BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

Keberhasilan suatu organisasi sangat tergantung kepada kelancaran komunikasi yang dilakukan oleh para anggotanya di dalam PT. Moment Global Internasioanl sebagai suatu sistem memiliki potensi krisis. Kedua hal tersebut akan selalu ada dan bahkan tidak bisa dihindari. Krisis terjadi karena adanya sejumlah perbedaan dalam kepentingan, tujuan, kebutuhan, komunikasi dan sebagainya.

Krisis yang berkepanjangan jika tidak segera diatasi akan menimbulkan masalah. Terjadinya krisis terkadang memaksa pihak manajemen PT. Moment untuk berpikir positif, kreatif, dan inovatif. Dengan cara tersebut dapat menemukan cara-cara atau sistem untuk memperbaiki manajemen dan strukturisasi organisasi serta operasionalisasi pelayanan jasa.

Komunikasi yang dilakukan PT. Moment Global Internasional kepada stokies ketika terjadinya keterlambatan produk, di mana saat terjadinya krisis ini PT. Moment melakukan kebijakan-kebijakan yang pada akhirnya tentu untuk memperbaiki keadaan. Di mana PT. 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

melakukan inovasi berupa sentralisasi pengiriman barang ke seluruh Indonesia dan bahkan belahan dunia menggunakan jasa Pandu Logistik.

Bukan hanya sekedar itu saja, komunikasi yang efektif ketika terjadinya krisis ini perusahaan bukan melarikan diri dari berbagai kritikan atau protes yang berasal dari para stokies, tetapi Moment mendengarkan kritikan atau masukan yang diberikan oleh para stokies sebagai bentuk memperbaruhi kebijakan yang tidak menguntungkan para member. Dengan kata lain seringnya PT. Moment Global Internasional mengadakan seminar-seminar di berbagai kota di Indonesia, dan melakukan LBM *(Leader Branch Meeting)* setiap bulannya dapat dikatakan krisis yang apabila terjadi karena pendistribusian barang tanpa sengaja yang dilakukan oleh perusahaan dapat dimaklumi oleh para member sebagai bagian dari proses untuk menjadi perusahaan yang terbaik.

Terdapat 7 kunci komunikasi organisasi yang dilaksanakan oleh perusahaan Moment yaitu: proses, pesan, jaringan, keadaan saling ketergantungan, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian. Inti dari ke 7 komunikasi organisasi ini adalah bahwa berdasarkan ke 7 ini yang saling berkesinambungan memperoleh bukti, PT. Moment tidak dapat berdiri tegak apabila komunikasi internal dan eksternal tidak berjalan dengan baik. Krisis pendistribusian produk kepada stokies dapat terjadi lagi apabila, perusahaan tidak tegas dalam memberikan pelayanan terbaik, dengan menggunakan sentralisasi saja sudah membantu PT. Moment untuk melayani permintaan para stokies.

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 saling bertukar informasi, menerima masukan, serta melaksanakan kebijakan seperti memberikan bimbingan seminar, bekerjasama dengan Bank Mandiri, Telkomsel, serta Pandu Logistik adalah merupakan sarana penunjang komunikasi dan bisnis yang efektif.

B. Rekomendasi

Dalam penelitian fenomena Komunikasi Organisasi dalam manajemen krisis PT. Moment Global Internasional memiliki klasifikasi sudut pandang yang mempengaruhi fenomena penelitian dalam pembahasan lebih komplek. Sehingga penelitian akan dapat membantu pemahaman dalam konteks pembelajaran dan pengajaran bagi progam studi, institut yang terkait, dan masyarakat pada umumnya dalam studi kasus mengenai fenomena sehingga menemukan temuan-temuan penelitian yang lebih spesifik dengan beberapa faktor-faktor yang berbeda.

1. Bagi masyarakat yang memiliki fenomena yang sama

   Untuk masyarakat yang memiliki bisnis serupa dengan PT. Moment Global Internasional yang berbasis *Multi level Marketing* dapat diambil contoh :

   - Melakukan komunikasi yang efektif baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan.
   - Melakukan sentralisasi produk.
   - Membuat inivasi terbaru untuk publik

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

2. Fakultas atau Program Studi

- Komunikasi merupakan salah satu studi mata kuliah penting untuk fakultas atau program studi komunikasi, karena hampir semua studi tentang manusia berhubuungan dengan komunikasi, apalagi komunikasi organisasi dan membahas mengenai manajemen krisis sekaligus strategi komunikasi dalam manajemen, karena ini merupakan salah satu pola komunikasi sangat dibutuhkan dalam lingkup sosial, peneliti menyarankan bagi pembaca agar mengembangkan dalam kajian segala hal yang dalam ruang lingkup fakultas dakwah dan ilmu komunikasi guna sebagai pembelajaran yang lebih mendalam.

3. Untuk Pengembangan Dakwah

- Dakwah merupakan kegiatan yang dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dan juga dapat dilakukan kepada siapa saja, dakwah bisa dilakukan melalui khotbah/ceramah di dalam masjid atapun pengajian, tapi dakwah juga bisa dilakukan melalui komunikasi yang dapat mempengaruhi orang lain, akan tetapi dengan menyusun suatu pesan yang akan disampaikan kepada komunikarot agar mudah untuk dipahami, sehingga dapat dijadikan sebagai

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

pertimbangan dalam melakukan dakwah. Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan sebagai sarana dakwah untuk memberi pencerahan bagi setiap perusahaan untuk selalu mementingkan kepercayaan para konsumen/stokies. Sebagai institusi keislaman kita sebagai mahasiswa muslim sangat dianjurkan dalam menyampaikan kebenaran dan memberikan solusi bagi setiap insan yang memiliki permasalahan.

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