

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk memahami bagaimana komunikasi interpersonal karyawan Naga Swalayan Pondok Gede dalam menangani keluhan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal karyawan telah berjalan secara cukup efektif dan mampu menjawab rumusan masalah penelitian. Karyawan menunjukkan sikap empati dengan mendengarkan keluhan pelanggan secara aktif, tidak memotong pembicaraan, serta berusaha memahami emosi pelanggan sebelum memberikan solusi. Penggunaan bahasa yang sopan, jelas, dan komunikatif menjadi faktor penting dalam meredakan ketegangan serta membangun suasana interaksi yang positif. Selain itu, kecepatan respons dalam menangani keluhan yang sebagian besar dapat diselesaikan pada hari yang sama menunjukkan adanya koordinasi internal yang baik serta keseriusan perusahaan dalam menghargai kenyamanan pelanggan. Dukungan manajemen juga memperkuat efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan karyawan, terutama ketika keluhan memerlukan penanganan lanjutan. Secara keseluruhan, komunikasi interpersonal yang ditunjukkan melalui empati, keterbukaan, sikap positif, dan kemampuan memberikan solusi tidak hanya membantu menyelesaikan permasalahan pelanggan, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam menjaga kepercayaan, meningkatkan kepuasan, serta mempertahankan reputasi Naga Swalayan sebagai toko ritel lokal yang peduli terhadap pelayanan pelanggan.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan secara sistematis pada bab sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis. Penyusunan saran ini didasarkan pada temuan-temuan penelitian mengenai praktik komunikasi interpersonal karyawan Naga Swalayan Pondok Gede dalam menangani keluhan pelanggan, serta keterkaitannya dengan upaya mempertahankan reputasi perusahaan sebagai toko ritel lokal. Dengan demikian,

saran yang disampaikan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga berangkat dari realitas yang ditemukan langsung di lapangan.

Saran praktis ditujukan kepada pihak manajemen dan karyawan Naga Swalayan Pondok Gede sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam aspek komunikasi interpersonal saat menghadapi keluhan pelanggan. Melalui penerapan saran ini, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan peran karyawan garis depan sebagai representasi perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan, sehingga proses penanganan keluhan dapat dilakukan secara lebih profesional, empatik, dan konsisten. Hal tersebut pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat citra dan reputasi Naga Swalayan di mata masyarakat.

Selain itu, saran akademis disampaikan sebagai bentuk kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi interpersonal dan komunikasi pelayanan. Saran ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa, baik dengan objek, pendekatan, maupun metode penelitian yang berbeda. Dengan adanya saran-saran tersebut, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan gambaran deskriptif mengenai fenomena yang diteliti, tetapi juga mampu memberikan manfaat berkelanjutan bagi praktik pelayanan dan pengembangan keilmuan di bidang komunikasi. Adapun saran-saran tersebut diuraikan sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Praktis**

#### **5.2.1.1 Penguatan dan Standardisasi SOP Penanganan Keluhan**

Perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berkaitan dengan penanganan keluhan pelanggan. SOP yang ada perlu disusun secara lebih sistematis dan terstruktur agar tidak hanya mengatur penyelesaian masalah secara teknis, tetapi juga memuat standar komunikasi interpersonal yang wajib diterapkan oleh seluruh karyawan. Dalam praktiknya, SOP tersebut dapat mencantumkan tahapan menerima keluhan dengan teknik mendengarkan aktif, penggunaan bahasa yang sopan dan empatik, penyampaian permintaan maaf secara profesional, serta pemberian penjelasan yang transparan dan mudah dipahami oleh pelanggan.

Selain itu, SOP juga perlu mengatur batas waktu respons terhadap keluhan dan mekanisme eskalasi apabila permasalahan tidak dapat diselesaikan pada level frontliner. Dengan adanya SOP yang jelas dan terdokumentasi, perusahaan dapat menjaga konsistensi kualitas pelayanan di berbagai situasi, termasuk pada saat jam operasional yang padat. Standarisasi ini penting untuk meminimalisir kesalahan komunikasi yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman serta menjaga stabilitas reputasi perusahaan di mata pelanggan.

#### **5.2.1.2 Pembentukan atau Penunjukan Fungsi Customer Service**

Berdasarkan hasil penelitian, Naga Swalayan belum memiliki divisi atau petugas khusus yang secara spesifik menangani keluhan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mempertimbangkan pembentukan fungsi Customer Service atau setidaknya menunjuk karyawan tertentu yang memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yang baik untuk menjalankan peran tersebut. Keberadaan Customer Service akan memberikan saluran komunikasi yang lebih terstruktur dan profesional bagi pelanggan dalam menyampaikan keluhan maupun pertanyaan.

Dengan adanya fungsi ini, proses penyelesaian masalah dapat berlangsung lebih cepat dan terkoordinasi, karena terdapat pihak yang secara khusus bertanggung jawab dalam menangani keluhan. Selain itu, pembentukan Customer Service juga dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai ritel yang serius dalam memberikan perhatian terhadap kepuasan pelanggan. Dalam jangka panjang, keberadaan unit pelayanan khusus ini akan memperkuat reputasi perusahaan sebagai organisasi yang responsif dan berorientasi pada pelayanan.

#### **5.2.1.3 Integrasi Visi dan Misi dalam Budaya Komunikasi Pelayanan**

Perusahaan disarankan untuk menginternalisasikan visi dan misi organisasi ke dalam praktik komunikasi pelayanan sehari-hari. Visi dan misi perusahaan sebaiknya tidak hanya menjadi pernyataan formal yang tertulis di dinding atau dokumen perusahaan, tetapi diwujudkan dalam perilaku nyata karyawan saat berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan briefing rutin sebelum operasional dimulai, pelatihan internal mengenai nilai-nilai perusahaan, serta evaluasi kinerja yang menekankan pada kualitas pelayanan dan sikap komunikasi interpersonal.

Ketika setiap karyawan memahami bahwa komunikasi yang mereka lakukan merupakan representasi langsung dari identitas perusahaan, maka interaksi pelayanan akan menjadi lebih konsisten dan selaras dengan tujuan organisasi. Integrasi visi dan misi dalam budaya kerja akan membantu membangun citra perusahaan yang kuat dan terpercaya di mata pelanggan serta masyarakat luas.

#### **5.2.1.4 Optimalisasi Struktur Organisasi dan Pendelegasian Wewenang**

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam beberapa situasi, karyawan frontliner harus menunggu keputusan atasan sebelum dapat memberikan solusi tertentu kepada pelanggan. Kondisi ini berpotensi memperlambat proses penyelesaian keluhan dan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kecepatan pelayanan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap struktur organisasi, khususnya dalam hal pendelegasian wewenang.

Pemberian kewenangan terbatas yang jelas kepada karyawan frontliner untuk menangani permasalahan tertentu akan meningkatkan efisiensi dan responsivitas pelayanan. Struktur organisasi yang lebih fleksibel dan adaptif akan memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat tanpa harus mengabaikan prinsip pengawasan manajerial. Dengan demikian, pelanggan akan merasakan pelayanan yang lebih sigap dan profesional, yang pada akhirnya berkontribusi pada penguatan reputasi perusahaan.

#### **5.2.1.5 pengembangan Kompetensi Komunikasi Interpersonal**

Selain perbaikan sistem dan struktur, pengembangan sumber daya manusia juga perlu menjadi prioritas. Perusahaan disarankan untuk mengadakan pelatihan komunikasi interpersonal secara berkala guna meningkatkan kemampuan karyawan dalam menghadapi berbagai karakter pelanggan, termasuk pelanggan yang menyampaikan keluhan dengan emosi yang tinggi. Pelatihan tersebut dapat mencakup teknik pengendalian emosi, peningkatan empati, strategi komunikasi persuasif, serta metode penyelesaian konflik yang efektif.

Pengembangan kompetensi secara berkelanjutan akan membantu karyawan mempertahankan kualitas komunikasi interpersonal yang sesuai dengan standar profesionalisme pelayanan. Dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia, perusahaan akan lebih mampu menjaga kepuasan pelanggan dan mempertahankan reputasi positif di tengah persaingan industri ritel yang semakin kompetitif.

### 5.3.1 Saran Akademis

#### 5.3.1.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai komunikasi interpersonal dalam penanganan keluhan pelanggan dengan melibatkan perspektif pelanggan sebagai informan penelitian. Pelibatan pelanggan sebagai subjek penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan seimbang antara sudut pandang karyawan sebagai pelaksana pelayanan dan pelanggan sebagai penerima layanan. Dengan adanya perbandingan perspektif tersebut, peneliti selanjutnya dapat mengidentifikasi kesesuaian maupun perbedaan persepsi antara kedua pihak dalam menilai efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan dalam proses penanganan keluhan.

Selain itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda, seperti metode kuantitatif atau metode campuran (mixed methods), guna melengkapi temuan penelitian kualitatif. Pendekatan kuantitatif dapat digunakan untuk mengukur secara lebih objektif pengaruh komunikasi interpersonal terhadap variabel-variabel tertentu, seperti kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan tingkat kepercayaan terhadap perusahaan. Sementara itu, penggunaan metode campuran dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif dengan menggabungkan kedalaman data kualitatif dan ketepatan pengukuran data kuantitatif.

Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan perusahaan ritel lain, baik ritel modern maupun ritel tradisional, sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan antar objek penelitian. Perluasan objek ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai praktik komunikasi interpersonal dalam penanganan keluhan pelanggan di berbagai konteks organisasi. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya bersifat kontekstual pada satu perusahaan, tetapi juga memiliki daya generalisasi yang lebih luas.

Di samping itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan fokus penelitian dengan menambahkan variabel atau aspek lain yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal, seperti budaya organisasi, gaya kepemimpinan, atau

sistem pelayanan pelanggan. Pengembangan fokus tersebut diharapkan dapat memperkaya kajian akademis di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi pelayanan dan manajemen reputasi di industri ritel.

Dengan adanya pengembangan penelitian tersebut, diharapkan kajian mengenai komunikasi interpersonal dalam penanganan keluhan pelanggan dapat semakin mendalam dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi, serta menjadi rujukan bagi praktisi dan akademisi di masa yang akan datang.

#### **5.3.1.2 Bagi Pengembangan Ilmu Komunikasi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi interpersonal dan komunikasi pelayanan di sektor ritel. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal tidak hanya berfungsi sebagai proses pertukaran pesan antara karyawan dan pelanggan, tetapi juga sebagai strategi penting dalam membangun hubungan, mengelola emosi, serta menciptakan pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran strategis dalam konteks pelayanan publik dan bisnis.

Secara akademis, penelitian ini dapat memperkaya khazanah teori dan kajian empiris mengenai komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi, terutama pada interaksi antara karyawan garis depan dan pelanggan. Temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dalam memahami bagaimana unsur-unsur komunikasi interpersonal, seperti empati, keterbukaan, sikap mendengarkan aktif, dan kejelasan penyampaian pesan, berkontribusi terhadap efektivitas penanganan keluhan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini dapat melengkapi kajian-kajian sebelumnya yang membahas komunikasi interpersonal dalam berbagai konteks organisasi dan pelayanan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas peran komunikasi interpersonal karyawan dalam membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dan harga, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas

interaksi komunikasi antara karyawan dan pelanggan. Oleh karena itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat mendorong pengembangan kajian komunikasi yang mengintegrasikan aspek komunikasi interpersonal, komunikasi pelayanan, dan manajemen reputasi secara lebih komprehensif.

Dengan adanya kontribusi tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi akademis bagi mahasiswa, peneliti, dan praktisi yang tertarik mengkaji komunikasi interpersonal dalam konteks pelayanan dan industri ritel. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membuka peluang bagi pengembangan penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan variatif, sehingga kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi interpersonal dan komunikasi pelayanan, dapat terus berkembang dan relevan dengan kebutuhan praktis di lapangan.

