

Raniah Salsabilla Caesiria. Program Studi Ilmu Komunikasi. Manajemen Komunikasi CV. Komarbiza dalam Mengembalikan Kepercayaan Pelanggan Pasca Covid-19

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sistem manajemen komunikasi serta kepercayaan pelanggan yang didapat oleh CV. Komarbiza pasca pandemi Covid-19. Penelitian dilakukan kepada beberapa informan yang terlibat dalam proses pengembalian kepercayaan pelanggan, seperti para karyawan tetap dan juga beberapa pelanggan loyal perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berfokus untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui Manajemen Komunikasi telah dilakukan CV. Komarbiza dalam mengembalikan kepercayaan para pelanggan.

Data yang diperoleh peneliti diolah dengan menggunakan metode analisis data kualitatif menurut Creswell (2015) yang terdiri dari beberapa tahapan antara lain menyiapkan dan mengorganisasikan data, membaca data secara menyeluruh, mengkode data, mendeskripsikan data, menghubungkan data yang berhubungan, dan penginterpretasian data. Objek penelitian ini adalah Manajemen Komunikasi CV. Komarbiza dalam proses pengembalian kepercayaan pelanggan dan wujud kepercayaan pelanggan yang berhasil didapatkan kembali oleh CV. Komarbiza.

Hasil dari penelitian ini adalah, CV. Komarbiza telah menerapkan beberapa prinsip manajemen krisis meliputi transparansi dan keterbukaan, kecepatan dan responsivitas, konsistensi dan koordinasi, serta pengelolaan isu-isu negatif. Para pelanggan CV. Komarbiza telah terbukti memiliki kepercayaan yang tinggi berdasarkan 3 indikator kepercayaan pelanggan menurut Kotler dan Keller.

Hasil penelitian yang telah dijabarkan di atas membuahkan kesimpulan bahwa teknik manajemen komunikasi yang diterapkan oleh CV. Komarbiza efektif untuk mengembalikan kepercayaan pelanggan pasca krisis perusahaan. Hal ini dibuktikan oleh terpenuhinya 3 indikator kepercayaan pelanggan yaitu *Ability*, *Willingness to depend*, dan *Honesty*. Kepercayaan pelanggan yang berhasil didapatkan oleh CV. Komarbiza paling sering disebabkan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan kemampuan terbaik dalam melayani pelanggan, dan juga kejujurannya terhadap pelanggan.

Kata Kunci: Manajemen, Komunikasi, Kepercayaan Pelanggan

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of finding out the communication management system and customer trust obtained by CV. Komarbiza after the Covid-19 pandemic. The research was conducted on several informants involved in the process of restoring customer trust, such as permanent employees and also some loyal customers of the company.

This research is a qualitative research that focuses on understanding the phenomenon of what is experienced by the research subject such as behavior, perception, motivation, action and others holistically and by way of description in the form of words and language, in a special context that is natural by utilizing various natural methods. Through this study, the researcher wants to find out that Communication Management has been carried out by CV. Komarbiza in restoring the trust of customers.

The data obtained by the researcher was processed using a qualitative data analysis method according to Creswell (2015) which consisted of several stages, including preparing and organizing the data, reading the data thoroughly, coding the data, describing the data, connecting related data, and interpreting the data. The object of this research is CV. Komarbiza's Communication Management is in the process of restoring customer trust and a form of customer trust that has been successfully regained by CV. Komarbiza.

The results of this study are, CV. Komarbiza has implemented several crisis management principles including transparency and openness, speed and responsiveness, consistency and coordination, and the management of negative issues. The customers of CV. Komarbiza has been shown to have high trust based on 3 indicators of customer trust according to Kotler and Keller.

The results of the research that have been described above have led to the conclusion that the communication management techniques applied by

CV. Komarbiza are effective in restoring customer trust after the company's crisis. This is evidenced by the fulfillment of 3 indicators of customer trust, namely Ability, Willingness to depend, and Honesty. The trust of customers that CV. Komarbiza has managed to gain is most often due to the company's ability to provide the best ability to serve customers, and also its honesty with customers.

Keywords: Management, Communication, Customer Trust