

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan:

Komunikasi persuasif yang digunakan oleh PT. Liquid dalam menangani komplain dari mitra bisnis yaitu dengan menggunakan teknik asosiasi yang dilakukan oleh PT. Liquid dengan cara mengadakan event dengan *guest star* yang cukup terkenal. Dengan PT. Liquid mendatangkan talent tersebut maka dapat menarik antusiasme konsumen untuk datang berkunjung sehingga produk perusahaan “G” dapat terjual lebih banyak termasuk sisa produk dari event sebelumnya.

Teknik Integrasi yang diterapkan PT. Liquid adalah dengan melakukan tindakan yang seolah-olah mereka adalah ‘kawan yang senasib’. Jadi pada tahap ini PT. Liquid berusaha untuk mempersuasi perusahaan “G” dengan menumbuhkan perasaan senasib dan sepenanggungan.

Dalam penggunaan teknik ganjaran PT. Liquid untuk menangani komplain adalah dengan memberikan ganjaran atau *reward* untuk perusahaan “G”. Reward yang diberikan oleh PT. Liquid biasanya berupa penambahan kuota *compliment ticket* event yang diberikan kepada karyawan perusahaan “G”. Sedangkan untuk penerapan teknik tataan PT. Liquid akan memberikan

penjelasan dengan menceritakan bagaimana perjalanan bisnis yang sudah mereka lalui bersama selama kedua belah pihak menjalin kerjasama. Dengan adanya jalinan komunikasi yang sedikit melebih-lebihkan seperti ini maka akan menimbulkan *emosional feeling* terhadap lawan bicara, yang kemudian dapat meminimalisir adanya *complain*.

Proses komunikasi persiasif Perusahaan “G” berdasarkan teori kemungkinan elaborasi termasuk dalam *peripheral route*. Perusahaan “G” cenderung melihat *speaker credibility* marketing PT. Liquid. Perusahaan “G” menganalisa kemampuan marketing PT. Liquid dalam menangani komplain, dan merasa puas dengan solusi dari PT. Liquid sehingga akan menciptakan *weak attitude change*, yang mana ini bersifat *temporary*. Hal ini terbukti dari sikap Perusahaan “G” yang mengeluhkan permasalahan yang sama pada PT. Liquid namun selalu menerima solusi yang sama yang diberikan oleh PT. Liquid.

Secara keseluruhan, marketing PT. Liquid dapat meyakinkan pihak Perusahaan “G” dengan baik. Hal tersebut didukung oleh kemampuan PT. Liquid dalam mengelola komplain dengan cekatan. Perusahaan “G” selalu mempercayai alasan dan solusi yang dipihak PT. Liquid dalam menangani komplain sehingga kerjasama yang terjalin hingga kini berjalan dengan lancar.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat dari proses penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT. Liquid selalu berusaha untuk meminimalisir datangnya komplain dari mitra bisnis dengan cara melakukan perjanjian dengan baik, walaupun Perusahaan “G” cenderung selalu menerima solusi dari PT. Liquid tanpa pemikiran panjang.
2. Disarankan agar dalam penelitian selanjutnya yang akan menambah teori mengenai *strong complain*, *neutral complain* dan *weak complain* untuk mengetahui bagaimana penanganan PT. Liquid dalam menghadapi masing-masing model komplain tersebut.