BAB IV

ANALISIS DATA

A. TEMUAN PENELITIAN

Analisis data kualitatif menurut Bodgan & Biklen (1987) adalah sebuah upaya bekerja dengan data. Dimulai dengan mengorganisasikan data, memilah, sampai menemukan yang penting yang dapat dipelajari dan diceritakan kepada orang lain[66].

Dari rangkaian proses tersebut diatas didapatkan sebuah penemuan akan hasil penelitian dengan fokus komunikasi interpersonal *customer relation* dalam menangani keluhan pelanggan layanan aqiqah Al-Hasyimi.

Dalam proses menangani sebuah keluhan pelanggan, dibutuhkan sebuah komunikasi yang baik. Komunikasi secara interpersonal merupakan salah satu cara dalam berkomunikasi yang dirasa paling tinggi tingkat keefektifanya. Dari proses tersebut terdapat suatu tahapan dalam menangani sebuah keluhan pelanggan. Tahapan yang pertama dimana hal tersebut sebagai tindakan mengirimkan sebuah pesan kepada pelanggan. Tahapan kedua yaitu tindakan dalam mengelola sebuah pesan sehingga dapat menjadi sebuah pesan yang baik, jelas, dan dapat dipamahi oleh pelanggan. Yang ketiga yaitu tindakan untuk merubah suatu sikap dan perilaku pelanggan.

---

[66] Lexy J Moleong, *metode penelitian komunikasi (edisi revisi)*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2008). Hlm. 248

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari proses komunikasi interpersonal *customer relation* dalam menangani keluhan pelanggan layanan aqiqah Al-Hasyimi, terdapat 3 identifikasi masalah yang digunakan untuk menariksebuah temuan penelitian. Identifikasi tersebut terdiri dari, dalam menangani keluhan pelanggan customer relation layanan aqiqah Al Hasyimi menggunakan media Telpon dan Tatap muka secara langsung,. Kedua Simbol-simbol umum dan khas *Customer Relation* yang beragam dalam upaya memberikan sebuah penjaelasan agar mudah dimengerti dan jelas. yang ketiga Personality *Customer Ralation* yang sangat professional saat menangani keluhan pelanggan yang mengandalkan keegoitasanya.

Dari identifikasi tersebut, temuan yang berhasil peneliti temukan dalam sebuah fokus proses komunikasi interpersonal *customer relation* layanan aqiqah dalam menangani keluhan pelanggan adalah " penanganan keluhan pelanggan dilakukan dalam dua cara yaitu melalui media telepon dan tatap muka, diawali dengan sapaan, senyum sebagai symbol keramahan,kemudian pemberian *attention* (proses Atribusi) dengan cara diam, mendengarkan dengan baik setiap keluhan pelanggan seolah *customer relation* mengalami hal yang sama, berikutnya diikuti permintaan maaf serta ucapan terimakasih atas penyampaian keluhanya (interest) dan baru melakukan konfirmasi atas amasalah yang terjadi berbekal pengalaman yang pernah ditemui dan dirasakanya. Disaat pelanggan lebih engedepankan egositasnya *customer relation* tetaplah prosional (senyum, Sabar, ramah) Dan diakhiri pemberian sebuah jaminan ".

Dari penemuan tersebut diatas didukung dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan langsung dilokasi penelitian. Data tersebut berisi :

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Dalam menangani sebuah keluhan pelanggan, Al-Hasyimi memberikan kebebasan bagi siapa saja yang ingin menyampaikan keluhan secara komunikasi interpersonal, baik secara telephon, maupun datang langsung kesekretariat Al-Hasyimi.
2. Dalam menangani keluhan pelanggan, *customer relation* selalu mengawali dengan salam, melempar senyum, dan mempersilahkan untuk menyampaikan keluhanya dengan sangat baik.
3. Dalam penanganan keluhan, *customer relation* selalu menyampingkan segala persepsi negatife tentang pelanggan.
4. Pemberian *attention* oleh *customer relation* dengan symbol diam, mendengarkan dengan baik setiap keluhan pelanggan seolah *customer relation* mengalami saat-saat yang dilakukan oleh pelanggan.
5. Dalam penanganan keluhan pelanggan, sikap yang dilakukan *customer relation* diawalai permintaan maaf dan juga ucapan terimakasih. Dilanjutkan dengan dengan pemberian atensi kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhanya. Ketika hal tersebut baerjalan, sikap yang ditunjukan *customer relation* adalah berupa empathi, yaitu mendengarkan dengan baik, didukung anggukan kepala dan senyuman yang terus dilempar menandakan bahwa *customer relation* benar-benar serius dan perhatian terhadap kepentingan pelanggan.
6. Sikap berikutnya adalah *customer relation* secara sigap memberi penjelasan sebagai umpan balik atas keluhan yang diberikan pelanggan dengan ramah, professional, tidak ada rasa marah ataupun kesal, pengolahan kata-kata yang baik Seperti panggilan Ibu / Bapak (secara utuh), gerakan tangan, mimik dan

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ekspresi wajah yang mendukung untuk mempengaruhi perubahan pola pikir pelanggan yang mengeluh.

7. Disaat pelanggan lebih mengandalkan emosinya, *customer relation* tetaplah bersikap prosfessional, tetap menebar senyum, sabar tidak menunjukan sikap kekesalan, atau ketidak senangan kepada pelanggan
8. Adanya jaminan yang diberikan oleh *Customer Relation* dalam mendukung komunikasi interpersonal.
9. Pendekatan relational yang digunakan sangatlah mendukung komunikasi lebih efektif.

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN PELANGGAN.

Dalam proses menangani keluhan pelanggan, memanglah tidak semudah orang berkomunikasi interpersonal layaknya orang yang sudah memiliki kedekatan seperti pasangan sahabat, orangtua-anak, pasangan kekasih dan sebagainya. Butuh sebuah proses panjang untuk mempertahankan hubungan agar kepercayaan, dan kepuasaan seseorang menjadi tumbuh kembali setelah pengalaman buruk diterima salah satu pihak.

Dalam fenomene ini, dimana seorang *customer relation*, khusunya dalam menangani sebuah keluhan pelanggan haruslah benar-benar butuh sebuah skill dan profesionalitas komunikasi yang tinggi. Sebagai seorang komunikator, *customer relation* titdak bisa gegabah dalam menanggapi dan menggambil sebuah langkah yang dipresentasikan lewat symbol atau isyarat komunikasi lainya. Akan tetapi butuh penafsiran dan pengorganisasian diri, kenapa pelanggan atau komunkan

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbuat demikian? Dan bagi *customer relation* sendiri juga harus mampu memposisikan dirinya mengapa dan atas dasar apa dia akan melalukan sebuah tindakan komunikasi lewat isyarat atau symbol.

Dalam hal ini peneliti mencoba mengkonfirmasikan terhadap sebuah teori atribusi. Atribusi adalah sebuah teori yang membahas tentang upaya-upaya yang dilakukan untuk memahami penyebab-penyebab perilaku kita dan orang lain. Definisi formalnya, atribusi berarti upaya untuk memahami penyebab dibalik perilaku orang lain, dan dalam beberapa kasus juga penyebab di balik perilaku kita sendiri[67]

Pemikiran teori ini diawali dengan adanya gagasan mengenai semua individu yang mencoba untuk memahami perilaku mereka sendiri dan orang lain, melalui metode pengamatan perilaku individu. Seorang komunikator seharusnya dapat berpikir secara logis, bahwa mengapa ia dapat berperilaku demikian. Terkadang seorang komunikator ingin pula menjelaskan mengapa orang lain juga melakukan hal yang serupa.

Ternyata teori tersebut ada sebuah keterkaitan terhadap fenomena atau kasus yang peneliti angkat tersebut. Kemudian dalam penanganan sebuah keluhan pelanggan ujuga menggambarkan bahwa tidak selamanya dalam sebuah hubungan mengalami keharmonisan dan linear. Oleh sebab itu peneliti juga

---

[67] http://edukasi.kompasiana.com/2011/03/12/teori-atribusi-berner-weiner-dan-implementasinya-dalam-pembelajaran/

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengkonfirmasikan bahwa dalam kasus atau fenomena penalitian ini ada keterkaitanya dengan sebuah teori dialektik relational.

Teori dialektika relasional merupakan sebuah teori komunikasi yang menyatakan bahwa hidup berhubungan dicirikan oleh ketegangan-ketegangan atau konflik antar individu. Konflik tersebut terjadi ketika seseorang mencoba memaksakan keinginannya satu terhadap yang lain.

Ketegangan dialektika merupakan hal-hal yang berlangsung secara terus-menerus, dan untuk mengatasinya terdapat empat strategi dasar yang dapat ditempuh, yakni pergantian bersiklus, segmentasi, seleksi, dan integrasi. Pergantian bersiklus terjadi ketika orang-orang memilih satu dari dua hal yang berlawanan pada waktu tertentu secara bergantian dengan yang lain. Segmentasi adalah pemisahan arena untuk menekankan dua hal yang berlawanan. Seleksi merujuk pada pemberian prioritas di antara berbagai ketegangan yang ada. Dan, integrasi merupakan sintesis dari dua atau lebih hubungan yang berlawanan.

Dalam upaya menangani keluhan pelanggan oleh *customer relation* layanan aqiqah Alhasyimi biasanya pelanggan akan bersikap sebagaimana strategi yang ada dalam teori dialektik relational. Hal tersebut bisa berupa pernyataan bahwa pelanggan mengerti akan konfirmasi yang diberika oleh *customer relation* ("oooo...begitu ngge").

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id