

STRATEGI KOMUNIKASI BAGI CUSTOMER SERVICE DI PENIDAGO TRAVEL AGENT

I G. B. Wahyu Nugraha Putra (1), Ni Komang Anik Supadmi (2)

^{1,2}Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar

^{1,2} Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: wahyunugraha@unmas.ac.id¹, manganik345@gmail.com²

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi bagi para *customer service* untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Kegiatan ini dilaksanakan di Penidago Travel Agent yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata di Bali. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan adanya permasalahan berupa sering terjadinya miskomunikasi antara customer service dan pelanggan sehingga mengakibatkan munculnya berbagai komplain. Oleh karena itu, melalui kegiatan ini dapat memberikan solusi melalui strategi optimalisasi komunikasi bagi *customer service*. Program kerja yang disusun meliputi observasi awal dan *briefing* bersama *customer service* di Penidago Travel Agent, penyusunan panduan standar dalam berkomunikasi (SOP) customer service, serta evaluasi efektivitas komunikasi dalam pelayanan pelanggan. Metode yang digunakan adalah observasi, perancangan program kerja, dan evaluasi hasil kegiatan. Dari kegiatan ini, hasil berupa adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan customer service dalam berkomunikasi yang efektif kepada pelanggan sehingga mampu meminimalisir *complain* serta tersedianya media pendukung yang membantu meminimalisir kesalahan penyampaian informasi kepada pelanggan.

Kata Kunci: *komunikasi, customer service, complain*

PENDAHULUAN

Pendahuluan harus berisi (secara berurutan) latar belakang umum, kajian literatur terdahulu (*state of the art*) sebagai dasar pernyataan kebaruan ilmiah dari artikel, pernyataan kebaruan ilmiah, dan permasalahan wilayah pengabdian. Di bagian akhir pendahuluan harus dituliskan tujuan kajian artikel tersebut.

Dalam industri jasa, khususnya biro perjalanan (*travel agent*), peran komunikasi menjadi aspek yang sangat krusial. Komunikasi yang efektif berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan konsumen dalam menyampaikan informasi, memahami kebutuhan, serta membangun kepercayaan jangka panjang. Menurut Robbins (2003), komunikasi yang efektif adalah proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima sehingga pesan dipahami sesuai dengan maksud aslinya. Jika proses komunikasi tidak berjalan sebagaimana mestinya, maka akan timbul kesalahpahaman (miskomunikasi) yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan bahkan menimbulkan keluhan (komplain) atas layanan yang diterima. Hal ini

menegaskan bahwa keberhasilan layanan sangat bergantung pada sejauh mana pesan dapat diterima dan dipahami secara tepat oleh konsumen. Dengan kata lain, komunikasi bukan sekadar pertukaran kata, melainkan juga sarana untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Penidago Travel Agent merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa perjalanan wisata yang aktif menawarkan berbagai paket tour, baik untuk destinasi domestik maupun internasional. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi awal bersama staf customer service, ditemukan adanya kendala komunikasi dalam proses pelayanan, baik ketika melayani pelanggan secara langsung (offline) maupun melalui media digital (online). Sejumlah pelanggan mengeluhkan kurang jelasnya informasi mengenai harga, fasilitas, jadwal keberangkatan, hingga kebijakan pembatalan perjalanan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa informasi yang disampaikan kepada pelanggan sering kali tidak seragam, sehingga menimbulkan kebingungan di pihak konsumen. Akibatnya, pelanggan merasa ragu terhadap kredibilitas layanan yang diberikan. Apabila hal ini tidak segera ditangani, risiko kehilangan kepercayaan pelanggan dapat semakin meningkat.

Permasalahan komunikasi tersebut menunjukkan bahwa belum semua staf memiliki standar pelayanan yang sama, serta ketiadaan SOP (Standard Operating Procedure) yang mengatur pola komunikasi dengan pelanggan. Ketidakteraturan penyampaian informasi antarstaf berpotensi menimbulkan perbedaan jawaban kepada pelanggan, sehingga berisiko menimbulkan ketidakpuasan. Dalam dunia pelayanan jasa, konsistensi informasi sangat penting untuk menjaga citra profesional perusahaan. Tanpa adanya standar komunikasi yang jelas, setiap staf cenderung menyampaikan informasi berdasarkan pemahaman pribadi. Hal ini berpotensi besar menciptakan kebingungan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada reputasi perusahaan. Oleh sebab itu, penerapan SOP menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan semua staf memberikan informasi yang sama, akurat, dan konsisten.

Kotler dan Keller (2012) menekankan bahwa kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, melainkan juga dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara karyawan dengan pelanggan. Apabila komunikasi dalam interaksi tersebut tidak berjalan optimal, maka akan menimbulkan persepsi negatif terhadap perusahaan, menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan, serta merusak citra penyedia jasa di mata publik. Dalam industri perjalanan, persepsi pelanggan memiliki dampak jangka panjang karena pengalaman negatif dapat dengan mudah tersebar melalui media sosial maupun rekomendasi dari mulut ke mulut.

Jika hal ini terjadi berulang kali, maka reputasi perusahaan akan semakin sulit dipulihkan. Oleh karena itu, setiap interaksi dengan pelanggan harus dilakukan secara profesional, konsisten, dan penuh tanggung jawab.

Permasalahan ini semakin penting untuk diperhatikan mengingat dalam industri jasa seperti travel agent, produk utama yang ditawarkan bukan hanya paket perjalanan, melainkan juga pengalaman dan kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, kualitas komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kualitas layanan itu sendiri. Dalam beberapa kasus di Penidago Travel Agent, miskomunikasi telah membuat pelanggan merasa dirugikan, sehingga memicu terjadinya komplain yang sebenarnya dapat dicegah apabila informasi disampaikan dengan jelas, konsisten, dan profesional. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi yang tidak efektif berpotensi menimbulkan kerugian ganda, baik bagi pelanggan maupun perusahaan. Maka, menjaga kualitas komunikasi berarti juga menjaga keberlangsungan bisnis secara keseluruhan. Dengan kata lain, komunikasi yang optimal menjadi fondasi utama dalam menciptakan pelayanan yang bernilai bagi konsumen.

Berdasarkan hasil analisis, terlihat bahwa Penidago Travel Agent perlu melakukan upaya serius dalam mengoptimalkan komunikasi customer service. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penyusunan SOP yang baku, peningkatan keterampilan komunikasi staf, serta penyediaan alat bantu informasi seperti formulir pemesanan dan brosur layanan. Dengan adanya pedoman dan fasilitas pendukung, customer service akan lebih mudah dalam menyampaikan informasi yang akurat dan seragam kepada pelanggan. Langkah ini tidak hanya dapat mengurangi jumlah komplain, tetapi juga mampu meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen. Lebih jauh, strategi ini akan mendukung Penidago Travel Agent dalam bersaing secara sehat dengan kompetitor lain di industri pariwisata. Pada akhirnya, komunikasi yang efektif akan menjadi investasi jangka panjang bagi keberlanjutan perusahaan.

METODE

Bagian metode berisikan minimal tahapan kajian yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan, jenis pengabdian, pemerolehan data, serta analisis data yang digunakan. Paragraf harus teratur. Semua paragraf harus ditulis menggunakan *alignment justified*, yaitu sama-sama rata kiri dan dan rata kanan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah observasi dan wawancara. Bbservasi awal untuk memahami bagaimana pola komunikasi *customer service* dengan pelanggan serta mengidentifikasi bentuk-bentuk miskomunikasi yang sering muncul. Observasi ini berguna untuk mengetahui titik lemah dalam penyampaian informasi agar dapat diperbaiki. Selanjutnya, melaksanakan wawancara untuk pengumpulan data dari pihak manajemen maupun staf *customer service* mengenai kendala komunikasi yang sering dihadapi serta jenis komplain pelanggan yang paling banyak diterima. Langkah ini dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai masalah utama yang ada. Setelah data terkumpul, selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan jawaban atau solusi yang diberikan secara kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa pada Penidago Travel Agent masih sering terjadi miskomunikasi antara *customer service* dan pelanggan. Miskomunikasi ini biasanya muncul pada saat penyampaian informasi mengenai harga paket wisata, jadwal keberangkatan, fasilitas yang tersedia, serta prosedur pemesanan. Kurangnya sarana konfirmasi tertulis serta keterampilan komunikasi yang profesional menjadi penyebab utama dari munculnya permasalahan tersebut. Apabila tidak segera diatasi, hal ini dapat menghambat peningkatan penjualan paket wisata dan memengaruhi kepuasan wisatawan.

Melalui Kegiatan PkM ini, telah dilakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan *customer service* dengan beberapa strategi antara lain:

1. Menyusun SOP komunikasi pelayanan yang berisi panduan tetap tentang cara menyapa, memberikan penjelasan terkait paket wisata, menyampaikan harga dengan jelas, serta menutup percakapan secara profesional. SOP ini bertujuan agar pelayanan lebih konsisten.
2. Membuat skrip komunikasi serta daftar pertanyaan umum (FAQ) sebagai pedoman dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan. Dengan adanya pedoman ini, setiap staf dapat memberikan jawaban yang seragam dan mengurangi risiko kesalahpahaman.
3. Menyusun formulir pemesanan baik dalam bentuk manual maupun digital untuk mencatat detail transaksi pelanggan secara lengkap. Hal ini bertujuan agar informasi terkait pemesanan tidak ada yang terlewat dan dapat dijadikan bukti administrasi yang jelas.

4. Melakukan konfirmasi tertulis melalui *WhatsApp* maupun email setelah proses pemesanan selesai. Konfirmasi ini berfungsi untuk memberikan ringkasan informasi kepada pelanggan sebagai bukti transaksi sekaligus mencegah terjadinya kesalahpahaman di kemudian hari.
5. Memberikan pendampingan mengenai komunikasi efektif dan sopan santun dalam melayani pelanggan, sehingga staf mampu menjawab pertanyaan maupun keluhan dengan lebih ramah, jelas, dan profesional. Kedua,
6. Membuat media pendukung berupa brosur berbahasa Inggris yang dapat digunakan sebagai sarana promosi sehingga memperoleh informasi yang lengkap, jelas, dan terpercaya.
7. Membekali staf dengan keterampilan dasar pencatatan komplain pelanggan untuk dianalisis lebih lanjut sehingga perusahaan dapat melakukan evaluasi secara berkelanjutan.
8. Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dengan menyebarkan kuesioner singkat serta mengadakan diskusi bersama manajemen. Evaluasi ini dimaksudkan untuk menilai efektivitas SOP dan strategi komunikasi yang diterapkan, serta menjadi bahan perbaikan layanan di masa mendatang.

Ketercapaian dari program kerja ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga menjadi langkah nyata untuk meminimalisir kesalahpahaman daalan berkomunikasi dengan pelanggan. Dengan adanya perbaikan sistem pelayanan, diharapkan pelanggan akan merasa lebih puas, nyaman, serta percaya terhadap Penidago Travel Agent, sehingga berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan paket wisata. Adapun faktor-faktor yang mendukung keberhasilan Kegiatan PKM (pengabdian kepada masyarakat) yaitu sebagai berikut:

1. Dukungan penuh dari pimpinan perusahaan Penidago Travel Agent
2. Antusiasme yang tinggi dari seluruh staf utamanya customer service di Penidago Travel Agent yang ikut berpartisipasi dalam mendukung kegiatan ini.

Selain adanya faktor pendukung, Kegiatan ini juga menghadapi beberapa hambatan seperti adalah perbedaan kemampuan dalam berkomunikasi dalam tim, sehingga penerapan strategi komunikasi yang seragam membutuhkan waktu untuk beradaptasi yang lebih lama. Selain itu, keterbatasan waktu kerja tim yang terbagi dalam sistem *shift* membuat tidak semua

anggota dapat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara penuh. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga konsistensi pelaksanaan program yang telah direncanakan.

Partisipasi dan antusiasme dari staf yang tinggi dalam kegiatan ini tercermin melalui keterlibatan mereka dalam mengikuti arahan, menyampaikan masukan konstruktif, serta berusaha menerapkan strategi komunikasi yang lebih efektif kepada pelanggan. Staf menunjukkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap tugasnya dengan berusaha memahami pola komunikasi yang tepat, baik secara lisan maupun tertulis agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Hal ini sejalan dengan pendapat Mathis (2008) yang menyatakan bahwa keterlibatan karyawan merupakan tindakan positif yang ditandai dengan semangat, dedikasi, dan pemenuhan pekerjaan, serta didukung oleh pandangan Noe (2011) bahwa partisipasi karyawan mencerminkan tingkat kepedulian terhadap pekerjaan yang dilakukan. Melalui tingkat partisipasi yang baik, staf *customer service* Penidago Travel Agent tidak hanya mampu meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan, tetapi juga dapat menekan potensi terjadinya komplain, sehingga kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dapat semakin terjaga.

SIMPULAN

Setelah dilaksanakan kegiatan PkM ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan mutu pelayanan perusahaan. Program ini membantu para staf *customer service* dalam mengembangkan keterampilan komunikasi, baik lisan maupun tertulis, sehingga pelayanan menjadi lebih jelas, ramah, dan solutif bagi pelanggan. Perbaikan tersebut berpengaruh langsung terhadap menurunnya miskomunikasi yang sebelumnya sering memicu keluhan, sehingga jumlah komplain dapat ditekan secara signifikan. Staf *customer service* juga menunjukkan perkembangan positif dalam kemampuan mendengarkan, menyampaikan informasi secara akurat, serta memberikan respon yang cepat terhadap pertanyaan maupun permasalahan pelanggan. Dampak positif tidak hanya dirasakan oleh pelanggan melalui meningkatnya kenyamanan dan kepuasan layanan, tetapi juga memberikan manfaat bagi perusahaan dengan terbentuknya citra profesional serta bertambahnya kepercayaan terhadap Penidago Travel Agent. Meskipun terdapat kendala seperti perbedaan kemampuan komunikasi antar staf dan keterbatasan waktu operasional yang membuat pelaksanaan program belum sepenuhnya maksimal, hambatan tersebut dapat diatasi berkat dukungan penuh pimpinan serta komitmen para staf *customer service* untuk terus

memperbaiki diri. Secara keseluruhan, kegiatan ini dapat dikatakan berhasil karena tidak hanya mengurangi jumlah komplain, tetapi juga membangun budaya komunikasi yang lebih efektif, konsisten, dan berkelanjutan dalam mendukung kemajuan Penidago Travel Agent.

DAFTAR RUJUKAN

- Chatib, M. (2011). *Gurunya Manusia*. Bandung: Kaifa.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., & Konopaske, R. (2007). *Organizations: Behavior, Structure, Processes* (13th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2008). *Human Resource Management* (12th ed.). Mason, OH: Thomson South-Western.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2011). *Fundamentals of Human Resource Management* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Robbins, S. P. (2003). *Organizational Behavior* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia. (1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi ke-3). Jakarta: Balai Pustaka.