

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PT. PELNI SARANA BANDAR
NASIONAL DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN JASA LOGISTIK
KEPADA PELANGGAN DI MAKASSAR**

***COMMUNICATION MANAGEMENT OF PT. PELNI SARANA NASIONAL
BANDAR MAKASSAR IN PROVIDING LOGISTICS SERVICES***

Oleh Astrid Indiatry Anwar

astrid.indiatry@gmail.com

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Abd. Majid

abd.majid@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Hadawiah

hadawiah@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the communication management process of PT. PELNI LOGISTICS in providing logistics services and customer feedback regarding the services received. The type of research used is descriptive qualitative research with data collection techniques in the form of observation, documentation, and interviews. This research lasted for approximately 1 month and is located on Jl. General Sudirman No. 38 Makassar. The informants in this study were operational and administrative staff, general manager and terminal manager who used to serve customers and two of the customers of PT. PELNI LOGISTICS which is able to provide information related to research. The results of the study, it can be concluded that the communication management process has 4 stages, namely, the first is careful planning, neat and good organization, the implementation goes according to a predetermined plan and the last is controlling or evaluating what has been done which is certainly supported by the staff. already experienced in their respective fields so that customers get comfort and satisfaction with the services they get and of course it will have an impact on the good image of the company.

Keywords : *Communication Management, Services, Customers, PT. PELNI LOGISTICS*

ABSTRAK

Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui proses manajemen komunikasi PT. PELNI LOGISTICS dalam memberikan pelayanan jasa logistiscs dan tanggapan pelanggan mengenai pelayanan yang diterima Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 1 bulan dan berlokasi Jl. Jendral Sudirman No. 38 Makassar. Adapun informan dalam penelitian ini adalah staff operasional dan administrasi, general manager dan manager terminal yang biasa melayani pelanggan dan dua dari pelanggan PT. PELNI LOGISTICS yang mampu memberikan informasi terkait penelitian. Hasil penelitian, dapat disimpulkan proses manajemen komunikasi dengan 4 tahapan yaitu, yang pertama perencanaan yang matang, pengorganisasian yang rapi dan baik, pelaksanaan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan yang terakhir pengendalian atau evaluasi terhadap apa yang telah dikerjakan yang pastinya didukung okeh staff yang sudah berpengalaman dibidangnya masing-masing sehingga pelanggan mendapatkan kenyamanan dan kepuasan dengan pelayanan yang didapatkan dan tentunya akan berdampak pada citra baik perusahaan.

Kata Kunci : Manajemen Komunikasi, Pelayanan Jasa, Pelanggan, PT. PELNI LOGISTISCS

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pelni Logistic memiliki jaringan distribusi terluas di Indonesia menembus sampai hampir ke setiap sudut kepulauan. PT. PELNI SBN *Logistics* menerapkan sistem distribusi secara langsung yang artinya adalah sistem distribusi yang dilakukan produsen dengan cara menjual langsung kepada konsumen tanpa perantara. PT. PELNI SBN *Logistics* melayani konsumen yang ingin memesan space dalam kapal baik muatan penumpang maupun barang, secara langsung tanpa lewat perantara manapun. Pelayanan jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dipindah kepemilikannya. Jasa adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan secara bersamaan serta memberikan nilai tambah misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan.

Manajemen Komunikasi adalah bagaimana cara mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam konteks komunikasi. Konsep manajemen komunikasi dalam perspektif ilmu komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai proses memengaruhi orang lain. Selain itu, konsep dari manajemen komunikasi juga memberi saran kepada kita bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik bukan hanya sebagai hal yang sudah melekat dalam diri kitasaja, melainkan sebagai suatu hal yang dapat kita pelajari dan kita kembangkan. Sebagai contohnya, kita dapat meningkatkan kemampuan kita dalam berkomunikasi agar dapat menjadi seorang komunikator yang memiliki kredibilitas. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam dengan judul **“Manajemen Komunikasi Pt. Pelni Sarana Bandar Nasional Makassar Dalam Memberikan Pelayanan Jasa Logistik Kepada Pelanggan”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka diper oleh rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana proses manajemen komunikasi dalam memberikan pelayanan jasa logistisc di PT. PELNI SBN MAKASSAR?
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai pelayanan jasa logistisc di PT. PELNI SBN MAKASSAR?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti ini adalah :

1. Untuk mengetahui proses manajemen komunikasi dalam memberikan pelayanan jasa di PT. PELNI SBN MAKASSAR.

2. Untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai pelayanan jasa di PT. PELNI SBN MAKASSAR?

Pengertian Manajemen Komunikasi

Manajemen Komunikasi adalah bagaimana cara orang mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam konteks komunikasi. Misalnya dalam situasi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Sebagai contohnya, kita dapat meningkatkan kemampuan kita dalam berkomunikasi agar dapat menjadi seorang komunikator yang memiliki kredibilitas.

Manajemen Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu perencanaan yang sistematis, penerapan, pemantauan, serta revisi dari seluruh saluran komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi dan juga antar komunikasi yang mencakup organisasi serta penyebaran instruksi pada komunikasi baru yang tersambung dengan jaringan, organisasi atau suatu teknologi komunikasi.

Tujuan Manajemen Komunikasi

Tujuan manajemen komunikasi adalah untuk bisa berinteraksi dengan baik, sehingga setiap orang mampu memahami dan mengerti bagaimana cara berkomunikasi dengan baik. Beberapa tujuan lain dari manajemen komunikasi adalah untuk mengembangkan bentuk interaksi yang profesional. Selain itu, tujuan manajemen komunikasi diantaranya yaitu :

1. Mengembangkan interaksi yang profesional
2. Membentuk keinginan yang baik (*goodwill*).
3. Saling menghargai (*mutual appreciation*).
4. Rasa toleransi (*tolerance*).
5. Saling bekerja sama (*mutual understanding*).
6. Memperoleh opini yang menguntungkan, baik dalam hubungan internal maupun eksternal.

Manajemen komunikasi adalah suatu proses timbal balik dalam menginformasikan suatu hal pada orang lain. Bentuk pengelolaan komunikasi ini adalah kunci utama keberhasilan dalam setiap jenis hubungan, baik itu hubungan persahabatan atau kerja sama. Tanpa adanya komunikasi yang baik, maka segala sesuatunya pasti akan menjadi lebih rumit, terlebih lagi dalam mencapai kesuksesan suatu bisnis.

Pelayanan Jasa

Pelayanan jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dipindah kepemilikannya.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan secara bersamaan serta memberikan nilai tambah misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan. Pada hakikatnya bersifat tidak teraba, untuk memenuhi kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain

Pelanggan

Pelanggan adalah seseorang, kelompok tertentu, instansi, lembaga atau organisasi yang membeli, menerima, mengkonsumsi, atau menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan. Tujuan utama dari perusahaan komersial adalah untuk menarik pelanggan dan mendorongnya untuk kembali membeli produk atau menggunakan jasa yang sama hingga akhirnya menjadi pelanggan setia.

Jika pelanggan merasa puas dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan, pelaku usaha atau perusahaan juga akan mendapatkan keuntungan tersendiri. Tetapi, untuk mewujudkan hal tersebut, mengetahui dan memahami jenis dan karakteristik pelanggan menjadi kunci keberhasilan.

Ketika melayani pelanggan/*customer*, tentu seorang pemberi layanan akan menemui berbagai sifat dan karakter pelanggan. Secara umum, setiap pelanggan tentu mempunyai karakter yang berbeda-beda karena mereka berasal dari lingkungan yang berbeda pula.

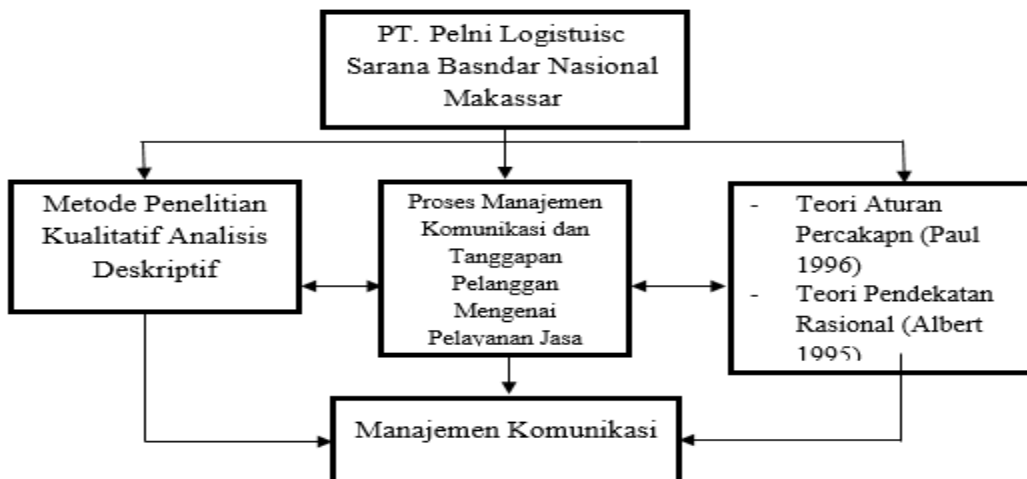
Pelanggan yang cenderung mencari diskon, cara untuk menanggapi pelanggan jenis ini adalah dengan memberi penjelasan mengenai tenggang waktu diskon dan produk atau jasa yang sedang diskon, dengan begitu pelanggan hemat akan segera menentukan pilihan untuk membeli produk atau menggunakan jasa.

Selain karakteristik pelanggan, hal yang tidak kalah penting untuk bisa memahami perilaku pelanggan adalah mengetahui kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Mereka tentu dengan senang hati menerima informasi yang dapat menjadi solusi permasalahan yang ada. Mulai dari cara menerapkan gaya hidup lebih sehat, cara mendapatkan penghasilan tambahan, dan lain sebagainya. Saat mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka, kamu bias mulai mencari produk yang sesuai untuk menyelesaikan masalah mereka

Penelitian Terdahulu

Nama	Judul&Tahun	Persamaan	Perbedaan
Renaldi Anugera Pratama, Sumadi Dilla, Hasriani Amin	Model Manajemen Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Public Relation Hotel Athaya Kendari Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (2018).	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Tujuan penelitiannya berfokus untuk mengetahui model manajemen komunikasi sedangkan peneliti adalah proses manajemen komunikasi.
Aniek Indrawati	Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan Terhadap Kepuasan Konsumen (2018).	Sama-sama ingin mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan.	Peneliti menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti yang sekarang menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Alur Pikir



Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi.

Semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Pengambilan data atau sampel dilakukan analisis mendalam terhadap subjek penelitian

sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai pemahaman yang akan diteliti oleh peneliti.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. PELNI SBN MAKASSAAR, Waktu penelitian selama 2 bulan mulai Februari sampai Maret 2022

Hasil dan Pembahasan

1. Proses Manajemen Komunikasi PT. Pelni Sarana Bandar Nasional Dalam Memberikan Pelayanan Jasa Logistics Kepada Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan di PT. PELNI LOGISTISC yang diberikan kepada pelanggan sudah cukup maksimal yang didukung dengan 4 teknik dari manajemen komunikasi yang diterapkan di PT. PELNI LOGISTISC, yaitu perencanaan yang matang, pengorganisasian yang rapi dan baik, pelaksanaan yang sesuai dengan rencana yang telah dibuat dan yang terakhir pengendalian atau evaluasi kinerja dari staff yang bertanggung jawab, yang dapat membantu demi terwujudnya pelayanan yang prima yang sesuai dengan SOP perusahaan yang telah ditetapkan. Karena manajemen komunikasi itu sendiri adalah untuk bisa berinteraksi dengan baik atau mempengaruhi orang lain dalam konteks hubungan kerja sama, sehingga setiap orang mampu memahami dan mengerti bagaimana cara berkomunikasi dengan baik. Dengan mengelola proses komunikasi dan lebih mengembangkan bentuk interaksi kepada pelanggan secara profesional dalam mencapai keberhasilan hubungan kerja sama, menjadi komunikator yang memiliki kredibilitas yang tinggi dan tentunya sebagai pemberi layanan informasi apa yang disampaikan juga lebih terarah sesuai dengan kebutuhannya.

Teori Perencanaan atau *theory of planning* diartikan sebagai ide atau gagasan yang menjelaskan tentang upaya untuk mencapai satu atau beberapa tujuan yang telah ditetapkan melalui sebuah prosedur yang terangkai secara sistematis sehingga dapat menjalankan tahapan selanjutnya yang harus dilalui hingga tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun teori lain yaitu teori komunikasi Lasswell yang sejalan dengan teori utama, Teori Lasswell mendefinisikan komunikasi sebagai “*who, says what, in which channel, to whom, with what effect*” yang artinya siapa mengatakan apa melalui apa saluran apa kepada siapa dengan efek apa. Dari formulasi ini terdapat 5 komponen yang dapat digunakan untuk analisis proses komunikasi yaitu, *who* (siapa) sebagai komunikator yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi, *says what* (pesan) apa yang akan disampaikan kepada komunikan atau isi informasi, *in which* (saluran) saluran/media untuk menyampaikan pesan, *to whom* (penerima) seseorang yang akan menerima pesan bisa berupa suatu kelompok atau individu, yang terakhir *with what effect* (efek) efek yang akan terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap atau bertambahnya pengetahuan.

2. Tanggapan Pelanggan Mengenai Pelayanan Jasa Logistisc PT. PELNI Sarana Bandar Nasional Makassar

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, respon/tanggapan dari pelanggan PT. PELNI LOGISTISC cukup positif, menurut tanggapan mereka pelayanannya cukup maksimal membuat rasa nyaman dan senang dan tentunya pelanggan merasa puas sesuai dengan ekspektasi mereka. Dari tanggapan pelanggan yang menyatakan pelayanan yang baik bisa berdampak baik pula untuk citra perusahaan dan lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

Teori Pendekatan Rasional sebenarnya hampir sama dengan teori aturan percakapan yaitu percakapan yang koheren atau logis dan mudah dimengerti yang merupakan tindakan praktis untuk mencapai suatu tujuan bersama. Contohnya dengan tanggapan pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan, jika proses komunikasi yang berlangsung secara baik dan jelas maka pelanggan dapat dengan mudah mengerti dan menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhannya sehingga terciptanya kepuasan dan kenyamanan yang dirasakan pelanggan.

Teori utama pada pembahasan kedua ini berhubungan juga dengan teori lain yaitu teori Birokrasi Max Weber. Teori Birokrasi digunakan untuk komunikasi organisasi yang mengungkapkan bahwa model birokrasi sering dipakai untuk mencapai komunikasi organisasi yang efektif. Terdapat ada 5 karakteristik terkait birokrasi organisasi yang bisa dihubungkan dengan pembahasan hasil penelitian antara lain, terdapat aturan dan prosedur sesuai standar artinya pelayanan yang staff berikan kepada pelanggan sesuai dengan SOP perusahaan yang sudah terstruktur, mampu meminimalisir pekerjaan yang sulit artinya staff mampu menangani segala bentuk keluhan dari pelanggan dengan bijak, memiliki kemampuan yang multi tasking contohnya staff yang mampu memahami wawasan di bidangnya sendiri, uraian tugas yang terstruktur dan teratur contohnya prosedur sebelum memsani space booking dan barang/kendaraan diproses dilalui secara teratur sesuai yang berlaku di perusahaan urdan yang terakhir rasionalitas untuk mencapai keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sehingga menimbulkan rasa kepuasan dan kenyamanan.

Kesimpulan

1. Proses manajemen komunikasi yang berlangsung di PT. Pelni Sarana Bandar Nasional Makassar dengan 4 tahapan yaitu perencanaan yang memastikan visi misi perusahaan terlaksanakan dengan tujuan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, kedua pengorganisasian dengan menempatkan sumber daya manusia sesuai dengan keahliannya masing-masing, pelaksanaan yaitu memastikan staff melaksanakan dari rencana yang sudah disusun baik, terakhir pengendalian melakukan evaluasi terhadap apa yang telah dikerjakan atau melakukan perbaikan. demi memberikan pelayannya yang baik.
2. Pelayanan yang ditanggapi dengan respon positif, karena memberi kenyamanan, kepuasan dan rasa senang kepada pelanggan/customer, sehingga dapat membangun citra yang baik di mata pelanggan/customer dan PT. PELNI LOGISTISC bisa semakin dikenal oleh masyarakat luas ditengah persaingan perusahaan jasa yang ada

Referensi Penelitian

- Cangara, 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Depok :Rajawali Pers
- Djuarsa. S. 2018. *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Firmansyah Anang & Mahardika Budi. April 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Karyaningaih Dewi Ponco. 2018. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Samudra Biru.
- Sadikin Ali, Misra Isra & Hudin Sholeh Muhammad. 2020. *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*. Penerbit K-Media Yogyakarta.
- S. Kathleen Anraham. 2018 *Communication Everyday Use*. An Fransisco : Rinehart Press.
- Johan &Albi, 2018 *Metodelogi PenelitianKualitatif*. Sukabumi : CV Jejak,2018
- M. Teresa Stuart 2018 *The Communication Process*. Institute of Development Communication, University of The Philippines
- Morissa. 2018. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. University Sains Malaysia (USM)
- Rinawati. 2019. *PengantarTeori Manajemen Komunikasi dan Organisasi* .
- Sarmanu. 2020. *Dasar Meteologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Statistika*. Airlangga Universitas pers : Jawa Timur