BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Lokasi, dan Subyek Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah PT. Moment Global Internasional

Perusahaan ini didirikan pada tahun 2013 dengan nama **PT Moment Global Internasional**, yang bergerak dibidang penyediaan produk suplemen dan kesehatan kelas dunia yang bermutu tinggi, dengan cara pemasaran *Multi Level Marketing*. Kantor pusat berlokasi di Surabaya dan kegiatan operasional meliputi seluruh wilayah Indonesia. Dan dalam kurun waktu beberapa tahun kedepan, wilayah opersional akan diperluas kesebagian besar wilayah Asia, Amerika Latin dan Eropa.

PT. Moment Global Internasional sementara ini meyediakan produk unggulan yang sangat diminati yaitu: Glucogen, Teragen, Brazillian Propolis, Moment Slimmer, Moment Coffee, Moment Elastica, dan Moment Exotiva.[1]

b. Keuntungan Bergabung

Secara keseluruhan, PT Moment Global Internasional, bukan hanya menyediakan produk-produk yang bermutu tinggi, untuk selalu menjaga kesehatan serta mengobati berbagai macam penyakit, akan tetapi juga memberikan kesempatan bagi yang bergabung untuk mendapatkan keuntungan dari bonus-bonus yang sudah disediakan.

[1] **www.moment2u.com** (Diakses pada tanggal 01-01-2016)

digilib.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

Dengan dukungan dari Sumber Daya Manusia yang sangat berpengalaman dibidang penyediaan produk-produk kesehatan dan system pemasaran *Multi Level Marketing*, serta marketing plan yang kokoh, sangat sederhana, mudah dipahami namun agresif, dapat diharap, para member yang sudah bergabung, akan segera bisa merealisasikan semua impian-impian yang selama ini belum bisa diwujudkan.

Oleh dua kombinasi ampuh: Produk yang bermutu dan marketing plan yang agresif, PT.MGI mempunyai visi menjadi pilihan terbaik bagi para member semua dalam memilih perusahaan yang menyediakan produk alami dengan cara penjualan langsung. Dan misinya, akan selalu membuat perubahan yang dibutuhkan, untuk tetap bisa mendukung para member, hingga para member dan keluarga bisa meraih kehidupan yang lebih baik dimasa yang akan datang.

c. Visi dan Misi

Menjadi pilihan terbaik perusahaan yang mendistribusikan produk kesehatan alami dengan cara menjualkan langsung. Selalu membuat perubahan untuk hidup yang lebih baik.

d. *Core Velues and Offering Velue*

Semangat, saling menghormati, menjunjung tinggi integritas, hidup lebih sehat, hidup lebih sejahtera.

e. Lambang PT. Moment Global Internasional

digilib.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

Gambar 3.1 : Logo PT. Moment Global Internasional

f. Susunan Kepengurusan

ORGANIZATIONAL STRUCTURE 2015-2016

GENERAL MANAGER	: AGUS SANJAYA
MANAGER REPRESENTATIF	
INTERNAL AUDITOR	: NORA YOSIKAWATI
ISO SECRETARIAT& DOCUMENT CONTROL	: HERI WIDODO
DOCTOR CONSULTANT	: Dr. AYUNDRIA P.
FINANCE & ACCOUNTING MANAGER	: ERVAN PARDAMEAN
ACCOUNTING STAFF	: DESHINTA NOVIANI
	INDAH SETYARINI
	RAHMAWATI
	ELYSA NOVALYA G.
	FARIDA NAVYYANI
	ARVAN VANANI
HR & SYSTEM DEVELOPMENT MANAGER	: BASTOMY ARIF S.
BRAND DESIGN & DEVELOPMENT	: GALIH SATRIA
CUSTOMER SERVICE	: AMALIA TRISSINA
	BAMBANG H.
STAFF	: SUDARMANING AJI
	DEVI PRIANTO
PROMOTIONS & CODE OF ETHICS CARD	: AUFRIDA ADI G.
– WEB & MULTIMEDIA	: PUTRA MEGA NATA
– SOCIAL MEDIA	: WURI RETNO P.
	FERRENNIKA M. D. P.

digilib.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

– TELEMARKETING & MEMBER CARD	: DEWI MASHITO
– STOCKIST CARE	: R. JATMIKO BUDI
– AUTOMAINTENANCE	: CITRA I. B.
– STAFF	: DIANU RESPATI H.
LOGISTIC MANAGER	: YANUAR SOETIONO
– WAREHOUSE SUPERVISOR	: DICKY SETIONO T.
– WAREHOUSE STAFF	: SUYENI
	REVAN D.
	SITI AL USTIANI
	SANDY HARIANTO
	RIZKY
	M. SLAMET ZAKARIA
	M. ROIS SARUL HUDA
	HERU ISTANTO
	DJUAMAYAH ARIF
	ANDY KURNIAWAN
	BEDJO SUPRAJITNO
	DIAN PUTUT L.
	WEMMY HERNANDA
	DEDDY
	ASHARI PRIYANTO
– DRIVER	: WAHONO
SURABAYA BRANCH MANAGER	: HERU WIDODO
– REGIONAL SALES MANAGER	: HARNILA P.
– FRONT OFFICE SUOERVISOR	: WIWIK NARWIATI
– STAFF	: M. EFENDI
	YAYANK NOVALIA
	DIOVANNY G. A.
	NAGESTI F. I.
	NURUL M. L.

g. Marketing Plan PT. Moment Global Internasional

- **CARA BERGABUNG**

digilib.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

Syarat Pendaftaran:

Membayar biaya pendaftaran Rp. 100.000,00 (akan mendapatkan starter kit) dengan menyerahkan foto copy KTP, dan mengisi form pendaftaran.

Jenjang Karir:

SILVER

- Akumulasi belanja pribadi tanpa batas waktu Rp. 1.200.000
- Potensi penghasilan: Rp. 1.250.000/hari

GOLD

- Akumulasi belanja pribadi tanpa batas waktu Rp. 3.600.000
- Potensi penghasilan Rp. Rp. 4.500.000/hari

PLATINUM

- Akumulasi belanja pribadi tanpa batas waktu Rp. 8.400.000
- Potensi penghasilan Rp. 13.125.000/hari

Catatan:

- *Harga Non Member Per Produk= Rp. 1.500.000, Harga Member Per Produk= Rp. 1.200.000*
- *Jumlah BV= Rp. 1.000.000/produk*

Gambar 3.2 : PT. MGI bekerja sama dengan Bank Mandiri

digilib.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

- **TOP 15 BRANCH SURABAYA**
  1. IVA YULIANI (SURABAYA)
  2. MOH. BIN ABDURRAB MAUDAH (SURABAYA)
  3. SAIFUL ARIFIN (SURABAYA)
  4. RIZNA MEGASARI
  5. DEKA NAVIS FEBIYANTO (SURABAYA)
  6. A. MARYAM PUTERY RIMA (PALANGKARAYA)
  7. RULLYA DEWI ANGGRENY A (KUTAI KERTANEGARA)
  8. KHAIRUNNISA
  9. FITRIANA
  10. IRMA VANIA NURMALA HAYATI
  11. ROSE IPTRIWULANDHANI S. Psi. MM (MALANG)
  12. PRAMU RAHARHA HARSALIM
  13. RATRI JATINING ANGGARI
  14. EVA YUNANI
  15. LIA MARITA (MALANG)

- **5 (LIMA) MASTER STOCKIST TERBESAR SURABAYA BRANCH SEPTEMBER 2015**
  1. INDAH SUSANTY (BALIKPAPAN)
  2. SOFIE RETNASARI (JEMBER)
  3. FITRIANA ROYAL (PONTIANAK)
  4. ROSE IPTRIWULANDARI (MALANG)
  5. FEBRI SUKMA (SAMARINDA)

2. Deskripsi Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini subyek penelitian adalah Branch Manager devisi Surabaya, HR & System Development Manager, serta Executive Director Moment. Peneliti memilih informan tersebut dengan kriteria yang sangat mengerti tentang jalannya organisasi. Berikut data dari para informan yang telah dipilih:

digilib.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

a) Nama : Heru Widodo

Tempat & Tanggal lahir : Jombang, 13 April 1980

Umur : 35 Tahun

Pendidikan : S1 Manajemen

Jabatan : Branch Manager Divisi Surabaya

Peneliti memilih informan ini sebab informan merupakan salah satu orang yang aktif dan berperan dalam PT. Moment Global Internasional dan memiliki kedudukan penting dalam mengambil sebuah kebijakan dalam sebuah organisasi.

b) Nama : Bastomy Arif. S

Tempat & Tanggal lahir : Surabaya, 08 Juni 1988

Umur : 27 Tahun

Pendidikan : S1

Jabatan : HR & System Develompment Manager

Peneliti memilih informan ini sebab informan merupakan salah satu orang yang aktif dan berperan dalam PT. Moment Global Internasional dan memiliki kedudukan sebagai kepala HR & System Development manager di mana mengurus semua sytem yang berada dalam organisasi PT MGI tersebut.

c) Nama : Saiful Arifin

Tempat & Tanggal Lahir : Mojokerto, 2 April 1983

Umur : 32 Tahun

Pendidikan : S1

digilib.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

Jabatan : Executive Director Moment

Peneliti memilih informan ini sebab informan merupakan salah satu orang yang aktif di bisnis MOMENT, memiliki peringkat executive director moment yang juga merupakan salah satu stokies terbesar di Surabaya, memiliki member juga diberbagai daerah seperti Kalimantan, Malang di mana para membernya merupakan Master Stokies MOMENT.

B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara mendalam dengan berpedoman pada pertanyaan penelitian/ teknik wawancara dan observasi langsung oleh Peneliti turun ke lapangan dengan tujuan agar Peneliti dapat mengetahui data dan mendapatkan dokumentasi secara langsung sehingga akan memudahkan Peneliti dalam menganalisis permasalahan penelitian.

Peneliti memfokuskan penelitian pada komunikasi organisasi dalam manajemen krisis PT. Moment Global Internasional di mana peneliti dapat mengetahui sejauh mana manajemen krisis pada PT. MGI disaat terjadinya kendala pendistribusian barang kepada stokies. Dan tentu saja analisis pada fokus penelitian tersebut dikaitkan dengan identifikasi masalah pada Bab I.

Peneliti ingin mengetahui secara mendalam bagaimana komunikasi organisasi dalam PT. MGI dalam menangani manajemen krisis akibat terjadinya keterlambatan pendistribusian produk kepada stokies. Serta bagaimana hubungan komunikasi organisasi PT. MGI baik secara internal maupun eksternal dengan para karyawan dan para stokies sehingga tidak terjadi lagi krisis keterlambatan produk MOMENT.

digilib.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) Komunikasi Organisasi yang dilakukan PT. Moment Global Internasional Kepada Stokies

Komunikasi organisasi yang berlangsung pada organisasi PT. Moment Global Internasional memegang peranan penting dalam sebuah ikatan pada struktur organisasi yang telah dibentuk. Masing-masing dari struktur organisasi memiliki kegiatan komunikasi secara sederhana tidak hanya sekedar menyampaikan pesan informasi antar karyawan, dan juga para elite member Moment, di mana unsur dari komunikasi PT. MGI ini *persuasive*, yaitu mengajak para karyawan, dan para member (stokies) untuk bersedia menerima kebijakan-kebijakan yang dapat membawa pengaruh besar terhadap berlangsungnya kegiatan perusahan.

Dalam kegiatan sehari-harinya, komunikasi yang berlangsung dalam PT. MGI ini mampu memberikan informasi atau pesan-pesan yang berpengaruh pada hubungan antar internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi yang efektif didalam sebuah organisasi PT. MGI melahirkan kekuatan solidaritas yang tinggi antar sesama karyawan. Namun apabila terjadi kesalahpahaman dan kurangnya komunikasi antar pengurus dan anggota bisa menjadikan sebuah masalah. Dengan keahlian yang telah dimiliki oleh masing-masing karyawan membuat pimpinan perusahaan memiliki prosedur untuk bisa saling berkomunikasi seperti yang terungkap dalam pernyataan Bapak Heru Widodo:

> “ Struktur organisasi PT. MGI memiliki Komunikasi yang bersifat hirarki di mana komunikasi dapat dilakukan dari atas ke bawah masing-masing dari divisi menjalankan pekerjaan sesuai dengan struktur yang telah ditentukan. dalam internal perusahaan,

digilib.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

komunikasi yang dilakukan via e-mail kalau bersifatnya bukti otentik, kalau untuk phone order biasanya lewat telfon. Secara individu, komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada seluruh stokies & para member melalui event, seminar, E-mail, By Phone, dan broadcast. [2]

Hal senada juga diutarakan oleh beberapa informan yang lain yang juga terdapat kebijakan dari perusahaan dalam beberapa hal mengenai komunikasi dalam perusahaan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Bastomy Arief. S.:

> " Jadi, disetiap hari sabtu, masing-masing cabang dan divisi rapat untuk membahas mengenai pengiriman barang. atau terjadi kendala di berbagai bidang, para branch regional di manapun akan memberikan voice/hasil pekerjaan dari staf-stafnya. Sehingga komunikasi internal yang terjadi di bagian saya lebih ke internalnya. Sesuai dengan tugas masing-masing bagian komunikasi yang dilakukan selalu *face to face*. Komunikasi individu para stokies ke saya tidak secara langsung, biasanya di sistem pengiriman pihak stokies lebih berkomunikasi pada para branch atau sales marketing ataupun pada sistem pengiriman."[3]

Selain itu berkenaan dengan komunikasi efektif yang selalu perusahaan lakukan dengan membagi beberapa bagian divisis yang telah dituturkan oleh Bapak Bastomy Arief, di mana untuk mengembangkan visi dan misi perusahaan kedepannya sehingga komunikasi baik perusahaan dengan para karyawan dan perusahaan dengan para Stokies berjalan dengan baik. Dengan begitu komunikasi yang dilakukan oleh PT. MGI sesuai dengan porsi tugasnya masing-masing. Seperti bagian dari Bapak Bastomy yang menangani divisi pengiriman barang, mengontrol hasil kerja para karyawan. Dengan adanya pembagian tugas yang telah merata

[2] Hasil Wawancara Informan Heru Widodo, 16 Oktober 2015
[3] Hasil Wawancara Informan Bastomy Arifin 16 Otober 2015

digilib.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

membuat para member memberikan kepercayaannya kepada PT. MGI untuk turut bergabung dalam sistem perusahaan, menjadi stokies resmi PT. MGI. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Saiful Arifin:

> "Seiring dengan meningkatnya permintaan dari para member di seluruh Indonesia, kalau dulukan kita pesan via online, seiring dengan berkembangnya perusahaan sehingga perusahaan membentuk stokies-stokies sehingga member baru dapat membeli eceran kepada para stokies ditiap daerah. Dari pihak stokies, kami menentukan ingin menjadi stokies karena melihat PT. MGI yang semakin berkembang besar dan memiliki komunikasi baik internal maupun eksternal yang baik & sistem yang bagus maka dari itu kami yakin ingin menjadi stokies resmi perusahaan"[4]

Dari pernyataan- pernyataan dalam kebijakan perusahaan tersebut, dapat diketahui bahwa dengan adanya saling pengertian dalam berkomunikasi akan menjadi lebih mudah dan lebih enak mencapai kesepakatan bersama demi kemajuan perusahaan.

2) Isu berdampak krisis yang muncul akibat komunikasi yang kurang efektif.

Permasalahan yang pernah terjadi didalam perusahaan Moment adalah permasalahan yang serius yang ditanggapi oleh berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam perusahaan. Sebuah isu yang berdampak krisis yang terjadi di dalam perusahaan membuat PT. Moment Global Internasional melakukan berbagai kebijakan komunikasi sekaligus mengubah kebijakan-kebijakan yang menguntungkan berbagai pihak termasuk para member/stokies, dengan begitu kebijakan ini berpengaruh besar terhadap kekuatan perusahaan Moment sendiri. Memperbaruhi cara

[4] Hasil Wawancara Informan Saiful Arifin, 10 November 2015

digilib.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

berkomunikasi dengan karyawan ataupun stokies serta mendapatkan member-member yang sama-sama untuk memajukan bisnis ini.

Krisis dapat berkembang menjadi yang terbaik bagi perusahaan untuk semakin maju dan terus meningkatkan mutu serta kualitas perusahaan sehingga apabila perusahaan mengalami krisis dapat bertahan didalamnya. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Heru Widodo:

> "Pada awal PT. Moment Global Internasional berdiri, perusahaan belum memiliki cabang diberbagai kota di Indonesia. Sehingga komunikasi yang terjalin dengan para stokies awal terjadi melalui phone order, atau melalui e-mail. Komunikasi inilah yang membuat pada awalnya kami tidak bisa mengirimkan barang sampai ke plosok Negeri, seperti Papua, NTB, Kepulauan Riau ataupun pulau-pulau yang membutuhkan waktu tempuh yang sangat lama."[5]

Kemudian pada kesempatan yang sama disampaikan oleh Bapak Bastomy Arifin yang mana:

> "Komunikasi PT. Moment mulanya sering terjadi kendala, bukan hanya karena belum banyaknya stokies di berbagai kota yang dapat menanggulangi pengiriman sampai ke pelosok negeri, tapi karena akses pengiriman barang, serta jalur yang ditempuh cukup jauh. Dan cabang moment untuk merangkul tiap-tiap daerah belum ada. Sehingga komunikasi kami lagi-lagi terkendala karena krisis pendistribusian barang yang belum efektif." [6]

Kemudian pada kesempatan yang sama bapak Heru Widodo menyampaikan lagi bahwa:

> "Komunikasi perusahaan yang berdampak krisis pendistribusian ini menjadi alat pertimbangan untuk memiliki strategi manajemen krisis yang efektif. Sehingga kebijakan-kebijakan yang kami perbaruhi dapat menjadi senjata ampuh dalam melayani permintaan para stokies yang berada di berbagai daerah di Indonesia."

[5] Hasil Wawancara Informan Heru Widodo, 16 oktober 2015
[6] Hasil Wawancara Informan Bastomy Arifin, 16 oktober 2015

digilib.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

Hal yang sama dituturkan pula oleh Bapak Bastomy Arifin untuk kemajuan perusahaan Moment.

> "Setiap saran dari para member dan master stokies itu membuat kami merevisi kebijakan-kebijakan yang dapat menguntungkan para stokies. Sehingga problem atau krisis-krisis kecil dapat ditanggulangi secara bijak dan tepat. Dengan demikian semua baik perusahaan ataupun para stokies tidak merasa dirugikan. Oleh karenanya, setiap produk yang diinginkan oleh para stokies, kami berusaha mengirimkan tepat pada waktunya tanpa terkendala apapun."

Seiring terjadinya krisis dari perusahaan berkenaan dengan sistem pengiriman barang, sehingga para stokies dapat mengetahui bagaimana keadaan sistem manajemen perusahaan untuk pendistribusian barang yang dilakukan oleh PT. Moment Global Internasional, seperti yang disampaikan oleh Bapak Saiful Arifin:

> "Untuk sistemnya dari PT. Moment sendiri. stokies hanya tinggal transfer saja, setelah itu moment mengirimkan barang. Untuk pengiriman barang di surabaya sudah sangat baik, tetapi ada beberapa teman-teman stokies dari daerah-daerah yang jauh terjadi kendala di luar pulau jawa pada pendistribusian barang seperti, kota Papua, NTB, NTT. Proses pendistribusian ke daerah-daerah pelosok inilah yang sering terjadi masalah karena keterlambatan seperti cuaca, pesawat yang hanya berangkat 1 minggu 2-3 kali."[7]

Dengan awalnya terkendala proses pendistribusian barang kepada para stokies baik itu di pulau Jawa, atau luar pulau Jawa membuat PT. MGI berusaha untuk semaksimal mungkin agar tidak merugikan siapapun. Dengan mengetahui bahwa ada beberapa poin yang membuat krisis ini terjadi, PT. MGI tidak tinggal diam menangani kasus yang membuat tingkat kepercayaan para stokies menghilang.

[7] Hasil Wawancara Informan Saiful Arifin, 10 November 2015

digilib.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

3) Pendistribusian barang kepada stokies, kendala pengiriman produk diberbagai daerah serta poin-poin kendala dari proses pendistribusian barang yang dilakukan oleh PT. MGI.

Komunikasi yang efektif berlangsung di dalam internal perusahaan akan berdampak pada kekuatan sebuah perusahaan moment sendiri. PT. Moment sadar bahwa untuk menjadi sebuah Perusahaan yang besar, harus memiliki modal komunikasi yang baik. Komunikasi yang dijalankan bukan hanya pada internal saja, melainkan membangun komunikasi yang efektif kepada para pelanggan/stokies. Dengan demikian pada saat terjadinya krisis keterlambatan produk kepada stokies, PT. Moment melakukan segala upaya untuk tidak lagi mengecewakan para stokies, sehingga visi dan misi yang telah dibuat dijalankan dengan baik untuk mendapatan hasil yang maksimal, walaupun pada awalnya PT. Moment berkembang perlahan, hingga besar dan memiliki 706 stokies di seluruh Indonesia. Seperti yang di sampaikan oleh Bapak Heru Widodo:

> "PT. Moment Global Internasional di awal pendistribusian memang belum memiliki cabang dimasing-masing kota. Produk ini awalnya kita mengirim dari warehouse (Kantor pusat Surabaya) kita di mana contoh saja Batam, apabila ada stokies, atau tidak di sana kami tetap mengirim kepada pembeli. Tetapi kendalanya seperti pengiriman ke Batam membutuhkan waktu 4 hari pengiriman, kendalanya 1, *time* (waktu)"[8]

Perusahaan moment telah berusahan untuk melayani berbagai permintaan para member, sekalipun perusahaan sampai melakukan kebijakan-kebijakan terbaru sesuai dengan masukan para stokies. Bukan

[8] Hasil Wawancara Informan Heru Widodo, 16 oktober 2015

digilib.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

tidak mudah, untuk mengantarkan produk sampai kedaerah-daerah yang sulit dijangkau, hingga PT. MGI melakukan sentralisasi ekspedisi untuk melayani pengiriman keseluruh Indonesia dan melakukan pengiriman yang hanya dibutuhkan 3 jam saja, hingga barang sampai ditangan para stokies. Inovasi yang terus menerus dilakukan oleh para karyawan Moment berdasarkan kebijakan bersama yang telah diatur oleh pihak manager Moment. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Batomy Arifin

> "Kebijakan perusahaan, di mana kami sebisa mungkin melayani pengiriman barang secepat. Menurut saya benar terjadinya krisis pengiriman barang, di mana seharusnya para member yang telah bayar, pasti mengiginkan setelah bayar barang datang, dan tidak harus menunggu beberapa hari kedepan, sehingga kami memutuskan untuk selalu mengecek pengiriman barang yang dilakukan oleh ekspedisi yang telah ditentukan perusahaan. Selain itu proses kendalanya dalam hal ini, apabila terjadi pemesanan di daerah plosok yang terkadang akses kesana sangat sulit, di mana penerbangan dalam seminggu hanya beberapa hari. Maka dari situlah kami membuat cabang-cabang dibeberapa provinsi, sehingga dapat menjangkau daerah sekitarnya."[9]

Sama seperti halnya yang disampaikan lagi oleh Bapak Heru widodo, yang mengantakan bahwa:

> "Kendala pendistribusian 1. bandara, di mana close dari bandara tidak terkejar, karena close pengiriman dibandara tutup pukul 15.00, sedangkan perusahaa tutup jam 16.00, mau tidak mau pengiriman keesok harinya. 2. terkadang terjadi bocor produk, pecah, tidak mulus seperti awalnya. sehingga kami membuat kebijakan memakai sentralisasi ekspedisi, sehingga adanya efisiensi dari harga, waktu agar tidak merugikan semuanya. alternatif-alternatif inilah yang membuat kami meminimalisir krisis pendistribusian, sampai sekarang, sangat menekan komplen produk. Kendala terjadi karena waktu, bandara, kerusakan produk yang dikembalikan lagi, dan jarak tempuh"

[9] Hasil Wawancara Informan Bastomy Arifin, 16 oktober 2015

digilib.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

Sementara itu, dalam kesempatan yang berbeda yaitu Bapak Saiful Arifin juga menuturkan hal yang dapat dipahami oleh para stokies dengan yang telah terjadi pada PT. Moment, mengingat usia PT. MGI juga terhitung masih cukup baru, namun target yang telah dicapai sangat hebat. Sebagaimana penuturan beliau, adalah sebagai berikut:

> "Karena ini prinsipnya adalah kerjasama saya selaku stokies harusnya mengerti. Terkadang keterlambat, masalahnya beberapa faktor, yaitu ekspedisinya, cuaca/alat trasportasinya. Biasanya kami sebagai stokies, mengecek tracking via online. Ataupun biasanya kita hubungi CS PT. Moment, atau cek sendiri dan minta nomor resinya. Biasanya para stokies bekerjasama, seandainya tidak ada stok produk, kami menghubungi member-member yang dapat mengirimkan produknya kepada member saya. Sering pula kerjasama sehingga pembeli dapat menikmati produk tanpa menunggu beberapa hari."[10]

Dari penjelasan yang telah dijelaskan oleh para informan bahwa, perusahaan yang baik adalah perusaahan yang mau mendengarkan aspirasi dari para pelanggannya, setidaknya dengan begitu dapat membantu PT. MGI keluar dari berbagai masalah pendistribusian, yang membuat PT. MGI mengalami Manajemen krisis.

4) Komunikasi Organisasi yang efektif dalam Menangani krisis keterlambatan, program apa yang diterapkan perusahaan dalam menjaga hubungan baik antar perusahaan dengan para stokies.

Banyak Strategi Manajemen yang dilakukan oleh PT. MGI sebagai salah satu Perusahaan yang besar, yang pernah mengalami krisis keterlambatan produk kepada stokies, di mana komunikasi faktor utama

[10] Hasil Wawancara Informan Saiful Arifin, 10 November 2015

digilib.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

memperbaiki keadaan yang pernah terjadi. Dalam perumusan Strategi, perusahaan tidak hanya mendengarkan aspirasi dari para manager, atau karyawan saja melainkan, masukan-masukan yang positif yang diterima PT. MGI dari para stokies manjadi bahan utama untuk memperbaiki sistem yang perlu dibenahi.

Dengan strategi yang dirancang oleh para internal perusahaan untuk menjamin agar tujuan dari PT. MGI berhasil mencapai target mereka melakuakn berbagai cara. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Heru Widodo:

> "1. PT. Moment Global Internasional membuat kebijakan sentralisasi ekspedisi, sehingga pengiriman barang dilakukan oleh 1 tangan saja, sebgai cara untuk menekan biaya dan kerusakan pada barang serta komplen dari para stokies, 2. Membuat list dimasing-masing daerah yang memiliki stokies, sebagai penentu bahwa didaerah tersebut moment telah masuk, dan memberikan pembekalan seperti seminar event yang dihadiri masig-masing stokies di daerah tersebut. 3. Kebijakan PDB, seperti *Positioning, Different, Branding* membuat hal-hal baru agar para member terus berkomitment dengan PT. Moment Global Internasional. 4. Strategi dalam hal *event*, seminar, turun kedalam lingkungan masyarakat di mana terdapat stokies, dan membuat agenda pertemuan setiap tanggal 3 di awal bulan."[11]

Ada Empat strategi yang dituturkan oleh Bapak Heru widodo di mana, perusahaan dituntut untuk membuat keputusan-keputusan yang menegani sasaran dan tujuan programnya tersebut mengenai sasaran, mengapa demikian bahwa PT. Moment Percaya bahwa tidak ada strategi yang sia-sia. Dengan melakukan berbagai kebijakan-kebijakan yang menguntungkan para stokies, diharapkan para stokies dapat melihat bahwa

[11] Hasil Wawancara Informan Heru Widodo, 16 oktober 2015

digilib.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

PT. Moment dapat bertahan dalam segala kejadian atau hal terburuk. Salah satu strategi yang unik di Moment adalah adanya pertemuan setia awal bulan (LBM) dengan para stokies di mana belum pernah ada perusahaan yang melakukan keterbukaan informasi diberbagai acara. Dengan begini hubungan komunikasi dapat berjalan dengan baik.

Hal ini yang membuat para member sadar bahwa mereka berada dibawah perusahaan yang hebat, dengan begitu banyaknya keuntungkan para stokies, sehingga apa yang menjadi visi dan misi perusahaan tercapai dengan maksimal.

Hal ini yang disampaikan oleh informan Bapak Bastomy Arifin

> "Pertama kepuasan pelanggan nomor satu, dengan memberikan pengiriman yang terbaik yang telah di lakukan oleh perusahaan menghargai komplen para member, dan menentukan kebijakan yang baru yang tidak merugikan siapapun. Membuat strategi bayar hari ini, barang sampai hari ini pula. Kami membuat pengiriman cepat hanya 2/3 jam setelah bayar sudah sampai.sehingga kepuasan pelanggan meningkat, dan kepercayaan terus terjaga."[12]

Konsumen/stokies yang sekaligus pelanggan (customer) tetap di Moment merupakan suatu stakeholder yang dalam dunia bisnis dianggap sebagai "Raja" dan sebagai ujung tombak penentu keberhasilan usaha bisnis jika terpuaskan oleh usaha bisnis tersebut. Dengan kesimpulan dari beberapa informan bahwa stokies dapat dikatakan "Orang yang lebih Berharga" yang harus terus di *support* oleh perusahaan untuk bertahan diberbagai keadaan krisis.

[12] Hasil Wawancara Informan Bastomy Arifin, 16 Oktober 2015

digilib.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

5) Antisipasi PT. Moment jika kembali dihadapkan pada krisis dikemudian hari

Penanganan krisis di PT. MGI harus dilakukan dengan strategi yang matang, agar sekali pun suatu krisis datang atau terjadi secara tiba-tiba mudah untuk diatasi. Sebenarnya, strategi penanganan krisis yang paling efektif adalah mengantisipasi terjadinya ledakan krisis dengan menerapkan *Early Warning System* yang baik. Dengan demikian seorang Heru Widodo memiliki kewajiban menyusun dan merumuskan Strategi penanganan krisis berdasarkan data dan informasi yang akurat, dengan komunikasi yang sehat. Sebagaimana yang telah dituturkan oleh Bapak Heru widodo:

> "Terus mengupayakan inovasi yang terbaru, selalu memonitor pengiriman barang, menjaga hubungan baik dengan para klien, untuk planning 2016 kekuatan kita ada di luar negeri. Sehingga saat ini stokies kita di luar Negeri, di Nigeria, Taiwan, yang kami lakukan adalah mengeluarkan produk-produk baru. Ini adalah cara di mana para member yg terkena krisis ini sehingga krisis masuk pun. Bisnis multilevel semakin naik. Perusahaan optimis dengan banyak produk, dengan seperti itu kita keluar dari krisis baik krisis dalam perusahaan sendiri maupun krisis ekonomi. Intinya kami perusahaan menanamkan kepada para member untuk kuat dalam berbagai hal, agar semuanya optimis melihat persaingan yang sangat kuat ditahun ke 4 untuk bisa terus bertahan menciptakan member-member yang bertahan di Moment."[13]

Dari pernyataan yang telah disampaikan oleh Bapak Heru Widodo, menegaskan bahwa PT. Moment Global Internasional tidak main-main ketika terjadinya sebuah kasus berupa berbagai Krisis. Dengan berbagai strategi yang di keluarga PT. MGI percaya bahwa mereka dapat bertahan

[13] Hasil wawancara informan Heru Widodo, 16 oktober 2015

digilib.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

dan melangkah maju sesuai dengan visi dan misi yang telah di gagas. Mengedepankan komunikasi yang baik, sebagai bekal untuk membuat semua percaya bahwa ketangguhan PT. MGI dalam menghadapi Krisis dikemudian hari.

digilib.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