
Pelatihan Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Rabiyatul Jasiyah¹, Lutfi Alhazami², Abubakar Betan³, Edwar Gland Tetelepta⁴

Universitas Muhammadiyah Buton

Universitas Media Nusantara Citra

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Gunung Sari Makassar

Teknologi Pembelajaran

email:rabiyatul.jasiyah@umbuton.ac.id, alhazamilutfi@gmail.com, abubakarbetan65@gmail.com, edwardunm@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :

2 Mei 2023

Disetujui :

22 Mei 2023

Dipublikasikan :

31 Mei 2023

ABSTRAK

Pelatihan komunikasi antar pribadi terhadap kepuasan pelanggan ini adalah: meningkatkan teknik untuk membangun keterampilan komunikasi yang efektif, memahami etika dalam berkomunikasi, baik etika komunikasi langsung maupun melalui internet, baik komunikasi verbal maupun nonverbal

Metode Pelaksanaan dalam melakukan Pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui tahapan yang terdiri dari tahap pertama ini merupakan hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya, dimana berdasarkan hasil evaluasi Tenaga Penunjang Akademik Universitas Muhammadiyah Buton memerlukan pelatihan tentang cara berkomunikasi yang efektif di masa pandemi. Tahap Kedua, Merupakan tahap persiapan pelaksanaan kegiatan mulai dari izin dari pengelola Universitas Muhammadiyah Buton kemudian berkoordinasi dengan kepala sekolah, untuk menentukan waktu dan kondisi Pelatihan Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil Pelatihan ini adalah: meningkatkan teknik untuk membangun keterampilan komunikasi yang efektif, memahami etika dalam berkomunikasi, baik etika komunikasi langsung maupun melalui internet, baik komunikasi verbal maupun nonverbal, Menjadi pribadi yang berkualitas dengan komunikasi, mampu menghadapi dan menangani keluhan/Complain pelanggan dan meningkatkan kualitas kerja dan menguatkan performa team.

Kata Kunci : Pelatihan komunikasi, Antar pribadi , Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This interpersonal communication training on customer satisfaction is: improving techniques to build effective communication skills, understanding ethics in communication, both direct and via the internet communication ethics, both verbal and nonverbal communication

The implementation method for conducting community service training is carried out through stages consisting of the first stage which is the result of an evaluation of previous community service activities, which based on the results of the evaluation of Muhammadiyah Buton University Academic Support Staff require training on how to communicate effectively during a pandemic. Second Stage, Is the preparatory stage for the implementation of activities starting from permission from the management of Muhammadiyah Buton University then coordinating with the school principal, to determine the time and conditions for Interpersonal Communication Training on Customer Satisfaction

The results of this training are: improving techniques to build effective communication skills, understanding ethics in communication, both direct and via the internet communication ethics, both verbal and nonverbal communication, Becoming a quality person with communication, being able to face and handle customer complaints/complaints and improve quality of work and strengthen team performance.

Keywords: communication training, interpersonal, customer satisfaction



PENDAHULUAN

Kompetisi bisnis yang semakin ketat merupakan hal yang tidak dapat dihindari lagi. Hal yang seharusnya dilakukan oleh para pelaku bisnis adalah mengembangkan strategi bersaing yang paling tepat agar dapat memenangkan persaingan bisnis tersebut. Salah satu cara yang jitu adalah dengan memfokuskan perhatian pada kebutuhan pelanggan dan hal ini berlaku juga bagi rumah sakit. Kualitas layanan merupakan salah satu aspek yang penting untuk mempertahankan pelanggan.

Kualitas layanan dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan tergantung dari sudut pandang yang menggunakan dan dari sisi mana istilah kualitas digunakan sehingga ada banyak definisi tentang kualitas. Kualitas layanan yang diberikan oleh suatu institusi merupakan representasi institusi tersebut. Konsep tentang kualitas kini telah semakin luas, bahkan telah sampai pada kajian kualitas dalam pelayanan. Pelayanan sendiri merupakan sebuah aktivitas untuk menciptakan nilai dan keuntungan untuk pelanggan pada sebuah kesempatan dengan melakukan suatu perubahan yang terencana (Lovelock & Wirtz, 2004).

Sedangkan Kotler (1997) mendefinisikan pelayanan sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu, serta produksinya tidak selalu berkaitan dengan produk fisik. Selanjutnya kualitas layanan didefinisikan sebagai aktivitas yang menguntungkan dan diberikan oleh perusahaan pada konsumen sebelumnya, saat maupun sesudah mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995).

Kualitas layanan dalam Pelatihan ini diartikan sebagai tingkat baik buruknya kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan kepada pelanggannya berdasarkan standar pelayanan yang telah ditentukan sebelumnya dengan harapan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Di dalam pelatihan ini Pelayanan akan dapat berjalan dengan baik apabila faktor-faktor pendukungnya cukup memadai serta dapat berfungsi secara maksimal.

Wolkins (Tjiptono, 2002) mengemukakan bahwa ada enam faktor dalam melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan, termasuk kualitas pelayanan. Keenam faktor tersebut meliputi (1) komunikasi, (2) pendidikan, (3) perencanaan, (4) review, (5) kepemimpinan, serta (6) penghargaan dan pengakuan. Sejalan dengan pendapat tersebut,



Gambar 1.

Ilustrasi customer service cepat tanggap [Dok.PegiPegi]

Mitra (1993) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh sikap dan perilaku dari para penyedia layanan tersebut. Sikap tidak terbentuk dengan sendirinya tetapi terbentuk sebagai hasil berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Sikap diwujudkan dalam bentuk perilaku sehari-hari. Pembentukan sikap dilakukan melalui proses belajar sosial dan pengalaman langsung (Barata, 2006).

Di dalam Pelatihan Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai bentuk intervensi psikologis dalam upaya meningkatkan kualitas layanan pada pelanggan di Komunikasi antar pribadi merupakan suatu proses penyampaian pesan, informasi, pikiran, sikap tertentu antara dua orang dan di antara individu itu terjadi pergantian pesan baik sebagai komunikan atau komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian, mengenal permasalahan yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan terjadi perubahan tingkah laku.

Pelatihan Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Kepuasan Pelanggan adalah satu set program dan implementasinya tentang komunikasi anatar pribadi dengan fokus utama pada proses pembelajaran dan bertujuan untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, perilaku, ketrampilan, dan pengetahuan khususnya tentang komunikasi interpersonal bagi pesertanya. Damaiyanti (2008) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan inti dari praktik keperawatan. Komunikasi interpersonal mempunyai peranan yang cukup besar untuk mengubah sikap (Wiryanto, 2004).

METODE

Dalam melakukan Pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini di lakukan melalui tahapan yang terdiri dari:

Tahap pertama,

Pada tahap pertama ini merupakan hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya, dimana berdasarkan hasil evaluasi Tenaga Penunjang Akademik Universitas Muhammadiyah Buton memerlukan pelatihan tentang cara berkomunikasi yang efektif dimasa pandemi.

Tahap Kedua,

Merupakan tahap persiapan pelaksanaan kegiatan mulai dari izin dari pengelola Universitas Muhammadiyah Buton kemudian berkoordinasi dengan kepala sekolah, untuk menentukan waktu dan kondisi Pelatihan Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tahap ketiga,

Pada tahap ini memberikan edukasi dan Pelatihan Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Kepuasan Pelanggan disertai tanya jawab dari peserta.

Tahap Keempat,

Pada tahap ini peserta diberikan kuesioner umpan balik untuk mengukur efektifitas dari kegiatan Pelatihan Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan harapan kegiatan lain di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

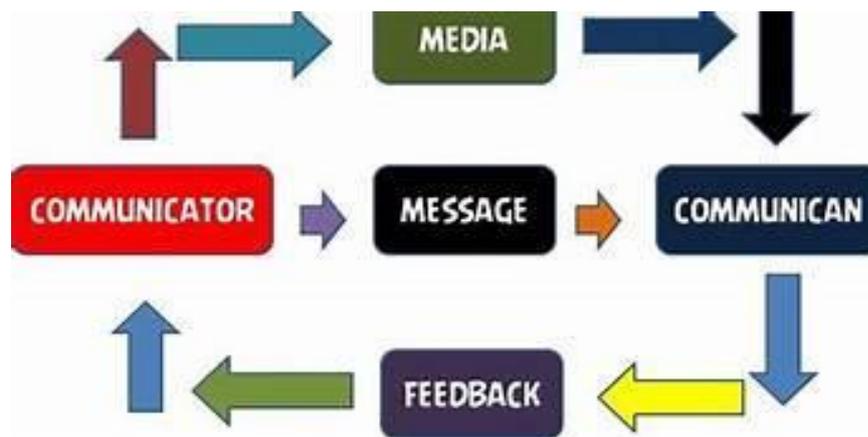
Pelatihan komunikasi ini adalah: meningkatkan teknik untuk membangun keterampilan komunikasi yang efektif, memahami etika dalam berkomunikasi, baik etika komunikasi langsung maupun melalui internet, baik komunikasi verbal maupun nonverbal, Menjadi pribadi yang berkualitas dengan komunikasi, mampu menghadapi dan menangani keluhan/Complain pelanggan dan meningkatkan kualitas kerja dan menguatkan performa team.



Gambar 2. Tim PKM dalam proses Pelatihan

Kepuasan pelanggan adalah hal penting yang harus diutamakan. Dikarenakan oleh lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, maka dari itu pelayanan pelanggan mempunyai peran penting disetiap organisasi. Setiap organisasi pasti ingin mendapatkan kepercayaan dan membuat pelanggan puas atas apa yang ditawarkan sehingga di kemudian hari pelanggan akan terus datang kembali. Pelayanan pelanggan yang baik dan handal akan berdampak terhadap kesejahteraan organisasi, karena saat kebutuhan pelanggan terpenuhi maka mereka akan merasa nyaman dan berdampak positif terhadap organisasi.

Pelayanan pelanggan juga membantu organisasi untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan keuntungan secara internal maupun eksternal. Secara tradisional, kegiatan peningkatan secara internal terfokus dan ditujukan untuk menurunkan biaya, mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan kualitas. Namun, untuk mencapai kepuasan pelanggan, Anda harus mengadopsi pandangan bisnis yang berfokus pada pelanggan dan mengidentifikasi area untuk perbaikan. Dengan pelatihan akan mempelajari teknik pelayanan pelanggan yang memungkinkan Anda untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan terus memberikan tingkat layanan yang memastikan kesetiaan dan peningkatan keuntungan.



Gambar. 3 Proses Komunikasi

Sumber. <https://id.images.search.yahoo.com/search/images;>

Menciptakan pengalaman yang berkesan untuk customer atau pelanggan dalam suatu bisnis sangatlah penting di semua industri. Pelanggan akan mau menghabiskan uang yang dimilikinya ketika mereka mendapatkan pelayanan dan pengalaman yang menyenangkan. Karena itu, dibutuhkan komunikasi yang baik agar customer mendapatkan pengalaman yang menyenangkan atas layanan yang berikan ada tiga cara sederhana yang dapat di lakukan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan

- 1) Jelaskan prosesnya di muka Hindari memberikan penjelasan proses yang kompleks kepada pelanggan di muka. Jika prosesnya panjang dan kompleks jangan merasa harus membanjiri pelanggan dengan secara detail. Berikan mereka informasi yang cukup untuk mengetahui gambaran umum tentang layanan.
- 2) Pastikan pelanggan mengetahui apa yang diperlukan Mengetahui proses di muka selalu membantu. Tetapi ketika memetakan apa yang harus dilakukan oleh masing-masing pihak dalam perjalanan dan kapan, bisa membantu menghilangkan keterlambatan dan frustrasi mereka. Buatlah daftar semua tindakan yang perlu diambil untuk mencapai hasil akhir yang diinginkan.
- 3) Mengomunikasikan perubahan dan memberikan pembaruan status Bahkan ketika merencanakan hal dengan hati-hati pasti akan ada saat-saat ketika hal tidak berjalan sesuai rencana. Sangat membantu bagi para pelanggan untuk mengetahui apa yang sedang terjadi dan kapan. Hal ini berguna untuk memastikan bahwa setiap orang berada pada pemahaman yang sama.

KESIMPULAN

Secara umum peserta merasakan manfaat dan kesesuaian dengan kebutuhan mereka. Selain itu peserta juga memperoleh pelatihan berdasarkan kasus yang mereka hadapi. Sehingga mereka merasa dapat menyelesaikan masalah yang selama ini dihadapi. Selain itu beberapa merasa perlu pelatihan selanjutnya dengan topik-topik : PPDB, editing video untuk pemasaran, pelayanan bilingual, strategi pemasaran sekolah, strategi meningkatkan kepuasan pelanggan, strategy promosi melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2004). *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. Upper Saddle River: Pearson Prentice-Hall.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Jilid 1. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. 8th edition. Chicago: The Dryden Press.
- Mitra, A. (1993). *Fundamentals of Quality Control and Improvement*. New York: Mac Millan Publishing Company.
- Damaiyanti, M. (2008). *Komunikasi Terapeutik dalam Praktik Keperawatan*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Penulis Elsa Catriana | Editor Bambang P. Jatmiko JAKARTA, KOMPAS.com.
<https://money.kompas.com/read/2020/03/01/091700326/3-cara-komunikasi-sederhana-untuk-tingkatkan-kepuasan-pelanggan->