu berganti nama menjadi PT Astra Sedaya Finance (ASF) pada 1990. Kemudian 1994 perusahaan asosiasinya mengembangkan Astra Credit Companies (ACC). PT Astra Credit Companies memiliki visi dan misi :

1. Visi

Visi yang ditetapkan oleh Astra Credit Companies adalah sebagai berikut:

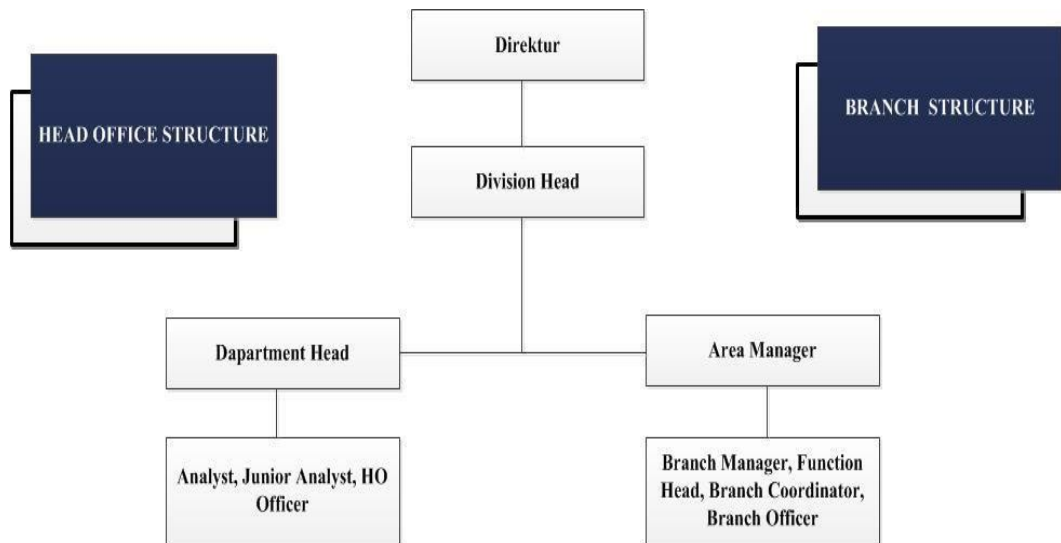
Sesuai dengan tujuan awal didirikannya ACC, ACC yang merupakan perusahaan pembiayaan kredit mobil dan alat berat yang didirikan sesuai dengan peraturan otoritas jasa keuangan selain melakukan pembiayaan kredit mobil dan alat berat ACC juga melakukan perluasan pelayanannya pada bidang Pembiayaan Investasi, Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Multiguna dan Sewa Operasi (Operating Lease), dalam pembayaran kreditnya pun dapat dilakukan secara konvensional maupun syariah sehingga sesuai dengan visi yang dimiliki oleh ACC yaitu menjadi pilihan pertama perusahaan financial yang memberikan solusi dengan total.

2. Misi

Misi yang ditetapkan oleh Astra Credit Companies untuk melaksanakan Visi yang telah mereka miliki yaitu:

Dengan Visi yang bertujuan untuk menjadi Pilihan utama dalam perusahaan financial yang memberikan solusi secara totalitas, untuk menjalankan Visi tersebut ACC memiliki misi yaitu dengan mempromosikan layanan kredit untuk kehidupan yang lebih baik. Hal tersebut dapat dilihat ACC dalam menjalankan kreditnya ACC memberikan pilihan paket kredit yang dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumennya, selain itu ACC juga menyediakan ACC Credit Protection yang dapat disebut ACP yang merupakan asuransi perlindungan untuk nasabah ACC dengan guna memberi perlindungan ketika berjalannya proses pelunasan angsuran kendaraan sedang berlangsung. Jika terjadi hal yang tidak diinginkan seperti meninggal dunia, cacat total sementara atau cacat total tetap maka nasabah ACC atau ahli waris akan terbebas dari kewajiban pembayaran angsuran sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. cacat total sementara atau cacat total tetap maka nasabah ACC atau ahli waris akan terbebas dari kewajiban pembayaran angsuran sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

b. Struktur Organisasi PT Astra Credit Companies Kota Medan



Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Astra Credit Companies Kota Medan

Sumber: (Human Capital Learning Training,2021)

Berikut merupakan Struktur Organisasi yang dimiliki oleh Astra Credit Companies (ACC) yang terbagi menjadi 2 bagian Struktur yaitu untuk *Head office* dan Branch Struktur. Pada struktur organisasi *Head Office* yang dimiliki oleh PT Astra Credit Companies terdapat *Direktur* yang merupakan bagian paling atas dalam struktur organisasi pada bagian direktu sendiri terdapat *CEO* yang merupakan pemimpin tertinggi suatu perusahaan kemudian dibawahnya terdapat *Chif human capital dan deputy Chief Excecutive Officer* yang membawahi *Chief marketing & sales Officer, Chief operating Officer, Chief finance & risk Officer, Chief IT & business development officer* yang fungsinya untuk mengepalari divisi-divisi yang terdapat dibawahnya. Setelah direktur yang merupakan bagian paling tinggi diperusahaan, terdapat *Division head* yang Berikut merupakan Struktur Organisasi yang dimiliki oleh Astra Credit Cmpanies (ACC) yang terbagi

menjadi 2 bagan Struktur yaitu untuk *Head office* dan *Branch* Struktur. Pada struktur organisasi *Head Office* yang dimiliki oleh PT AStrA Credit Companies terdapat Direktur yang merupakan bagian paling atas dalam struktur organisasi pada bagian direktu sendiri terdapat CEO yang merupakan pemimpin tertinggi suatu perusahaan kemudian dibawahnya terdapat *Chief human capital* dan deputy *Chief Excecutive Officer* yang membawahi *Chief marketing & sales Officer*, *Chief operating Officer*, *Chief finance & risk Officer*, *Chief IT & business development officr* yang fungsinya untuk mengepalari divisi-divisi yang terdapat dibawahnya. Setelah direktur yang merupakan bagian paling tinggi diperusahaan, terdapat *Division head* yang terdiri dari beberapa kepala yang menangani satu bidang tertentu dan memiliki fungsi dan kewenangan masing-masing. *Division head* bertugas untuk menjalankan dan melakukan pengawasan terhadap divisi yang dibawahinya. Setelah *division head* didalam struktur organisasi ACC pada *head office* terdapat departemen head yang memiliki peran atau tugas yang spesifik untuk mengatur departemen yang dibawahinya dan nantinya akan bertanggung jawab kepada *Division head*, kemudian dari *analyst* sendiri yaitu untuk mengawasi, menganalisa mengenai perkembangan suatu departemen. Setelah *analyst* dan *junior analyst* terdapat *head office officer* yang merupakan pegawai-pegawai *head office*.

c. Data keluhan pelanggan PT Astra Credit Companies (ACC) Kota Medan:

No	Tanggal	Jenis Keluhan	Deskripsi Keluhan	Saluran Keluhan	Status	Waktu Penyelesaian
1	1/5/2024	Layanan	Pelayanan customer service lambat	Telepon	Selesai	2 hari
2	2/5/2024	Administrasi	Kesalahan data pada pinjaman	Email	Dalam proses	-
3	3/5/2024	Teknis	Aplikasi mobile tidak berfungsi dengan baik	Media Sosial	Selesai	3 hari
4	4/5/2024	Layanan	Informasi yang diberikan kurang jelas	Kantor Cabang	Selesai	1 hari
5	5/5/2024	Administrasi	Keterlambatan pencairan dana	Email	Dalam proses	-
6	6/5/2024	Teknis	Website sering mengalami gangguan	Media Sosial	Selesai	2 hari
7	7/5/2024	Layanan	Staf kurang ramah	Telepon	Selesai	1 hari
8	8/5/2024	Administrasi	Kesalahan perhitungan cicilan	Email	Dalam proses	-

9	9/5/2024	Teknis	Aplikasi mobile sering keluar sendiri	Media Sosial	Selesai	4 hari
10	10/5/2024	Layanan	Waktu tunggu di kantor cabang terlalu lama	Kantor Cabang	Selesai	2 hari
11	11/5/2024	Administrasi	Keterlambatan penerbitan dokumen	Email	Dalam proses	-
12	12/5/2024	Teknis	Masalah koneksi saat mengakses website	Media Sosial	Selesai	3 hari
13	13/05/2024	Layanan	Kurangnya informasi tentang produk	Telepon	Selesai	1 hari
14	14/05/2024	Administrasi	Kesalahan tagihan	Email	Dalam proses	-
15	15/05/2024	Teknis	Aplikasi mobile sering crash	Media Sosial	Selesai	5 hari
16	16/05/2024	Layanan	Pelayanan customer service kurang memuaskan	Kantor Cabang	Selesai	2 hari

17	17/05/2024	Administrasi	Keterlambatan proses persetujuan pinjaman	Email	Dalam proses	-
18	18/05/2024	Teknis	Masalah keamanan data pada website	Media Sosial	Selesai	4 hari
19	19/05/2024	Layanan	Kurangnya respon dari customer service	Telepon	Selesai	1 hari
20	20/05/2024	Administrasi	Kesalahan data pada laporan pinjaman	Email	Dalam proses	-
21	21/05/2024	Teknis	Aplikasi mobile sering mengalami gangguan	Media Sosial	Selesai	3 hari
22	22/05/2024	Layanan	Pelayanan di kantor cabang kurang ramah	Kantor Cabang	Selesai	2 hari
23	23/05/2024	Administrasi	Keterlambatan penerbitan surat keterangan	Email	Dalam proses	-

24	24/05/2024	Teknis	Masalah kompatibilitas aplikasi mobile	Media Sosial	Selesai	4 hari
25	25/05/2024	Layanan	Kurangnya informasi tentang biaya	Telepon	Selesai	1 hari
26	26/05/2024	Administrasi	Kesalahan dalam proses pembayaran	Email	Dalam proses	-
27	27/05/2024	Teknis	Website sering mengalami kegagalan login	Media Sosial	Selesai	3 hari
28	28/05/2024	Layanan	Pelayanan customer service kurang profesional	Kantor Cabang	Selesai	2 hari
29	29/05/2024	Administrasi	Keterlambatan pencairan dana pinjaman	Email	Dalam proses	-
30	30/05/2024	Teknis	Aplikasi mobile sering meminta update	Media Sosial	Selesai	5 hari

31	31/05/2024	Layanan	Kurangnya informasi tentang persyaratan	Telepon	Selesai	1 hari
32	1/6/2024	Administrasi	Kesalahan dalam penerbitan sertifikat	Email	Dalam proses	-
33	2/6/2024	Teknis	Masalah keamanan data pada aplikasi mobile	Media Sosial	Selesai	4 hari
34	3/6/2024	Layanan	Pelayanan di kantor cabang lambat	Kantor Cabang	Selesai	2 hari
35	4/6/2024	Administrasi	Keterlambatan penerbitan kartu kredit	Email	Dalam proses	-
36	5/6/2024	Teknis	Aplikasi mobile sering force close	Media Sosial	Selesai	3 hari
37	6/6/2024	Layanan	Kurangnya informasi tentang promosi	Telepon	Selesai	1 hari

38	7/6/2024	Administrasi	Kesalahan dalam penghitungan bunga	Email	Dalam proses	-
39	8/6/2024	Teknis	Masalah kompatibilitas browser pada website	Media Sosial	Selesai	4 hari
40	9/6/2024	Layanan	Pelayanan customer service kurang responsif	Kantor Cabang	Selesai	2 hari
41	10/6/2024	Administrasi	Keterlambatan penerbitan surat pemberitahuan	Email	Dalam proses	-
42	11/6/2024	Teknis	Aplikasi mobile sering mengalami lag	Media Sosial	Selesai	3 hari
43	12/6/2024	Layanan	Kurangnya informasi tentang syarat dan ketentuan	Telepon	Seles	
44	13/06/2024	Administrasi	Kesalahan dalam penerbitan laporan keuangan	Email	Dalam proses	-

45	14/06/2024	Teknis	Masalah koneksi saat mengakses aplikasi mobile	Media Sosial	Selesai	4 hari
46	15/06/2024	Layanan	Pelayanan di kantor cabang kurang memuaskan	Kantor Cabang	Selesai	2 hari
47	16/06/2024	Administrasi	Keterlambatan proses persetujuan kredit	Email	Dalam proses	-
48	17/06/2024	Teknis	Aplikasi mobile sering menampilkan iklan	Media Sosial	Selesai	3 hari
49	18/06/2024	Layanan	Kurangnya informasi tentang kebijakan privasi	Telepon	Selesai	1 hari
50	19/06/2024	Administrasi	Kesalahan dalam penerbitan surat perjanjian	Email	Dalam proses	-

Sumber: Hasil Penelitian 2024

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Observasi

Peneliti melakukan penelitian dengan teknik pengumpulan data berupa observasi untuk mengetahui tentang Pola Komunikasi PT.ACC Kota Medan Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan.

Penelitian ini menemukan bahwa berdasarkan pengamatan yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa PT ACC Kota Medan telah mengembangkan sebuah sistem penanganan keluhan pelanggan yang terstruktur. Sistem ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap keluhan dapat ditangani dengan cepat dan tepat, sehingga kepuasan pelanggan dapat terjaga. Hal ini menjadi prioritas utama bagi perusahaan mengingat persaingan yang ketat dan tuntutan kualitas yang tinggi dalam industri konstruksi dan bahan bangunan.

Salah satu komponen penting dalam pola komunikasi PT ACC adalah keberadaan call center yang beroperasi dengan mengikuti prosedur jadwal kantor. Melalui observasi langsung, peneliti menyaksikan bagaimana staf call center yang terlatih dengan baik menerima panggilan dari pelanggan dan mencatat setiap detail keluhan dengan cermat. Selain itu, perusahaan juga menyediakan saluran komunikasi alternatif seperti email dan media sosial untuk memudahkan pelanggan dalam menyampaikan keluhan mereka. Setiap keluhan yang masuk akan segera

ditindaklanjuti oleh tim khusus yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan profesional.

Dalam proses penanganan keluhan, peneliti mengamati bahwa PT ACC menerapkan prinsip transparansi dan keterbukaan. Pelanggan selalu diberikan informasi terbaru mengenai status penanganan keluhan mereka, baik melalui komunikasi langsung ataupun melalui pembaruan di portal pelanggan online. Peneliti juga menemukan bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus pada umpan balik dari pelanggan setelah keluhan mereka diselesaikan, dengan tujuan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan pola komunikasi yang efektif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, PT ACC telah berhasil membangun reputasi yang baik di industri konstruksi dan bahan bangunan di Kota Medan.

4.1.2 Data Narasumber

Data dari hasil peneliti yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Pada bagian tahap wawancara ini dilakukan dengan 4 narasumber yang di anggap memiliki representasi dan kompetensi terhadap objek penelitian. Narasumber yang berjumlah 4 orang merupakan pegawai Perusahaan PT.ACC bagian *customer service*. Adapun data narasumber hasil penelitian ini yaitu:

Tabel 4.1 Profil Narasumber *Customer Service*

NO	NAMA	INSIAL	USIA	PEKERJAAN	TANGGAL WAWAMCARA
1	Rezky Nasution	R	30	Pegawai Swasta	23 Maret 2024
2	Semi Sara	S	25	Pegawai Swasta	23 Maret 2024
3	Alfredo Purba	A	28	Pegawai Swasta	23 Maret 2024
4	Putri Angelina	P	26	Pegawai Swasta	23 Maret 2024

Sumber : Hasil Penelitian 2024

4.1.3 Hasil Wawancara Narasumber

Peneliti mendapatkan data tentang Pola Komunikasi PT.ACC Kota Medan dalam mengatasi keluhan pelanggan melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara. Untuk lebih jelasnya dibawah ini peneliti akan menguraikan temuan yang peneliti temukan dilapangan. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah ditulis pada bab 1 yaitu untuk menganalisis interaksi customer service terhadap pelanggan PT. ACC Kota Medan dalam proses pelayanan dan mengatasi keluhan dan mengidentifikasi proses penyampaian pesan yang dilakukan customer service dalam mengatasi keluhan pelanggan PT. ACC Kota Medan.

a. Menurut Informan Rezky Nasution

Berkomunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan hal yang harus ditekankan kepada setiap perusahaan. Dalam cara berkomunikasi PT. ACC Kota Medan memiliki prosedur standar yang telah ditetapkan. Standar prosedur ini berfungsi untuk mengatur bagaimana tata cara berkomunikasi terhadap pelanggan untuk memberikan solusi bagi perusahaan serta meningkatkan kinerja karyawan agar menjadi lebih baik. Hal diatas berkaitan dengan arah komunikasi. Dalam hal ini ketika peneliti menanyakan kepada informan terkait cara berkomunikasi dengan pelanggan yang komplain agar mereka merasa didengarkan dan hormati. Informan bernama Rezky Nasution menjawab :

“Ketika menerima keluhan dari pelanggan, prosedur standar yang harus diikuti adalah mendengarkan dengan saksama keluhan pelanggan tanpa menyela, menanggapi dengan sikap ramah, empati dan profesional serta meminta maaf atas ketidaknyamanan yang dialami. Kemudian mengajukan pertanyaan untuk memahami permasalahan secara detail agar dapat menawarkan solusi atau kompensasi yang wajar sesuai kebijakan perusahaan”

Dalam membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan setiap perusahaan memiliki peranan penting dalam mengatasi keluhan. PT ACC Kota Medan menggunakan beberapa media untuk mengatasi keluhan pelanggan agar hubungan kepercayaan terhadap pelanggan dapat berjalan dengan baik. Selain itu, terdapat juga beberapa situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Dalam hal ini peneliti menanyakan kepada informan terkait membangun kepercayaan dengan

pelanggan yang mengajukan keluhan. Dari pertanyaan tersebut informan Rezky Nasution menjawab :

“Dalam menanggapi komplain pelanggan, kami menggunakan berbagai sarana komunikasi seperti tatap muka, telepon, email, pesan instan/chat, dan media sosial untuk memberikan tanggapan secara cepat, profesional, dan memuaskan sesuai preferensi mereka. Namun yang lebih penting adalah bagaimana kami membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan yang mengajukan keluhan”

Pada sebuah perusahaan terdapat standar operasional prosedur (SOP) yang mengatur bagaimana menindaklanjuti suatu keluhan pelanggan. Dalam mengatasi permasalahan ini tentunya customer service PT ACC Kota Medan memiliki peranan penting untuk meminta persetujuan atasan agar dapat menindaklanjuti suatu keluhan pelanggan. Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti bertanya kepada informan terkait situasi seperti apa yang harus dilakukan untuk meminta persetujuan dari atasan sebelum menindaklanjuti suatu keluhan pelanggan. Maka dalam hal ini informan Rezky Nasution berpendapat bahwa :

“Customer service memiliki kewajiban untuk meminta persetujuan dari atasan apabila keluhan pelanggan berkaitan dengan pelanggaran standar operasional prosedur (SOP) perusahaan atau melibatkan perubahan kebijakan, kompensasi finansial besar, ataupun penanganan kasus hukum. Dalam situasi seperti ini, customer service harus mendapatkan izin dari atasan terlebih dahulu sebelum menindaklanjuti keluhan tersebut”

Marah saat mengajukan keluhan tentunya dalam hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi customer service karena pasalnya beberapa pelanggan Ketika mengajukan keluhan ada yang bersifat emosional sehingga hal ini menjadi masalah

baru yang harus dihadapi oleh Customer Service PT. ACC Kota Medan untuk memberikan alternatif dalam menghadapi hal ini. Dalam pernyataan diatas selanjutnya dalam wawancara yang dilakukan terkait menanganin situasi dimana pelanggan menjadi emosional atau marah saat mengajukan keluhan. Selanjutnya informan Rezky Nasution menanggapi bahwa :

“Dalam situasi di mana pelanggan menjadi emosional atau marah saat mengajukan keluhan, kami akan menanggapi dengan cara yang tenang, profesional, dan penuh pemahaman. Langkah awal yang akan kami ambil dengan membiarkan pelanggan mengungkapkan emosinya terlebih dahulu sambil mendengarkan dengan seksama tanpa menyela”

Perusahaan PT. ACC Kota medan untuk memantau dan melacak status penanganan keluhan pelanggan terdapat beberapa system yang dibutuhkan. Sistem ini berfungsi agar pelanggan diberi nomor tiket untuk yang memungkinkan pelanggan dan pihak customer service mengakses informasi terkini. Oleh karena itu, peneliti menanyakan perihal adakah system lain yang digunakan oleh perusahaan untuk memantau dan melacak status penanganan keluhan pelanggan. Dari sebab diatas informan Rezky Nasution membenarkan adanya system tersebut yaitu:

“Perusahaan kami menggunakan sistem pelacakan keluhan yang terintegrasi untuk memantau dan melacak status penanganan setiap keluhan pelanggan secara real-time. Setiap keluhan akan diberi nomor tiket untuk yang memungkinkan pelanggan dan pihak customer service untuk mengakses informasi terkini, riwayat komunikasi, dan tindakan yang diambil hingga keluhan terselesaikan dengan baik.”

Solusi yang ditawarkan oleh PT.ACC Kota Medan untuk memastikan bagaimana menindaklanjuti keluhan dalam jangka waktu yang wajar.

Penyelesaian ini dilakukan secara berkala untuk memberikan komunikasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan. Berdasarkan permasalahan diatas peneliti menanyakan tentang bagaimana memastikan bahwa keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan di selesaikan dalam jangka waktu yang wajar.. Informan Rezky Nasution menyatakan :

“Terlebih dahulu kami memastikan keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar dengan menetapkan target waktu penyelesaian berdasarkan tingkat prioritas keluhan, melakukan pemantauan berkala, serta memberikan komunikasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan mengenai status penanganan dan estimasi waktu penyelesaian”

Ketika perusahaan memantau atau menganalisis respon atau tanggapan pelanggan tentunya keluhan tersebut dapat ditangani dengan baik. Lalu perusahaan merespon tanggapan pelanggan untuk mengirimkan survei setelah keluhan ditangani. Dalam merespon hal ini peneliti menanyakan bagaimana perusahaan PT.ACC Kota medan memantau serta menganalisis respon tanggapan tersebut. Kemudian informan Rezky Nasution menjawab :

“Ketika customer service untuk memastikan kualitas penanganan keluhan yang baik, perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan melalui beberapa cara, seperti mengirimkan survei kepuasan pelanggan setelah keluhan ditangani, menganalisis umpan balik yang diberikan pelanggan di media sosial dan saluran komunikasi lainnya”

pola komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan. Selain itu, saran atau rekomendasi yang diberikan oleh perusahaan sangat relevan untuk

meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan. Dalam permasalahan diatas peneliti bertanya terkait saran atau rekomendasi anda untuk meningkatkan pola komunikasi dalam menanganin keluhan pelanggan. Pertanyaan ini kemudian dijawab oleh Rezky Nasution sebagai berikut :

“Perusahaan memberikan pelatihan komunikasi yang intensif kepada staf customer service, terutama dalam hal mendengarkan aktif, berempati, serta menyampaikan informasi dengan jelas dan ramah. Selain itu, menyediakan saluran komunikasi yang beragam seperti telepon, email, live chat, dan media sosial akan memfasilitasi preferensi komunikasi pelanggan yang berbeda-beda.”

Setiap penangan yang dilakukan beberapa respon tanggapan oleh customer service harus dijalankan dengan baik. Respon berguna untuk menganalisis tanggapan terhadap keluhan pelanggan. Oleh sebab itu, peneliti kemudian menanyakan perihal bagaimana perusahaan memantau atau menganalisis respon terhadap cara penanganan yang dilakukan. Lalu informan Rezky Nasution memberikan respon demikian :

“Ketika costumer service untuk memastikan kualitas penanganan keluhan yang baik, Perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan melalui beberapa cara, seperti mengirimkan survei kepuasan pelanggan setelah keluhan ditangani.”

Terakhir dalam meningkatkan pola komunikasi tentunya saran atau rekomendasi sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan. Saran ini sangat bermanfaat terkhusus untuk pelanggan PT. ACC Kota Medan. Untuk menangkap hal tersebut selanjutnya peneliti menanyakan tentang saran atau rekomendasi

karyawan untuk meningkatkan pola komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan. Dalam hal ini Rezky Nasution berpendapat :

“Perusahaan memberikan pelatihan komunikasi yang intensif kepada staf customer service, terutama dalam hal mendengarkan aktif, berempati, serta menyampaikan informasi dengan jelas dan ramah. Selain itu, menyediakan saluran komunikasi yang beragam seperti telepon, email, live chat, dan media sosial akan memfasilitasi preferensi komunikasi pelanggan yang berbeda-beda.”

b. Menurut Informan Semi Sarah

Dalam dunia bisnis yang dinamis saat ini, membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan merupakan kunci keberhasilan bagi setiap perusahaan. PT. ACC Kota Medan menyadari pentingnya hal tersebut dan telah menetapkan standar prosedur yang mengatur tata cara berkomunikasi dengan pelanggan. Prosedur ini berfungsi sebagai pedoman bagi karyawan dalam memberikan solusi yang tepat dan meningkatkan kinerja mereka dalam melayani pelanggan. Ketika ditanya mengenai cara berkomunikasi dengan pelanggan yang komplain agar mereka merasa didengarkan dan dihargai, Semi Sarah, salah satu informan, menyampaikan bahwa :

“Dalam menangani keluhan pelanggan, Customer Service (CS) di PT. ACC Kota Medan akan menerapkan pendekatan berikut dalam satu paragraf: Pertama, CS akan meminta pelanggan menjelaskan keluhan secara rinci agar dapat memahami situasi dengan baik. Kemudian, CS akan memberikan perhatian penuh dan menunjukkan empati dengan menyimak setiap detail keluhan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan didengarkan. Setelah itu, CS akan mengomunikasikan solusi atau tindakan

yang akan diambil sesuai dengan prosedur standar operasional perusahaan, sehingga respons yang diberikan konsisten dan tepat.”

Ketika berkomunikasi dengan pelanggan yang mengajukan keluhan di PT.ACC Kota Medan, pendekatan yang saya lakukan adalah mendengarkan dengan penuh perhatian dan empati terhadap masalah yang mereka sampaikan. Saya akan memastikan untuk memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengekspresikan keluhannya secara menyeluruh, tanpa interupsi, sambil menunjukkan sikap yang menghargai dan memahami keadaan mereka. Selain itu, saya akan menyampaikan rasa penyesalan atas pengalaman yang tidak memuaskan yang mereka alami, serta memberikan jaminan bahwa perusahaan kami akan melakukan yang terbaik untuk menyelesaikan masalah tersebut. Melalui pendekatan ini, saya berharap pelanggan dapat merasa didengarkan, dihargai, dan yakin bahwa kami peduli terhadap kepuasan mereka. Menurut informan Semi Sarah dari pertanyaan yang peneliti ajukan terkait cara anda berkomunikasi dengan pelanggan yang komplain agar mereka merasa didengarkan dan dihargai yaitu :

“Dalam berkomunikasi dengan pelanggan yang mengajukan keluhan, saya akan mengutamakan pendengaran tanpa interupsi dan menunjukkan sikap profesional. Setelah mendengar dengan seksama seluruh keluhan, saya akan memberikan solusi yang memadai dan berusaha menyelesaikan masalah dengan sebaik mungkin. Prinsipnya adalah memberikan perhatian penuh pada pelanggan, menawarkan solusi yang tepat, dan memastikan mereka merasa dihargai dan dipedulikan.”

Dalam menanggapi komplain pelanggan di PT.ACC Kota Medan, PT.ACC menggunakan komunikasi yang santun, empatik, dan profesional. PT.ACC memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengungkapkan keluhannya

secara menyeluruh tanpa interupsi, sambil menunjukkan pengertian terhadap permasalahan yang mereka hadapi. Selain itu, PT.ACC menyampaikan penyesalan atas pengalaman yang tidak memuaskan yang mereka alami, serta berkomitmen untuk memberikan solusi yang memadai sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Dengan demikian, peneliti menanyakan kepada informan Semi Sarah terkait hal diatas dan beliau memberikan pernyataan demikian :

“Ketika ada keluhan, kami di PT.ACC Kota Medan berusaha menggunakan komunikasi yang tepat dan efisien bagi pelanggan. Kami memberikan respons dengan cepat, profesional, dan memuaskan untuk menyelesaikan masalah dengan baik.”

Membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan yang mengajukan keluhan di PT.ACC Kota Medan adalah tujuan utama. Perusahaan berkomitmen untuk mendengarkan dengan teliti setiap keluhan, menyampaikan penyesalan atas pengalaman yang tidak memuaskan, dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Dengan cara ini, perusahaan berharap dapat menegaskan kepada pelanggan bahwa kepuasan dan kepercayaan mereka sangat penting bagi kami dalam menjalin hubungan yang saling menguntungkan. Selanjutnya ketika peneliti menanyakan kepada informan Semi Sarah terkait masalah diatas beliau menjawab :

“Dalam menanggapi keluhan pelanggan, kami fokus pada komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan. Kami mendengarkan dengan penuh perhatian, menunjukkan empati, memberikan solusi nyata, dan melakukan tindak lanjut secara konsisten. Dengan pendekatan ini, kami yakin dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan.”

Di PT.ACC Kota Medan, meminta persetujuan dari atasan sebelum melanjutkan penanganan sebuah keluhan pelanggan adalah prosedur yang umum. Situasi ini seringkali terjadi ketika keluhan tersebut melibatkan keputusan atau langkah-langkah yang memerlukan otorisasi lebih tinggi. Misalnya, ketika keluhan mengenai masalah yang kompleks atau membutuhkan pengeluaran tambahan, customer service akan mengajukan laporan atau proposal kepada atasan untuk meminta persetujuan sebelum melanjutkan langkah-langkah penyelesaiannya. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa penanganan keluhan dilakukan secara efektif dan sesuai dengan kebijakan perusahaan serta dapat memberikan solusi yang memuaskan bagi pelanggan. Pada masalah ini selanjutnya ketika peneliti menanyakan kepada informan Semi Sarah dengan memberikan pernyataan sebagai berikut :

“Customer service di PT.ACC Kota Medan bertanggung jawab untuk meminta persetujuan dari atasan ketika keluhan pelanggan melibatkan pelanggaran standar operasional prosedur (SOP) perusahaan, perubahan kebijakan, kompensasi finansial besar, atau kasus hukum. Dalam situasi ini, izin dari atasan diperlukan sebelum langkah selanjutnya diambil dalam menangani keluhan tersebut. Namun, untuk keluhan rutin yang tidak melibatkan hal-hal tersebut, customer service dapat langsung menindaklanjuti sesuai dengan prosedur perusahaan tanpa persetujuan atasan. Hal ini memastikan penanganan keluhan tetap profesional dan memelihara kepercayaan pelanggan.”

Saat pelanggan menjadi emosional atau marah saat mengajukan keluhan, penting untuk tetap tenang dan empatik. Customer service di PT.ACC Kota Medan akan mendengarkan dengan sabar, mengakui perasaan pelanggan, dan

menunjukkan pengertian terhadap situasi yang membuat mereka frustrasi. Selain itu, perusahaan akan berusaha untuk menenangkan pelanggan dengan mengkomunikasikan bahwa keluhan mereka penting bagi perusahaan dan bahwa perusahaan akan melakukan segala yang kami bisa untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan baik. Dengan pendekatan yang penuh empati dan profesionalisme, kami berharap dapat mengubah suasana menjadi lebih tenang dan membantu pelanggan merasa didengar dan dihargai. Dalam penjelasan diatas dibuktikan dengan pernyataan Semi Sarah sebagai berikut :

“Saat pelanggan mengungkapkan emosinya dalam keluhan, kami akan menanggapi dengan tenang, profesional, dan penuh pemahaman. Langkah pertama adalah mendengarkan dengan seksama tanpa menyela, lalu mengakui perasaan mereka serta meminta maaf atas ketidakpuasan yang dialami. Kami akan mencoba menenangkan suasana dengan nada bicara yang lembut, mengajak untuk berdiskusi secara rasional, dan menawarkan solusi atau tindakan perbaikan yang nyata. Dengan pendekatan yang sabar, penuh pengertian, dan berorientasi pada solusi, kami yakin dapat menangani situasi emosional dengan baik dan memulihkan kepercayaan pelanggan.”

PT.ACC Kota Medan menggunakan sistem pelacakan yang canggih untuk memantau dan melacak status penanganan keluhan pelanggan. Melalui sistem ini, setiap keluhan yang masuk direkam secara rinci, termasuk tanggal penerimaan, jenis keluhan, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk menanganinya. Tim customer service dapat mengakses sistem ini untuk memperbarui status penanganan keluhan, mencatat komunikasi dengan pelanggan, dan menetapkan tindak lanjut yang diperlukan. Dengan sistem pelacakan ini, perusahaan dapat

memastikan bahwa setiap keluhan ditangani dengan efisien dan tidak ada yang terlewat, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam hal ini ketika peneliti menanyai kepada informan Semi Sarah beliau menjawab :

“Perusahaan kami menggunakan sistem pelacakan keluhan terintegrasi untuk memantau dan melacak status penanganan setiap keluhan pelanggan secara real-time. Setiap keluhan diberi nomor tiket yang memungkinkan pelanggan dan customer service mengakses informasi terkini, riwayat komunikasi, dan tindakan yang diambil hingga keluhan terselesaikan dengan baik.”

Dalam PT.ACC Kota Medan, prioritas utama adalah memastikan bahwa setiap keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar. Hal ini dilakukan melalui proses yang terstruktur dan efisien, dimana setiap keluhan direkam, dipantau, dan ditangani dengan penuh perhatian. Tim customer service bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan tanggapan yang cepat dan solusi yang memuaskan, sehingga menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Ketika peneliti bertanya kepada Semi Sarah beliau menjawab :

“Kami memastikan keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar dengan menetapkan target waktu penyelesaian berdasarkan tingkat prioritas keluhan, melakukan pemantauan berkala, serta memberikan komunikasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan mengenai status penanganan dan estimasi waktu penyelesaian.”

Perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa proses penanganan keluhan berjalan efektif

dan memuaskan bagi pelanggan. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan serta mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Ketika informan menanyai Semi Sarah kemudian beliau menyatakan :

“Dalam memastikan kualitas penanganan keluhan yang baik, perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan. Ini dilakukan melalui berbagai cara, seperti mengirimkan survei kepuasan pelanggan setelah keluhan ditangani, menganalisis umpan balik di media sosial, dan melacak metrik seperti tingkat retensi dan loyalitas pelanggan sebagai indikator efektivitas penanganan keluhan.”

Untuk meningkatkan pola komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan, kami merekomendasikan fokus pada respons yang cepat, jelas, dan empatik. Customer service di PT.ACC Kota Medan perlu menjadwalkan waktu untuk merespons keluhan dengan segera, memberikan informasi yang terperinci tentang langkah-langkah penyelesaian, dan menunjukkan empati terhadap perasaan pelanggan. Selain itu, mendengarkan dengan penuh perhatian dan memberikan umpan balik yang konstruktif juga penting untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan dan memperkuat kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Selanjutnya informan Semi Sarah menjawab perihal permasalahan diatas yaitu :

“Perusahaan melatih staf customer service secara intensif dalam mendengarkan aktif, berempati, dan menyampaikan informasi dengan jelas serta ramah. Saluran komunikasi yang beragam seperti telepon, email, live

chat, dan media sosial disediakan untuk memenuhi preferensi komunikasi pelanggan yang berbeda. Panduan tanggapan yang fleksibel dan standar dikembangkan untuk menjaga komunikasi profesional dan konsisten. Teknologi seperti chatbot cerdas dan sistem respons suara interaktif dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi penanganan keluhan saat volume keluhan tinggi.”

c. Menurut Informan Alfredo Purba

Dalam dunia bisnis yang dinamis saat ini, membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan merupakan kunci keberhasilan bagi setiap perusahaan. PT. ACC Kota Medan menyadari pentingnya hal tersebut dan telah menetapkan standar prosedur yang mengatur tata cara berkomunikasi dengan pelanggan. Prosedur ini berfungsi sebagai pedoman bagi karyawan dalam memberikan solusi yang tepat dan meningkatkan kinerja mereka dalam melayani pelanggan. Saat ditanya mengenai cara berkomunikasi dengan pelanggan yang komplain agar mereka merasa didengarkan dan dihargai, Alfredo Purba, salah satu informan, menyampaikan bahwa:

“Dalam menangani keluhan pelanggan, Customer Service (CS) di PT. ACC Kota Medan akan menerapkan pendekatan berikut dalam satu paragraf: Pertama, CS akan meminta pelanggan menjelaskan keluhan secara rinci agar dapat memahami situasi dengan baik. Kemudian, CS akan memberikan perhatian penuh dan menunjukkan empati dengan menyimak setiap detail keluhan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan didengarkan. Setelah itu, CS akan mengomunikasikan solusi atau tindakan yang akan diambil sesuai dengan prosedur standar operasional perusahaan, sehingga respons yang diberikan konsisten dan tepat.”

Ketika berkomunikasi dengan pelanggan yang mengajukan keluhan di PT.ACC Kota Medan, pendekatan yang saya lakukan adalah mendengarkan dengan penuh perhatian dan empati terhadap masalah yang mereka sampaikan. Saya akan memastikan untuk memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengekspresikan keluhannya secara menyeluruh, tanpa interupsi, sambil menunjukkan sikap yang menghargai dan memahami keadaan mereka. Selain itu, saya akan menyampaikan rasa penyesalan atas pengalaman yang tidak memuaskan yang mereka alami, serta memberikan jaminan bahwa perusahaan kami akan melakukan yang terbaik untuk menyelesaikan masalah tersebut. Melalui pendekatan ini, saya berharap pelanggan dapat merasa didengarkan, dihargai, dan yakin bahwa kami peduli terhadap kepuasan mereka. Menurut informan Alfredo Purba dari pertanyaan yang peneliti ajukan terkait cara anda berkomunikasi dengan pelanggan yang komplain agar mereka merasa di dengarkan dan dihargai yaitu :

“Dalam berkomunikasi dengan pelanggan yang mengajukan keluhan, saya akan mengutamakan pendengaran tanpa interupsi dan menunjukkan sikap profesional. Setelah mendengar dengan seksama seluruh keluhan, saya akan memberikan solusi yang memadai dan berusaha menyelesaikan masalah dengan sebaik mungkin. Prinsipnya adalah memberikan perhatian penuh pada pelanggan, menawarkan solusi yang tepat, dan memastikan mereka merasa dihargai dan dipedulikan.”

Dalam menanggapi komplain pelanggan di PT.ACC Kota Medan, PT.ACC menggunakan komunikasi yang santun, empatik, dan profesional. PT.ACC memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengungkapkan keluhannya secara menyeluruh tanpa interupsi, sambil menunjukkan pengertian terhadap permasalahan yang mereka hadapi. Selain itu, PT.ACC menyampaikan penyesalan

atas pengalaman yang tidak memuaskan yang mereka alami, serta berkomitmen untuk memberikan solusi yang memadai sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Dengan demikian, peneliti menanyakan kepada informan Alfredo Purba terkait hal diatas dan beliau memberikan pernyataan demikian :

“Ketika ada keluhan, kami di PT.ACC Kota Medan berusaha menggunakan komunikasi yang tepat dan efisien bagi pelanggan. Kami memberikan respons dengan cepat, profesional, dan memuaskan untuk menyelesaikan masalah dengan baik.”

Membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan yang mengajukan keluhan di PT.ACC Kota Medan adalah tujuan utama. Perusahaan berkomitmen untuk mendengarkan dengan teliti setiap keluhan, menyampaikan penyesalan atas pengalaman yang tidak memuaskan, dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Dengan cara ini, perusahaan berharap dapat menegaskan kepada pelanggan bahwa kepuasan dan kepercayaan mereka sangat penting bagi kami dalam menjalin hubungan yang saling menguntungkan. Selanjutnya ketika peneliti menanyakan kepada informan Alfredo Purba terkait masalah diatas beliau menjawab :

“Dalam menanggapi keluhan pelanggan, kami fokus pada komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan. Kami mendengarkan dengan penuh perhatian, menunjukkan empati, memberikan solusi nyata, dan melakukan tindak lanjut secara konsisten. Dengan pendekatan ini, kami yakin dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan.”

Di PT.ACC Kota Medan, meminta persetujuan dari atasan sebelum melanjutkan penanganan sebuah keluhan pelanggan adalah prosedur yang umum. Situasi ini seringkali terjadi ketika keluhan tersebut melibatkan keputusan atau

langkah-langkah yang memerlukan otorisasi lebih tinggi. Misalnya, ketika keluhan mengenai masalah yang kompleks atau membutuhkan pengeluaran tambahan, customer service akan mengajukan laporan atau proposal kepada atasan untuk meminta persetujuan sebelum melanjutkan langkah-langkah penyelesaiannya. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa penanganan keluhan dilakukan secara efektif dan sesuai dengan kebijakan perusahaan serta dapat memberikan solusi yang memuaskan bagi pelanggan. Pada masalah ini selanjutnya ketika peneliti menanyai kepada informan Alfredo Purba dengan memberikan pernyataan sebagai berikut :

“Customer service di PT.ACC Kota Medan bertanggung jawab untuk meminta persetujuan dari atasan ketika keluhan pelanggan melibatkan pelanggaran standar operasional prosedur (SOP) perusahaan, perubahan kebijakan, kompensasi finansial besar, atau kasus hukum. Dalam situasi ini, izin dari atasan diperlukan sebelum langkah selanjutnya diambil dalam menangani keluhan tersebut. Namun, untuk keluhan rutin yang tidak melibatkan hal-hal tersebut, customer service dapat langsung menindaklanjuti sesuai dengan prosedur perusahaan tanpa persetujuan atasan. Hal ini memastikan penanganan keluhan tetap profesional dan memelihara kepercayaan pelanggan.”

Saat pelanggan menjadi emosional atau marah saat mengajukan keluhan, penting untuk tetap tenang dan empatik. Customer service di PT.ACC Kota Medan akan mendengarkan dengan sabar, mengakui perasaan pelanggan, dan menunjukkan pengertian terhadap situasi yang membuat mereka frustrasi. Selain itu, perusahaan akan berusaha untuk menenangkan pelanggan dengan mengkomunikasikan bahwa keluhan mereka penting bagi perusahaan dan bahwa

perusahaan akan melakukan segala yang kami bisa untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan baik. Dengan pendekatan yang penuh empati dan profesionalisme, kami berharap dapat mengubah suasana menjadi lebih tenang dan membantu pelanggan merasa didengar dan dihargai. Dalam penjelasan diatas dibuktikan dengan pernyataan Alfredo Purba sebagai berikut :

“Saat pelanggan mengungkapkan emosinya dalam keluhan, kami akan menanggapi dengan tenang, profesional, dan penuh pemahaman. Langkah pertama adalah mendengarkan dengan seksama tanpa menyela, lalu mengakui perasaan mereka serta meminta maaf atas ketidakpuasan yang dialami. Kami akan mencoba menenangkan suasana dengan nada bicara yang lembut, mengajak untuk berdiskusi secara rasional, dan menawarkan solusi atau tindakan perbaikan yang nyata. Dengan pendekatan yang sabar, penuh pengertian, dan berorientasi pada solusi, kami yakin dapat menangani situasi emosional dengan baik dan memulihkan kepercayaan pelanggan.”

PT.ACC Kota Medan menggunakan sistem pelacakan yang canggih untuk memantau dan melacak status penanganan keluhan pelanggan. Melalui sistem ini, setiap keluhan yang masuk direkam secara rinci, termasuk tanggal penerimaan, jenis keluhan, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk menanganinya. Tim customer service dapat mengakses sistem ini untuk memperbarui status penanganan keluhan, mencatat komunikasi dengan pelanggan, dan menetapkan tindak lanjut yang diperlukan. Dengan sistem pelacakan ini, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap keluhan ditangani dengan efisien dan tidak ada yang terlewat, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam hal ini ketika peneliti menanyai kepada informan Alfredo Purba beliau menjawab:

“Perusahaan kami menggunakan sistem pelacakan keluhan terintegrasi untuk memantau dan melacak status penanganan setiap keluhan pelanggan secara real-time. Setiap keluhan diberi nomor tiket yang memungkinkan pelanggan dan customer service mengakses informasi terkini, riwayat komunikasi, dan tindakan yang diambil hingga keluhan terselesaikan dengan baik.”

Dalam PT.ACC Kota Medan, prioritas utama adalah memastikan bahwa setiap keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar. Hal ini dilakukan melalui proses yang terstruktur dan efisien, dimana setiap keluhan direkam, dipantau, dan ditangani dengan penuh perhatian. Tim customer service bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan tanggapan yang cepat dan solusi yang memuaskan, sehingga menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Ketika peneliti bertanya kepada Alfredo Purba beliau menjawab :

“Kami memastikan keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar dengan menetapkan target waktu penyelesaian berdasarkan tingkat prioritas keluhan, melakukan pemantauan berkala, serta memberikan komunikasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan mengenai status penanganan dan estimasi waktu penyelesaian.”

Perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa proses penanganan keluhan berjalan efektif dan memuaskan bagi pelanggan. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan serta mengambil langkah-langkah

untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Ketika informan menanyai Alfredo Purba kemudian beliau menyatakan :

“Dalam memastikan kualitas penanganan keluhan yang baik, perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan. Ini dilakukan melalui berbagai cara, seperti mengirimkan survei kepuasan pelanggan setelah keluhan ditangani, menganalisis umpan balik di media sosial, dan melacak metrik seperti tingkat retensi dan loyalitas pelanggan sebagai indikator efektivitas penanganan keluhan.”

Customer service di PT.ACC Kota Medan perlu menjadwalkan waktu untuk merespons keluhan dengan segera, memberikan informasi yang terperinci tentang langkah-langkah penyelesaian, dan menunjukkan empati terhadap perasaan pelanggan. Selain itu, mendengarkan dengan penuh perhatian dan memberikan umpan balik yang konstruktif juga penting untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan dan memperkuat kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Selanjutnya informan Alfredo Purba menjawab perihal permasalahan diatas yaitu :

“Perusahaan melatih staf customer service secara intensif dalam mendengarkan aktif, berempati, dan menyampaikan informasi dengan jelas serta ramah. Saluran komunikasi yang beragam seperti telepon, email, live chat, dan media sosial disediakan untuk memenuhi preferensi komunikasi pelanggan yang berbeda. Panduan tanggapan yang fleksibel dan standar dikembangkan untuk menjaga komunikasi profesional dan konsisten. Teknologi seperti chatbot cerdas dan sistem respons suara interaktif

dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi penanganan keluhan saat volume keluhan tinggi.”

d. Menurut Informan Putri Angelina

Dalam dunia usaha yang berubah-ubah, penting bagi setiap perusahaan untuk membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan. PT. ACC Kota Medan telah menetapkan standar prosedur untuk berkomunikasi dengan pelanggan, yang membantu karyawan memberikan solusi yang tepat dan meningkatkan kinerja mereka dalam melayani pelanggan. Ketika ditanya tentang pendekatan dalam menangani keluhan pelanggan, Putri Angelina, seorang informan, menjelaskan bahwa:

"Saat menghadapi keluhan pelanggan, kami di PT. ACC Kota Medan fokus pada pendengaran tanpa interupsi dan menunjukkan sikap yang profesional. Setelah mendengarkan dengan seksama, kami memberikan solusi yang memadai untuk menyelesaikan masalah dengan baik. Tujuan kami adalah memberikan perhatian penuh pada pelanggan, menawarkan solusi yang tepat, dan memastikan mereka merasa dihargai dan dipedulikan."

Ketika berkomunikasi dengan pelanggan yang mengajukan keluhan di PT.ACC Kota Medan, pendekatan saya adalah mendengarkan dengan penuh perhatian dan empati terhadap masalah yang mereka sampaikan. Saya akan memastikan untuk memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengekspresikan keluhannya secara menyeluruh, tanpa interupsi, sambil menunjukkan sikap yang menghargai dan memahami keadaan mereka. Selain itu, saya akan menyampaikan rasa penyesalan atas pengalaman yang tidak memuaskan yang mereka alami, serta memberikan jaminan bahwa perusahaan kami akan

melakukan yang terbaik untuk menyelesaikan masalah tersebut. Melalui pendekatan ini, saya berharap pelanggan dapat merasa didengarkan, dihargai, dan yakin bahwa kami peduli terhadap kepuasan mereka. Menurut informan Putri Angelina dari pertanyaan yang peneliti ajukan terkait cara anda berkomunikasi dengan pelanggan yang komplain agar mereka merasa didengarkan dan dihargai yaitu :

"Dalam menanggapi keluhan pelanggan, kami di PT.ACC Kota Medan berusaha menggunakan komunikasi yang tepat dan efisien bagi pelanggan. Kami memberikan respons dengan cepat, profesional, dan memuaskan untuk menyelesaikan masalah dengan baik."

Membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan yang mengajukan keluhan di PT.ACC Kota Medan adalah tujuan utama. Perusahaan berkomitmen untuk mendengarkan dengan teliti setiap keluhan, menyampaikan penyesalan atas pengalaman yang tidak memuaskan, dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Dengan cara ini, perusahaan berharap dapat menegaskan kepada pelanggan bahwa kepuasan dan kepercayaan mereka sangat penting bagi kami dalam menjalin hubungan yang saling menguntungkan. Selanjutnya ketika peneliti menanyakan kepada informan Putri Angelina terkait masalah diatas beliau memberikan pernyataan demikian :

"Dalam menanggapi keluhan pelanggan, kami fokus pada komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan. Kami mendengarkan dengan penuh perhatian, menunjukkan empati, memberikan solusi nyata, dan melakukan tindak lanjut secara konsisten. Dengan pendekatan ini, kami yakin dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan."

Di PT.ACC Kota Medan, meminta persetujuan dari atasan sebelum melanjutkan penanganan sebuah keluhan pelanggan adalah prosedur yang umum. Situasi ini seringkali terjadi ketika keluhan tersebut melibatkan keputusan atau langkah-langkah yang memerlukan otorisasi lebih tinggi. Misalnya, ketika keluhan mengenai masalah yang kompleks atau membutuhkan pengeluaran tambahan, customer service akan mengajukan laporan atau proposal kepada atasan untuk meminta persetujuan sebelum melanjutkan langkah-langkah penyelesaiannya. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa penanganan keluhan dilakukan secara efektif dan sesuai dengan kebijakan perusahaan serta dapat memberikan solusi yang memuaskan bagi pelanggan. Pada masalah ini selanjutnya ketika peneliti menanyakan kepada informan Putri Angelina dengan memberikan pernyataan sebagai berikut :

“Customer service di PT.ACC Kota Medan bertanggung jawab untuk meminta persetujuan dari atasan ketika keluhan pelanggan melibatkan pelanggaran standar operasional prosedur (SOP) perusahaan, perubahan kebijakan, kompensasi finansial besar, atau kasus hukum. Dalam situasi ini, izin dari atasan diperlukan sebelum langkah selanjutnya diambil dalam menangani keluhan tersebut. Namun, untuk keluhan rutin yang tidak melibatkan hal-hal tersebut, customer service dapat langsung menindaklanjuti sesuai dengan prosedur perusahaan tanpa persetujuan atasan. Hal ini memastikan penanganan keluhan tetap profesional dan memelihara kepercayaan pelanggan.”

Saat pelanggan menjadi emosional atau marah saat mengajukan keluhan, penting untuk tetap tenang dan empatik. Customer service di PT.ACC Kota Medan akan mendengarkan dengan sabar, mengakui perasaan pelanggan, dan menunjukkan pengertian terhadap situasi yang membuat mereka frustrasi. Selain

itu, perusahaan akan berusaha untuk menenangkan pelanggan dengan mengkomunikasikan bahwa keluhan mereka penting bagi perusahaan dan bahwa perusahaan akan melakukan segala yang kami bisa untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan baik. Dengan pendekatan yang penuh empati dan profesionalisme, kami berharap dapat mengubah suasana menjadi lebih tenang dan membantu pelanggan merasa didengar dan dihargai. Dalam penjelasan diatas dibuktikan dengan pernyataan Putri Angelina sebagai berikut :

"Saat pelanggan mengungkapkan emosinya dalam keluhan, kami akan menanggapi dengan tenang, profesional, dan penuh pemahaman. Langkah pertama adalah mendengarkan dengan seksama tanpa menyela, lalu mengakui perasaan mereka serta meminta maaf atas ketidakpuasan yang dialami. Kami akan mencoba menenangkan suasana dengan nada bicara yang lembut, mengajak untuk berdiskusi secara rasional, dan menawarkan solusi atau tindakan perbaikan yang nyata. Dengan pendekatan yang sabar, penuh pengertian, dan berorientasi pada solusi, kami yakin dapat menangani situasi emosional dengan baik dan memulihkan kepercayaan pelanggan."

PT.ACC Kota Medan menggunakan sistem pelacakan yang canggih untuk memantau dan melacak status penanganan keluhan pelanggan. Melalui sistem ini, setiap keluhan yang masuk direkam secara rinci, termasuk tanggal penerimaan, jenis keluhan, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk menanganinya. Tim customer service dapat mengakses sistem ini untuk memperbarui status penanganan keluhan, mencatat komunikasi dengan pelanggan, dan menetapkan tindak lanjut yang diperlukan. Dengan sistem pelacakan ini, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap keluhan ditangani dengan efisien dan tidak ada yang

terlewat, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam hal ini ketika peneliti menanyai kepada informan Putri Angelina beliau menjawab:

"Perusahaan kami menggunakan sistem pelacakan keluhan terintegrasi untuk memantau dan melacak status penanganan setiap keluhan pelanggan secara real-time. Setiap keluhan diberi nomor tiket yang memungkinkan pelanggan dan customer service mengakses informasi terkini, riwayat komunikasi, dan tindakan yang diambil hingga keluhan terselesaikan dengan baik."

Dalam PT.ACC Kota Medan, prioritas utama adalah memastikan bahwa setiap keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar. Hal ini dilakukan melalui proses yang terstruktur dan efisien, dimana setiap keluhan direkam, dipantau, dan ditangani dengan penuh perhatian. Tim customer service bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan tanggapan yang cepat dan solusi yang memuaskan, sehingga menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Ketika peneliti bertanya kepada Putri Angelina beliau menjawab :

"Kami memastikan keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan diselesaikan dalam jangka waktu yang wajar dengan menetapkan target waktu penyelesaian berdasarkan tingkat prioritas keluhan, melakukan pemantauan berkala, serta memberikan komunikasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan mengenai status penanganan dan estimasi waktu penyelesaian."

Perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa proses penanganan keluhan berjalan efektif dan memuaskan bagi pelanggan. Melalui analisis ini, perusahaan dapat

mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan serta mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Ketika informan menanyai Putri Angelina kemudian beliau menyatakan :

"Dalam memastikan kualitas penanganan keluhan yang baik, perusahaan secara rutin memantau dan menganalisis respons atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan. Ini dilakukan melalui berbagai cara, seperti mengirimkan survei kepuasan pelanggan setelah keluhan ditangani, menganalisis umpan balik di media sosial, dan melacak metrik seperti tingkat retensi dan loyalitas pelanggan sebagai indikator efektivitas penanganan keluhan."

Penangan keluhan di PT.ACC Kota Medan perlu menjadwalkan waktu untuk merespons keluhan dengan segera, memberikan informasi yang terperinci tentang langkah-langkah penyelesaian, dan menunjukkan empati terhadap perasaan pelanggan. Selain itu, mendengarkan dengan penuh perhatian dan memberikan umpan balik yang konstruktif juga penting untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan dan memperkuat kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Selanjutnya informan Putri Angelina menjawab perihal permasalahan diatas yaitu :

"Perusahaan melatih staf customer service secara intensif dalam mendengarkan aktif, berempati, dan menyampaikan informasi dengan jelas serta ramah. Saluran komunikasi yang beragam seperti telepon, email, live chat, dan media sosial disediakan untuk memenuhi preferensi komunikasi pelanggan yang berbeda. Panduan tanggapan yang fleksibel dan standar dikembangkan untuk menjaga komunikasi profesional dan konsisten. Teknologi seperti chatbot cerdas dan sistem respons suara interaktif

dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi penanganan keluhan saat volume keluhan tinggi."

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan narasumber yang merupakan pegawai customer service PT ACC Kota Medan, ditemukan beberapa temuan penting terkait pola komunikasi yang diterapkan perusahaan dalam mengatasi keluhan pelanggan. Pembahasan hasil penelitian ini akan difokuskan pada beberapa aspek utama, yaitu sistem penanganan keluhan, interaksi customer service dengan pelanggan, proses penyampaian pesan, membangun kepercayaan pelanggan, eskalasi keluhan, penanganan pelanggan emosional, sistem pemantauan keluhan, pelatihan komunikasi customer service, dan pemanfaatan teknologi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan pada PT ACC Kota Medan tentang Pola Komunikasi dalam mengatasi keluhan pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. PT ACC Kota Medan telah mengembangkan sistem penanganan keluhan pelanggan yang terstruktur dan efisien, meliputi keberadaan call center, saluran komunikasi alternatif seperti email dan media sosial, serta tim khusus yang bertanggung jawab menangani keluhan dengan cepat dan profesional.
2. Interaksi antara customer service dan pelanggan menjadi kunci utama dalam menangani keluhan. Customer service selalu berusaha mendengarkan dengan saksama, merespons dengan ramah dan empati, memahami permasalahan secara detail, serta menawarkan solusi atau kompensasi yang sesuai.
3. Customer service menggunakan berbagai sarana komunikasi seperti tatap muka, telepon, email, chat, dan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara nyaman dan efektif, dengan bahasa yang jelas dan mencerminkan nilai-nilai perusahaan.
4. Membangun kepercayaan pelanggan menjadi aspek penting dengan memberikan informasi yang jujur dan transparan, menunjukkan empati, serta menepati janji dan komitmen yang diberikan.

5. Proses eskalasi keluhan dilakukan jika customer service tidak dapat menyelesaikan keluhan secara mandiri, dengan meminta persetujuan dari atasan terlebih dahulu sesuai dengan kebijakan dan prosedur perusahaan. Secara keseluruhan, pola komunikasi yang efektif dan terintegrasi dalam mengatasi keluhan pelanggan, yang menggabungkan sistem terstruktur, interaksi profesional, pelatihan komunikasi, dan pemanfaatan teknologi, telah membantu PT ACC Kota Medan mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan di industri konstruksi dan bahan bangunan yang kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dan kesimpulan penelitian. Peneliti ingin menyampaikan saran-saran yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi pelanggan maupun customer service. Adapun saran-saran ingin disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Terus meningkatkan pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi staf customer service, terutama dalam hal komunikasi persuasif, negosiasi, dan penyelesaian konflik. Hal ini akan membantu mereka dalam menangani situasi yang lebih kompleks dan pelanggan yang sulit.
2. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin untuk menganalisis pola keluhan, memprediksi potensi masalah, dan memberikan solusi yang lebih proaktif serta personal bagi pelanggan.

3. Memperluas saluran komunikasi dengan mengadopsi teknologi terbaru seperti aplikasi pesan instan populer, chatbot terintegrasi dengan media sosial, atau bahkan layanan suara virtual untuk meningkatkan aksesibilitas bagi pelanggan.

\

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. F. (2005). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*.
- Basit, L. (2018). Fungsi komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 26–42.
- Billy Sentosa Wijaya & Wilma Laura Sahetapy. (2019). Analisis Pengaruh Customer Relationshipmanagement Terhadap Customer Satisfaction Serta Customer Loyalty (Studi Pada Kafe Damgo Makassar). *Agora*, 7(1), 287215.
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 702–714.
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/571/248>
- Fernos, J. (n.d.). *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan PELAYANAN TERHADAP NASABAH PADA BANK NAGARI CABANG SITEBA PADANG*. 1–8.
- Finch, L. (2004). Menjadi customer service representative yang sukses. *Jakarta: Victory Jaya Abadi*.
- Ibrahim, T., Kesuma, D., Robandi, B., & ... (2017). Profil Karakter Guru Pembelajar: Sebuah Kerangka Konseptual. ... : *Jurnal Kajian Dan*
<http://www.journal.umtas.ac.id/index.php/naturalistic/article/view/11>
- Laksana, F. (2008). Manajemen pemasaran. *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 85(1), 0.
- Lestari, E. S., Duerink, D. O., Hadi, U., Severin, J. A., Nagelkerke, N. J. D.,

Kuntaman, K., Wahjono, H., Gardjito, W., Soejoenoes, A., Broek, P. J. Van Den, Keuter, M., Gyssens, I. C., & Verbrugh, H. A. (2010). Determinants of carriage of resistant *Staphylococcus aureus* among *S. aureus* carriers in the Indonesian population inside and outside hospitals. *Tropical Medicine & International Health: TM & IH*, 15(10), 1235–1243. <https://doi.org/10.1111/j.1365-3156.2010.02600.x>

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*.

Marta, J. D., & Triwijayanti, D. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan. *BISMA – Bisnis Dan Manajemen Jurnal*, 8(2), 218–236.

Mulyana, Deddy. (2009). *Komunikasi Efektif; Suatu Pendekatan Lintas Budaya*.

Nur Amalia Fitriani, & Anis Chariri. (2014). Pengaruh Tipe Klien dan Tipe Komunikasi Terhadap Pengumpulan Bukti Audit (Studi Persepsi Auditor KAP di Jawa Tengah). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accountingISSN>

Nur dan Bambang. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (cetakan 1). Alfabeta.

Tenerman. (2021). POLA KOMUNIKASI BADAN KENAZIRAN MASJID DALAM PENANGGULANGAN PERGAULAN BEBAS DI DESA HAMPARAN PERAK. *Universitas Dharmawangsa*.

Wood, J. T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi dalam kehidupan kita)*. Jakarta: Salemba Humanika.

Zulfahmi. (2017). Pola komunikasi dalam upaya pelestarian reog ponorogo pada orang jawa di desa percut sei tuan. *Jurnal Interaksi*, 1, 220–241.

LAMPIRAN



Wawancara dengan Bapak Rezky Nasution



Wawancara dengan Ibu Semi sara



Wawancara dengan Bapak Alfredo Purba



Wawancara dengan Ibu Putri Angelina



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Sila malayutit hualit an agar dicituhait
rituut cait tangganit

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/II/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
🌐 <https://filp.umstu.ac.id> 📧 filp@umstu.ac.id 📱 [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) 📺 [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) 📺 [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 16 Januari 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Nadya Tasya
N P M : 2003110205
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
SKS diperoleh : 127 SKS, IP Kumulatif ... 3.1.63

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	<u>Pola komunikasi PT All kota Medan dalam mengatasi keluhan pelanggan</u>	<u>✓</u> <u>16 Jan 24</u>
2	<u>Pola komunikasi kesetaraan di jiwa dalam menanganin pasien anestet di RS Hadani</u>	
3	<u>Cara basarnas Medan dalam pencarian dan pertolongan korban banjir bandang di Humbang Hansudaten.</u>	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjaian;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 16 Januari 2024

Ketua
Program Studi.....

[Signature]
NIDN:

083.20.311

Pemohon,
[Signature]
Nadya Tasya

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

[Signature]
Zul Fahmi
NIDN: 0118056301





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AS/KP.2/TX/2022
Pusat Administrasi SURABAYA Jl. Pemuda No. 100010 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id @umsuMEDAN umsumedan umsumedan umsumedan

Nomor : 156/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443 H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **18 Januari 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **NADYA TASYA**
N P M : 2003110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN**

Pembimbing : **Drs. ZULFAHML, M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 083.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 18 Januari 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, **07 Rajab 1445 H**
19 Januari 2024 M


Dekan,
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menyebut surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XU/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id unsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, ..21.. Februari 2024.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : NADYA TASYA
N P M : 2003110205
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 1231.../SK/IL.S.AU/UMSU-03/F/2024... tanggal 10 Rabiul Awwal 1445 H/26 Oktober 2024 (dengan judul sebagai berikut :

" POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM MENYATAS KEWITAN PELANBBAN "

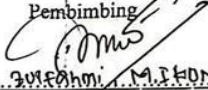
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*


Menyetujui :

Pembimbing


(Dr. Zulfahmi M.P.H.M.)

NIDN: 0118056301

Pemohon,


(Nadya Tasya)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

SK-4



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 356/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 28 Februari 2024
Waktu : 08.30 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pentimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEWANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	DOLI MUHAYMIN SIREGAR	2003110177	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, s.Sos., M.I.Kom.	PERAN HUMAS PERUM BULOG CABANG MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM STABILITAS PASOKAN HARGA PANGAN KEPADA MASYARAKAT
7	AKBAR HANAFI NASUTION	2003110200	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Dr. RIBUT PRIADI, s.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMOTIKA NILAI MORAL FILM PENDEK "PINJOL" KARYA ITS DZEE DAN "PINJOL" KARYA LEARN MORE PRODUCTION
8	MUHAMMAD FATHURRACHMAN	2003110229	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	MODEL PERILAKU KOMUNIKASI SISWA SMK PANCA BUDI MEDAN DALAM PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL
9	NADYA TASYA	2003110205	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN
10	ADAM RAGA	2003110257	Dr. LUTFI BASIT, s.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SAMSAT MEDAN SELATAN SEBAGAI DISEMINASI INFORMASI LAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR

Medan, 16 Swabean 1445 H
26 Februari 2024 M



Ace Diikuti Stg Bahan Pertanyaan.

21/03/2024 JMS

Daftar Wawancara

Nama : Nadya Tasya
Npm : 2003110105
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI PT ACC KOTA MEDAN DALAM
MENGATASI KELUHAN PELANGGAN

1. Menurut narasumber bisahkan menjelaskan prosedur standar yang harus anda ikuti ketika menerima keluhan dari pelanggan?
2. Bagaimana cara anda berkomunikasi dengan pelanggan yang komplain agar mereka merasa didengarkan dan dihargai?
3. Dalam bentuk komunikasi apa yang anda gunakan untuk menanggapi komplain pelanggan?
4. Bagaimana anda membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan yang mengajukan keluhan?
5. Dalam situasi seperti apa anda harus meminta persetujuan dari atasan sebelum menindak lanjuti suatu keluhan pelanggan?
6. Bagaimana cara anda menangani situasi di mana pelanggan menjadi emosional atau marah saat mengajukan keluhan?
7. Apakah ada sistem lain yang digunakan oleh perusahaan untuk memantau dan melacak status penanganan keluhan pelanggan?
8. Bagaimana anda memastikan bahwa keluhan pelanggan ditindaklanjuti dan di selesaikan dalam jangka waktu yang wajar?
9. Bagaimana perusahaan memantau atau menganalisis respon atau tanggapan pelanggan terhadap cara penanganan keluhan yang dilakukan?
10. Apakah ada saran atau rekomendasi anda untuk meningkatkan pola komunikasi dalam menanganin keluhan pelanggan?



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menghadi surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisp.umsu.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id [umsumedan](#) [unsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : NADYA TASYA
N P M : 2003110205
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM MENGGABUNGKAN KELOMPOK PELANBBAN.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	16/01/2024	Acc judul skripsi	
2	16/01/2024	Penetapan dosen pembimbing	
3	12/02/2024	Bimbingan proposal skripsi pertama	
4	20/02/2024	Bimbingan proposal skripsi kedua	
5	21/02/2024	Acc Proposal	
6	18/03/2024	Penyerahan draf wawancara	
7	21/03/2024	Acc draf wawancara	
8	03/05/2024	Bimbingan skripsi Bab 4-5	
9	06/05/2024	Bimbingan skripsi Bab 4-5	
10	07/05/2024	Acc sidang skripsi	

Medan, 07 Mei 2024.



Dekan
Sahih, S.Sos.,MSP.
NIDN: 0130017402

Ketua Program Studi,

AHYAR ANSHORI, S.Sos.,M.Si, FOM
NIDN: 0127046401

Pembimbing,

NIDN: 0118056301



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 790/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 22 Mei 2024
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
26	LISA AYUNJAR	2003110286	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.	PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PROGRAM PEMERINTAH DAERAH "JUMPA MADU" DALAM MENGATASI PERSAMPAHAN DI DELI SERDANG
27	DINDA KESUMA LESTARI	2003110117	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DI RS KHUSUS PARU MEDAN
28	AMANDA AGUSTINA	2003110237	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI GAMATRA SATRIA DALAM PEMILIHAN UMUM CALEG DPRD KOTA BINJAI
29	MUHAMMAD YUDHA AUDRYAN	2003110260	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT KOTA LANGSA TERHADAP PENERAPAN APLIKASI LANGSA CARONG
30	NADYA TASYA	2003110205	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN

Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :
Rektor
Wakil Rektor I
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum



Ketua,
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Medan, 12 Dzulhidah 1445 H
20 Mei 2024 M

Panitia Ujian

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 546/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 11 Ramadhan 1445 H
21 Maret 2024 M

Kepada Yth : **Pimpinan PT. ACC Kota Medan**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : **NADYA TASYA**
N P M : 2003110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM
MENGATASI KELUHAN PELANGGAN**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN 0030017402





Nomor : 110 / HC – RMS / XI / 2024
Lampiran : -
Hal : **Balasan Izin Penelitian**

Medan, 26 Maret 2024

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
di-
Medan

Dengan Hormat, Sesuai dengan surat dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Nomor 546/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024, tentang permohonan izin penelitian.

Dengan ini PT. Astra Credit Companies Jl. H. Adam Malik No 28, Glugur By Pass Medan
menerima permohonan penelitian tersebut, Oleh nama yang tertera dibawah ini:

Nama : Nadya Tasya
NPM : 2003110205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI PT ACC. KOTA MEDAN DALAM
MENGATASI KELUHAN PELANGGAN

Demikian surat ini kami sampaikan agar dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Hormat Kami

PT. ASTRA SEDAYA FINANCE

Theodore James
(Centro Head)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama	: Nadya Tasya
Tempat/Tanggal Lahir	: Medan, 20 Desember 2001
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status Perkawinan	: Belum Menikah
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jl. Marindal Gg.Rahmat
Email	: nadyatasya120@gmail.com

Status Keluarga

Nama Ayah	: Aminullah
Nama Ibu	: Diah Supriyanti
Pekerjaan Ayah	: Wiraswasta
Pekerjaan Ibu	: Ibu Rumah Tangga
Alamat	: Jl.Marindal Gg.Rahmat

Pendidikan Formal

2006-2013	: SDN.101788
2013-2016	: SMP SWASTA AL-WASHLIYAH 8
2016-2019	: SMAN 5 MEDAN
2019-2023	:Srata-1 Ilmu Komunikasi Fisip Umsu