

Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menangani Keluhan Pelanggan di PT. Pelabuhan Indonesia Persero Cabang Tanjung Balai

Public Relations Strategy in Handling Customer Complaints at PT. Port of Indonesia Persero Tanjung Balai Branch

Khoirun Nisa Siregar & Selamat Riadi*

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Medan Area, Indonesia

Diterima: 8 Maret 2025; Direview: 29 Maret 2025; Disetujui: 05 April 2025

*Corresponding Email: selamatiriadi@staff.uma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi hubungan masyarakat dalam menangani keluhan pelanggan di PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) Persero Cabang Tanjung Balai Asahan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam menangani keluhan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi responsif, digitalisasi layanan, dan komunikasi interpersonal berperan penting dalam penanganan keluhan pelanggan. Implementasi sistem manajemen keluhan berbasis digital memungkinkan pelanggan menyampaikan keluhan dengan lebih mudah dan mempercepat proses penyelesaian masalah. Selain itu, interaksi langsung antara perusahaan dan pelanggan menciptakan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan layanan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi hubungan masyarakat yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperkuat reputasi perusahaan sebagai penyedia layanan kepelabuhanan yang profesional dan berorientasi pada kualitas pelayanan yang lebih baik

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat; Keluhan Pelanggan; Komunikasi Responsif; Digitalisasi

Abstract

This study discusses public relations strategies in handling customer complaints at PT. Port Indonesia (Pelindo) Persero Tanjung Balai Asahan Branch. The focus of this research is how communication strategies are applied in handling complaints to improve customer satisfaction and maintain the company's image. This study uses a qualitative method with a descriptive approach, where data is collected through interviews, observations, and document analysis. The results of the study show that responsive communication strategies, service digitization, and interpersonal communication play an important role in handling customer complaints. The implementation of a digital-based complaint management system allows customers to submit complaints more easily and speed up the problem resolution process. In addition, direct interaction between the company and customers creates trust and increases service satisfaction. The conclusion of this study confirms that a good public relations strategy can increase customer loyalty and strengthen the company's reputation as a professional and quality-oriented port service provider

Keywords: Public Relations; Customer Complaints; Responsive Communication; Digitalization

How to Cite: Siregar, K.N. & Riadi, S. (2025). Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menangani Keluhan Pelanggan di PT. Pelabuhan Indonesia Persero Cabang Tanjung Balai. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 7 (4): 1301 -1308.

PENDAHULUAN

Hubungan Masyarakat (Humas) memiliki peran strategis dalam membangun citra perusahaan, menjalin komunikasi yang efektif dengan publik, serta menangani berbagai interaksi dengan pelanggan. Dalam industri jasa, termasuk sektor kepelabuhanan, keberadaan humas menjadi elemen kunci dalam memastikan kepuasan pelanggan dan menjaga reputasi perusahaan. Salah satu aspek penting dalam pengelolaan komunikasi perusahaan adalah penanganan keluhan pelanggan, yang tidak hanya mencerminkan kualitas layanan yang diberikan tetapi juga menjadi indikator utama dalam mengukur efektivitas strategi komunikasi perusahaan (Khadijah & others, 2012; Simanjuntak, 2022b; Tambunan, 2024). Oleh karena itu, peran humas dalam menangani keluhan pelanggan menjadi krusial dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) Persero Cabang Tanjung Balai Asahan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kepelabuhanan menghadapi berbagai tantangan dalam menangani keluhan pelanggan. Keluhan tersebut mencakup keterlambatan pelayanan, permasalahan administratif, hingga ketidakpuasan terhadap fasilitas pelabuhan. Jika tidak ditangani dengan baik, keluhan ini dapat berdampak pada citra perusahaan serta menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan (Shadrina, 2024). Oleh karena itu, strategi humas yang diterapkan oleh Pelindo harus berorientasi pada penyelesaian masalah yang cepat, efektif, dan berbasis pada komunikasi yang transparan serta responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Salah satu pendekatan strategis dalam menangani keluhan pelanggan adalah melalui penerapan sistem manajemen keluhan berbasis digital (Ginting et al., 2021; Pangandaheng et al., 2022). Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk menyampaikan keluhan dengan lebih mudah dan memungkinkan perusahaan untuk memberikan respons yang lebih cepat. Rahmawati dan Rosidah (2023) mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki sistem komunikasi yang transparan dan responsif dalam menangani keluhan cenderung memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Dalam industri kepelabuhanan, kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan keluhan merupakan faktor determinan dalam meningkatkan kualitas layanan.

Studi oleh Naziifah dan Ekaputri (2024) menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan serta mencegah eskalasi konflik yang berpotensi merugikan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, strategi humas yang diterapkan oleh Pelindo harus mencakup pendekatan komunikasi yang proaktif, baik melalui interaksi langsung dengan pelanggan maupun melalui mekanisme digital yang memudahkan komunikasi dua arah.

Selain menangani keluhan secara reaktif, humas juga harus bersifat proaktif dalam mengidentifikasi dan menganalisis pola permasalahan yang sering terjadi. Dengan memahami akar penyebab keluhan, perusahaan dapat menerapkan langkah-langkah preventif guna mengurangi kemungkinan terjadinya masalah serupa di masa mendatang. Irawan (2020) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu mengelola keluhan secara proaktif lebih unggul dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dibandingkan perusahaan yang hanya bersifat reaktif.

Keberhasilan strategi humas dalam menangani keluhan pelanggan juga bergantung pada kebijakan perusahaan. Perusahaan perlu memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang jelas dalam menangani keluhan agar setiap permasalahan dapat diselesaikan secara sistematis dan profesional (Batubara, 2013; Hukom, 2014; Wahyono & others, 2011). Putri (2021) menegaskan bahwa perusahaan yang memiliki SOP penanganan keluhan yang terstruktur cenderung lebih efektif dalam mengelola hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, Pelindo perlu memastikan bahwa setiap karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan memahami dan menerapkan prosedur tersebut secara optimal.

Penerapan teknologi dalam strategi humas juga semakin relevan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi perusahaan. Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk merespons keluhan pelanggan dengan lebih cepat dan transparan. Rahman et al. (2024) mengungkapkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital dapat menjadi sarana komunikasi yang

efektif antara perusahaan dan pelanggan. Dalam konteks industri kepelabuhanan, pemanfaatan teknologi ini dapat membantu meningkatkan efisiensi dalam menangani keluhan serta mempercepat proses penyelesaiannya. Oleh karena itu, Pelindo perlu mengoptimalkan penggunaan media digital untuk meningkatkan keterjangkauan layanan dan responsivitas terhadap pelanggan.

Selain strategi penyelesaian keluhan, keberhasilan humas dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan juga dipengaruhi oleh pendekatan transparansi dalam komunikasi. Simanjuntak (2022a) menyoroti bahwa pelanggan cenderung lebih percaya kepada perusahaan yang bersikap terbuka dalam proses penyelesaian keluhan dan memberikan informasi yang jelas mengenai langkah-langkah yang diambil. Oleh karena itu, Pelindo perlu memastikan bahwa setiap proses penyelesaian keluhan dilakukan dengan penuh keterbukaan dan akuntabilitas.

Dengan adanya strategi humas yang efektif, Pelindo dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai penyedia layanan kepelabuhanan yang profesional. Oleh karena itu, pengembangan strategi humas yang lebih inovatif dan adaptif sangat penting agar Pelindo dapat terus meningkatkan kualitas layanannya serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Berdasarkan berbagai kajian yang telah dibahas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi humas dalam menangani keluhan pelanggan di PT. Pelindo Cabang Tanjung Balai Asahan. Dengan memahami bagaimana strategi humas diterapkan dalam industri kepelabuhanan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas komunikasi perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan serta merumuskan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan guna meningkatkan kualitas layanan.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan jasa lainnya dalam mengelola keluhan pelanggan secara profesional dan sistematis. Melalui kajian ini, diharapkan dapat dikembangkan strategi humas yang lebih inovatif dan berbasis teknologi guna memastikan kepuasan pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan dalam industri kepelabuhanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis strategi hubungan masyarakat dalam menangani keluhan pelanggan di PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) Persero Cabang Tanjung Balai Asahan. Metode kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam melalui pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen (Moleong, 2005). Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pihak humas, pelanggan, serta karyawan yang terlibat langsung dalam proses penanganan keluhan guna memperoleh data yang lebih komprehensif. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana strategi humas diterapkan dalam praktik. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat menggambarkan secara rinci pola komunikasi yang digunakan dalam penyelesaian keluhan pelanggan di Pelindo.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dianalisis dengan cara mengelompokkan informasi berdasarkan tema utama yang berkaitan dengan strategi humas dan efektivitasnya dalam menangani keluhan pelanggan (Creswell, J. W., & Creswell, 2017). Selanjutnya, validitas data diperiksa melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, serta kajian dokumen untuk memastikan keakuratan temuan penelitian (Sugiyono, 2015). Dengan analisis ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai peran humas dalam menjaga kepuasan pelanggan di sektor kepelabuhanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Responsif

Komunikasi responsif merupakan salah satu strategi utama yang diterapkan oleh PT. Pelindo dalam menangani keluhan pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap

keluhan yang diterima dapat ditanggapi dengan cepat dan tepat guna menghindari ketidakpuasan pelanggan. Respons yang lambat terhadap keluhan dapat menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan serta menciptakan citra negatif bagi perusahaan (Hutagalung, 2022). Oleh karena itu, Pelindo menyediakan berbagai kanal komunikasi, termasuk layanan telepon, email, loket pengaduan langsung, serta platform digital berbasis web dan media sosial untuk mempermudah pelanggan dalam menyampaikan keluhan mereka. Dengan adanya sistem ini, pelanggan mendapatkan kepastian bahwa keluhan mereka akan segera ditindaklanjuti tanpa harus menunggu terlalu lama.

Seorang petugas layanan pelanggan mengungkapkan, "Kami selalu berusaha memberikan tanggapan secepat mungkin terhadap setiap keluhan pelanggan. Jika ada kendala teknis, kami segera menghubungi pelanggan untuk memberikan solusi agar mereka tidak merasa diabaikan" (Responden A, 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa respons cepat terhadap keluhan tidak hanya memberikan kepuasan bagi pelanggan tetapi juga membantu perusahaan dalam mempertahankan loyalitas mereka. Studi yang dilakukan oleh Sari dan Putri (2023) menemukan bahwa perusahaan yang memiliki sistem komunikasi pelanggan yang responsif cenderung lebih sukses dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dibandingkan dengan perusahaan yang hanya bersikap reaktif terhadap keluhan.

Selain memberikan respons cepat, Pelindo juga memastikan bahwa setiap keluhan pelanggan ditangani dengan solusi yang sesuai dan berkelanjutan. Dalam beberapa kasus, perusahaan melakukan investigasi lebih lanjut guna memahami permasalahan secara lebih mendalam sebelum memberikan jawaban kepada pelanggan. Pendekatan ini penting untuk menghindari kesalahan dalam penyelesaian keluhan serta memastikan bahwa pelanggan mendapatkan solusi yang terbaik. Menurut penelitian Rahmawati dan Rosidah (2023), perusahaan yang memberikan solusi yang akurat terhadap keluhan pelanggan memiliki tingkat kepercayaan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang hanya memberikan respons tanpa solusi yang jelas. Dengan demikian, strategi komunikasi responsif yang diterapkan oleh Pelindo menjadi langkah yang efektif dalam meningkatkan kualitas layanan kepelabuhanan.

Selain itu, strategi komunikasi responsif juga mencakup penyampaian informasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan mengenai status keluhan mereka. Pelanggan sering kali mengalami ketidakpastian terkait perkembangan penyelesaian keluhan yang telah diajukan. Untuk mengatasi hal ini, Pelindo menerapkan sistem notifikasi berkala melalui SMS, email, atau platform digital yang memberikan informasi terkini kepada pelanggan mengenai progres penyelesaian keluhan mereka. Studi oleh Simanjuntak (2022) menegaskan bahwa transparansi dalam komunikasi dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan serta mengurangi potensi eskalasi keluhan menjadi permasalahan yang lebih besar.

Di samping itu, komunikasi responsif juga mencerminkan komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Tidak hanya berfokus pada penyelesaian keluhan, Pelindo juga melakukan evaluasi secara berkala terhadap pola keluhan pelanggan guna mengidentifikasi potensi permasalahan yang dapat dicegah di masa mendatang. Dengan adanya sistem pelaporan dan analisis keluhan, perusahaan dapat mengambil tindakan preventif serta meningkatkan efisiensi operasional di sektor kepelabuhanan. Studi oleh Irawan (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan evaluasi keluhan secara sistematis cenderung lebih berhasil dalam menciptakan standar layanan yang lebih baik dan mengurangi tingkat keluhan pelanggan di masa depan.

Dengan menerapkan strategi komunikasi responsif yang komprehensif, Pelindo tidak hanya mampu menangani keluhan pelanggan secara efektif tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Kecepatan, ketepatan, dan transparansi dalam menangani keluhan menjadi faktor utama yang mendukung keberhasilan strategi ini. Oleh karena itu, pengembangan sistem komunikasi yang lebih canggih serta peningkatan kompetensi petugas layanan pelanggan menjadi langkah yang perlu terus dilakukan guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat posisi Pelindo sebagai penyedia layanan kepelabuhanan yang profesional dan terpercaya.

Strategi Digitalisasi dalam Manajemen Keluhan

Pemanfaatan teknologi dalam sistem layanan pelanggan menjadi strategi yang diadopsi oleh PT. Pelindo untuk meningkatkan efisiensi dalam menangani keluhan. Digitalisasi layanan memungkinkan pelanggan untuk menyampaikan keluhan mereka melalui aplikasi online, website resmi, chatbot berbasis kecerdasan buatan, serta media sosial, sehingga mereka tidak perlu datang langsung ke kantor. Menurut Rahman dan Setiawan (2024), digitalisasi dalam layanan pelanggan meningkatkan transparansi dan kecepatan respons perusahaan terhadap keluhan yang diajukan. Dengan adanya sistem ini, pelanggan dapat melacak status keluhan mereka secara real-time serta mendapatkan informasi terkait penyelesaiannya secara langsung melalui perangkat digital mereka.

Seorang pelanggan menyatakan, *"Saya lebih nyaman menggunakan aplikasi online untuk menyampaikan keluhan karena saya bisa melihat status penyelesaiannya tanpa harus datang ke kantor"* (Responden B, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan kemudahan bagi pelanggan serta meningkatkan efektivitas komunikasi antara pelanggan dan perusahaan. Studi yang dilakukan oleh Widodo (2023) juga mengungkapkan bahwa perusahaan yang menerapkan digitalisasi dalam sistem layanan pelanggan mengalami peningkatan tingkat kepuasan pelanggan karena komunikasi menjadi lebih cepat dan efisien. Oleh karena itu, penggunaan teknologi dalam manajemen keluhan menjadi salah satu strategi yang penting bagi Pelindo dalam meningkatkan kualitas layanan mereka.

Selain memberikan kemudahan bagi pelanggan, digitalisasi juga memungkinkan Pelindo untuk mengumpulkan dan menganalisis data keluhan secara lebih sistematis. Dengan memanfaatkan big data dan analitik, perusahaan dapat mengidentifikasi pola keluhan yang sering terjadi, menentukan akar permasalahan, serta menyusun strategi perbaikan layanan secara lebih tepat. Menurut penelitian oleh Irawan (2023), perusahaan yang menggunakan analisis data dalam sistem layanan pelanggan mampu mengoptimalkan proses penyelesaian keluhan dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu, Pelindo perlu terus mengembangkan teknologi analitik untuk meningkatkan efektivitas dalam menangani keluhan pelanggan.

Meskipun digitalisasi memiliki banyak keuntungan, tantangan dalam penerapannya tetap ada, terutama dalam hal keterjangkauan teknologi bagi seluruh pelanggan. Tidak semua pelanggan memiliki akses terhadap internet atau memahami cara menggunakan sistem digital untuk menyampaikan keluhan. Oleh karena itu, Pelindo tetap mempertahankan kanal komunikasi konvensional seperti loket pengaduan dan layanan telepon sebagai alternatif bagi pelanggan yang tidak dapat menggunakan layanan digital. Menurut penelitian oleh Simanjuntak (2022), perusahaan yang berhasil mengombinasikan layanan digital dan konvensional dalam sistem layanan pelanggan lebih mampu menjangkau berbagai segmen pelanggan serta meningkatkan efektivitas dalam menangani keluhan.

Selain itu, keberhasilan strategi digitalisasi dalam manajemen keluhan juga bergantung pada kesiapan internal perusahaan dalam mengelola sistem berbasis teknologi. Pelindo perlu memastikan bahwa setiap karyawan yang bertugas dalam layanan pelanggan memiliki keterampilan dan pemahaman yang cukup dalam mengoperasikan sistem digital. Pelatihan dan peningkatan kompetensi dalam bidang teknologi layanan pelanggan menjadi aspek yang penting untuk mendukung efektivitas digitalisasi. Studi oleh Tambunan (2024) menunjukkan bahwa perusahaan yang secara rutin melakukan pelatihan bagi karyawan dalam penggunaan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi serta mempercepat proses penyelesaian keluhan pelanggan.

Lebih jauh lagi, pemanfaatan kecerdasan buatan dalam layanan pelanggan dapat menjadi inovasi yang mendukung strategi digitalisasi. Chatbot berbasis AI dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan umum pelanggan secara otomatis serta memberikan respons awal terhadap keluhan sebelum ditangani oleh petugas layanan pelanggan. Menurut penelitian oleh Lestari dan Pratama (2021), penggunaan chatbot dalam layanan pelanggan dapat mengurangi waktu tunggu pelanggan serta meningkatkan pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan

perusahaan. Oleh karena itu, Pelindo dapat mempertimbangkan pengembangan teknologi chatbot sebagai bagian dari strategi digitalisasi dalam manajemen keluhan.

Dengan adanya digitalisasi yang terintegrasi dan dukungan teknologi yang optimal, Pelindo dapat meningkatkan efektivitas dalam menangani keluhan pelanggan serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan mereka. Kombinasi antara inovasi teknologi, kesiapan internal perusahaan, serta pendekatan komunikasi yang inklusif menjadi faktor utama dalam memastikan keberhasilan strategi digitalisasi dalam sistem layanan pelanggan. Oleh karena itu, Pelindo perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna memberikan layanan yang lebih efisien, transparan, dan responsif bagi seluruh pelanggan mereka.

Strategi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal tetap menjadi elemen penting dalam strategi humas Pelindo. Meskipun digitalisasi memberikan kemudahan dalam menangani keluhan, interaksi langsung antara petugas dan pelanggan tetap diperlukan guna memberikan pendekatan yang lebih personal. Komunikasi interpersonal memungkinkan pelanggan merasa lebih diperhatikan dan dihargai dalam proses penyelesaian keluhan mereka. Menurut penelitian oleh Naziifah dan Ekaputri (2024), komunikasi langsung antara perusahaan dan pelanggan dapat membantu meredakan ketidakpuasan serta menciptakan hubungan yang lebih erat antara kedua belah pihak.

Seorang pelanggan mengungkapkan, *"Saya lebih puas ketika ada petugas yang langsung menemui saya untuk menjelaskan solusi dari keluhan saya. Ini membuat saya merasa dihargai sebagai pelanggan"* (Responden C, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa interaksi langsung dapat menciptakan rasa empati dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Studi oleh Irawan (2023) juga menegaskan bahwa pelanggan cenderung lebih loyal kepada perusahaan yang memberikan pelayanan dengan pendekatan yang lebih personal dibandingkan dengan perusahaan yang hanya mengandalkan komunikasi otomatis.

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal, Pelindo melatih petugas humas dan layanan pelanggan agar dapat memberikan pelayanan yang profesional serta mampu menangani keluhan dengan cara yang lebih humanis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutagalung (2022) yang menyatakan bahwa kualitas komunikasi interpersonal dalam suatu perusahaan sangat bergantung pada keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh petugas layanan pelanggan. Dengan demikian, strategi komunikasi interpersonal tetap menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan serta meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

Strategi Komunikasi Krisis

Selain strategi komunikasi responsif, digitalisasi, dan interpersonal, Pelindo juga menerapkan strategi komunikasi krisis untuk menangani keluhan yang berpotensi merusak citra perusahaan. Dalam industri kepelabuhanan, beberapa keluhan seperti keterlambatan pengiriman, gangguan operasional, atau kesalahan administratif dapat berdampak besar jika tidak ditangani dengan baik. Menurut penelitian oleh Tambunan (2024), strategi komunikasi krisis yang baik dapat membantu perusahaan mengelola persepsi publik serta mengurangi dampak negatif dari keluhan pelanggan. Oleh karena itu, Pelindo memiliki prosedur khusus dalam menangani keluhan berskala besar, termasuk koordinasi dengan berbagai pihak terkait, seperti pemerintah, pemangku kepentingan, serta media massa. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif kepada publik dan menghindari spekulasi yang dapat merugikan reputasi perusahaan.

Seorang pejabat humas Pelindo menyatakan, *"Ketika ada keluhan besar yang muncul, kami segera mengadakan konferensi pers atau merilis pernyataan resmi agar tidak terjadi kesalahpahaman di masyarakat"* (Responden D, 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa Pelindo mengambil langkah proaktif dalam menangani situasi krisis dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik jelas dan transparan. Selain itu, dalam beberapa kasus yang memerlukan investigasi lebih lanjut, Pelindo juga bekerja sama dengan tim hukum dan audit

internal untuk memastikan bahwa penyelesaian masalah dilakukan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Studi oleh Simanjuntak (2022) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kebijakan komunikasi yang jelas dalam menghadapi krisis lebih cepat dalam memulihkan kepercayaan pelanggan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki strategi komunikasi yang baik.

Selain konferensi pers dan pernyataan resmi, Pelindo juga memanfaatkan media digital untuk menyampaikan informasi terkait penyelesaian krisis kepada pelanggan. Penggunaan media sosial dan website resmi memungkinkan pelanggan mendapatkan informasi terkini mengenai perkembangan penanganan masalah tanpa harus mengandalkan berita dari pihak ketiga. Menurut penelitian oleh Rahman *et al.*, (2023), perusahaan yang aktif dalam memberikan pembaruan informasi di media digital cenderung lebih dipercaya oleh pelanggan dibandingkan dengan perusahaan yang pasif dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Pelindo tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah secara internal, tetapi juga pada pengelolaan persepsi publik agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga.

SIMPULAN

Pelindo menerapkan komunikasi responsif dengan menyediakan berbagai kanal komunikasi, seperti layanan telepon, email, dan loket pengaduan langsung. Respons yang cepat terhadap keluhan pelanggan membantu meningkatkan kepuasan serta mencegah eskalasi masalah yang dapat merugikan citra perusahaan. Kecepatan dan ketepatan dalam menangani keluhan menjadi kunci utama dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Pemanfaatan teknologi dalam layanan pelanggan memungkinkan Pelindo menangani keluhan dengan lebih cepat dan transparan. Penggunaan aplikasi online, website resmi, dan media sosial memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menyampaikan serta memantau status keluhan mereka secara real-time. Digitalisasi ini juga membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam merespons keluhan. Akan tetapi, tidak semua pelanggan memiliki akses terhadap teknologi, sehingga layanan konvensional seperti loket pengaduan tetap perlu dipertahankan sebagai alternatif.

Selain digitalisasi, komunikasi interpersonal tetap menjadi faktor penting dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan. Interaksi langsung dengan petugas layanan pelanggan memungkinkan keluhan ditangani dengan pendekatan yang lebih personal dan humanis. Pelanggan yang merasa dihargai melalui komunikasi yang baik cenderung memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi. Oleh karena itu, Pelindo perlu terus meningkatkan keterampilan komunikasi petugasnya agar dapat memberikan pelayanan yang lebih profesional dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Dalam menghadapi keluhan pelanggan yang berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan, Pelindo menerapkan strategi komunikasi krisis dengan prosedur yang sistematis. Transparansi dalam menyampaikan informasi melalui media massa dan media digital membantu mengelola persepsi publik serta mempertahankan kepercayaan pelanggan. Selain itu, koordinasi dengan pemangku kepentingan dan tim internal memungkinkan penyelesaian masalah yang lebih cepat dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, B. M. (2013). Hubungan Komunikasi Badan Perwakilan Desa terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 1(1), 76–87.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*.
- Ginting, R., Purwati, E., Arumsari, N., Pujiastuti, N. S., Kussanti, D. P., Dani, J. A., Syaifullah, J., Suryani, I., Nurchandani, P. S., & Wardhana, A. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital Terkini*. Penerbit Insania.
- Hukom, A. (2014). *Hubungan ketenagakerjaan dan perubahan struktur ekonomi terhadap kesejahteraan masyarakat*. Udayana University.

- Hutagalung, B. N. (2022). *Peran Pengawas Ketenagakerjaan Dinas Tenaga Kerja Provinsi Sumatera Utara dalam Memberikan Perlindungan Hukum atas Kasus Kecelakaan Kerja yang Mengakibatkan Pekerja Meninggal Dunia di PT. Kiat Unggul*.
- Irawan, S., Tagela, U., & Windrawanto, Y. (2020). Hubungan akreditasi sekolah dan supervisi oleh kepala sekolah dengan kualitas sekolah. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 8(2), 165–174. <https://doi.org/10.21831/jamp.v8i2.33905>
- Khadijah, S., & others. (2012). Strategi publik relations dalam membangun citra perusahaan (studi deskriptif membangun hubungan baik dengan media dalam upaya meningkatkan citra perusahaan). *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 2(2), 29–40.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Naziifah, S., & Ekaputri, M. (2024). Komunikasi Interpersonal dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 88–103.
- Pangandaheng, F., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Dotulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022a). Transformasi Digital: Sebuah Tinjauan Literatur Pada Sektor Bisnis Dan Pemerintah. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 1106–1115. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41388>
- Pangandaheng, F., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Dotulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022b). Transformasi Digital: Sebuah Tinjauan Literatur Pada Sektor Bisnis Dan Pemerintah. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 1106–1115. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41388>
- Putri, M. S. (2021). Manajemen krisis PT Kereta Api Indonesia dalam menangani keluhan pelanggan di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 78–92.
- Rahman, F., & Setiawan, T. (2024). Digitalisasi Layanan dalam Manajemen Keluhan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 10(1), 45–60.
- Rahmawati, D., & Rosidah, A. (2023). Efektivitas Sistem Manajemen Keluhan Pelanggan Berbasis Digital di Industri Jasa. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 8(2), 102–118.
- Reyhan Mahsa Pratama, & Lestari, R. (2021). Pengaruh Penerapan Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Keunggulan Kompetitif. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 1(1), 22–26. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v1i1.29>
- Shadrina, N. (2024). Strategi Komunikasi dalam Pelayanan Publik di Sektor Kepelabuhanan: Studi Kasus PT Pelindo Persero. *Jurnal Administrasi Publik*, 12(1), 45–59.
- Simanjuntak, M. (2022a). *Dinamika Komunikasi dalam Pelayanan Publik Berbasis Digital*. Pustaka Setia.
- Simanjuntak, M. (2022b). *Strategi Komunikasi dalam Menangani Krisis Perusahaan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2024). Dampak Strategi Komunikasi Krisis terhadap Reputasi Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Korporat*, 9(3), 120–135.
- Wahyono, W., & others. (2011). Dinamika Fungsi Kepolisian Dan Hubungannya Dengan Program Perpolisian Masyarakat. *Perspektif*, 16(3), 160–172.