
STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE* JNE TANGERANG DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN (Studi Kasus Kehilangan Barang Periode Desember 2019)

Isniyunisyafna Diah Delima¹,
M.Si, Nurul Aini Hafsa²

Universitas Islam Syekh Yusuf
Tangerang
Email: isni@unis.ac.id

Abstrak

PT Jala Niaga Elok (JNE) Tangerang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ekspedisi pengiriman barang, perusahaan yang sering berhubungan langsung dengan pelanggan tentunya perlu adanya perhatian khusus dibagian pelayanan melalui *customer service* untuk menampung keluhan dan permasalahan pada pelanggan. Untuk itu dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan sesuai agar dapat terjalannya komunikasi yang efektif. Dalam menganalisis masalah peneliti menggunakan teori dan landasan konseptual tentang tahapan-tahapan strategi komunikasi untuk mengetahui lebih mendalam penerapan strategi komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan di *customer service* JNE Tangerang. Teori yang digunakan yaitu model komunikasi Laswell yaitu *who* (siapa), *say what* (mengatakan apa), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (dengan akibat apa?) Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi *customer service* JNE Tangerang dalam menangani keluhan pelanggan yaitu menyusun perumusan strategi dari pemilihan komunikator, implementasi strategi yang dilakukan setiap divisi serta pemilihan penggunaan media dan saluran komunikasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh *customer service* JNE Tangerang dalam menangani

keluhan pelanggan yaitu menyusun pesan atau informasi sesuai kebutuhan yang mengutamakan skill komunikasi dari pengetahuan, kemampuan dan sikap. Memilih media dan saluran komunikasi yang tepat dan sesuai untuk komunikasi lebih efektif dan efisien. Serta mengacu pada *SOP (Standar Operating Procedure)* yang telah dibuat oleh perusahaan.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Customer Service, Keluhan Pelanggan*

A. PENDAHULUAN

Dengan era modern seperti saat ini membuat masyarakat ingin hidup dalam keadaan nyaman, cepat dan praktis. Saat ini masyarakat sangat bergantung dengan dunia digital yang semakin berkembang sehingga membuat masyarakat lebih banyak memilih belanja *online* dengan itu maka perusahaan ekspedisi jasa pengiriman banyak dicari oleh para penggunanya. Semakin meningkatnya jumlah orang di Indonesia yang memilih berbelanja secara *online* membuat perusahaan penyedia jasa logistik merasakan dampaknya, karena banyaknya permintaan kiriman barang.

Persaingan dalam berbagai bidang jasa pengiriman kini semakin ketat. Produk yang semakin mirip, persaingan harga, pelanggan yang semakin pintar dalam memilih, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta harapan pelanggan yang semakin tinggi yang merupakan gambaran saat ini. (Cleary, 2019)

PT Jala Niaga Elok (JNE) sedang menjadi primadona bagi masyarakat Indonesia hal tersebut tidak terlepas dari komitmen dan kerja keras yang dilakukan oleh perusahaan dalam peningkatan kepuasan pengguna jasanya. PT JNE mempunyai misi untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten. Namun pada kenyataannya masih banyak permasalahan yang timbul seperti keluhan pelanggan rata-rata yang sering diajukan mengenai keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, kehilangan barang, kurir yang kurang ramah, pelayanan yang tidak memuaskan. (Sumber www.jne.co.id)

Selain itu permasalahan juga terjadi pada pelanggan yang memperlakukan lambatnya penerimaan telepon oleh *customer service* yang mengakibatkan adanya antrian telepon yang terjadi di *customer service* JNE dan juga bahasa yang digunakan oleh *customer service* terkadang ada yang tidak dipahami oleh pelanggan seperti dengan permasalahan kode area, nomer laporan dan nama lain dari kasus permasalahan pelanggan yang membuat pelanggan sulit memahami dari makna tersebut maka dari itu diperlukan adanya saling pemahaman antara *customer service* dengan pelanggan sehingga akan menciptakan komunikasi yang efektif.

Keluhan pelanggan faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi pengiriman, setiap pelanggan mengharapkan kepuasan terhadap produk yang dipilihnya. Keluhan tersebut harus diberikan solusi atau pemecah masalah yang disampaikan oleh seorang *customer service*.

Peneliti mengamati terjadinya permasalahan terhadap pelanggan merupakan proses komunikasi yang membutuhkan strategi upaya untuk menciptakan kegiatan komunikasi yang tepat supaya terhindar dari upaya yang tidak tepat sasaran atau tidak sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Startegi merupakan alat yang berfungsi untuk menciptakan keunggulan bersaing, dan strategi juga dapat dipandang sebagai suatu alat yang dapat menentukan langkah perusahaan dalam jangka pendek atau jangka panjang.

Mengatasi hal tersebut, JNE Tangerang terus mengupayakan peningkatan kemampuan komunikasi *customer service* terhadap pelanggan. Dengan kemampuan menyampaikan informasi yang baik, kemampuan menganalisa keluhan pelanggan, *problem solving* yang tepat, diharapkan dapat tersampaikan dengan baik sehingga menghasilkan kesepahaman. Seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif dan efektif. (Susanti, 2015)

Dengan adanya permasalahan yang terjadi mengenai keterlambatan pengiriman, kerusakan, kehilangan dan kesalahan alamat penanganan keluhan pelanggan harus secara sistematis agar dapat sesuai dengan sop yang dibuat oleh perusahaan demi kelancaran proses penanganan keluhan pelanggan. Setiap perusahaan yang berwenang dalam menangani keluhan pelanggan diharapkan mampu bertanggung jawab untuk mengklarifikasi permasalahan yang terjadi di setiap pelanggan.

PT Jala Niaga Elok (JNE) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ekspedisi pengiriman, perusahaan ini tentu akan lebih sering mendapat respon-respon atau keluhan dari pelanggan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui lebih mendalam mengenai bagaimana pelaksanaan startegi komunikasi *customer service* JNE cabang Tangerang dalam menangani keluhan pelanggan.

B. METODOLOGI

Paradigma menurut Bodgan dan Biklen adalah kumpulan longgar dai sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian. (Moleong L. J., 2018, p. 49)

Dalam penelitian yang berjudul “*Strategi Komunikasi Customer Service JNE Tangerang Dalam Menangani Keluhan Pelanggan*” peneliti akan membahas dengan menggunakan paradigma konstruktivis dengan mempelajari beragam realita dan fenomena yang terjadi pada *customer service* JNE Tangerang terkait dengan kehilangan barang, keterlambatan pengiriman sehingga menimbulkan keluhan pelanggan kemudian berusaha untuk memahami dan mengkonstruksi suatu masalah yang terjadi sehingga menjadi pemahaman pada subjek yang akan diteliti.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono Metode penelitian kualitatif muncul karena terjadi perubahan paradigma dalam memandang suatu realitas atau fenomena atau gejala. Dalam paradigma ini realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis dan penuh makna. (Sugiyono, 2018, p. 9)

Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh gambaran sedalam-dalamnya tentang fenomena yang terjadi dilapangan terkait dengan pelayanan yang dilakukan *customer service* JNE Tangerang kepada pelanggan mengenai keterlambatan pengiriman, kehilangan atau kerusakan barang sering kali terjadi dalam pengiriman barang, hal demikian terkadang merugikan pelanggan sehingga menimbulkan keluhan pelanggan.

Tradisi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Creswell (2012) Studi kasus adalah merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktifitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan. (Sugiyono, 2018, p. 6)

Peneliti menggunakan tradisi penelitian studi kasus karena studi kasus yang mengamati suatu fenomena yang terjadi pada situasi tertentu yang tengah terjadi, yang dimaksud situasi tertentu dalam penelitian ini adalah situasi pengiriman yang *overload* di hari-hari tertentu yang mengakibatkan pengiriman terhambat sehingga timbul adanya keluhan pelanggan yang terjadi di ekspedisi JNE.

C. HASIL PENELITIAN

Strategi Komunikasi Customer Service JNE Tangerang Dalam Menangani Keluhan Pelanggan

Anwar Arifin menyatakan bahwa sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi,

merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang terjadi dan yang mungkin akan terjadi di masa depan untuk mencapai efektifitas. (Isniyunisyafna, & Isfiantie S, 2020)

Sebagai perusahaan penyedia layanan jasa harus dituntut untuk memiliki *customer service* guna untuk kebutuhan pelanggan jika terdapat masalah dalam pelayanan yang diberikan. JNE termasuk perusahaan penyedia layanan ekspedisi yang baik dimata masyarakat.

Customer Service JNE Tangerang memiliki peranan yang sangat diperusahaan dalam mengembangkan layanan *call center*. Menurut (Yanti, 2013) *customer service* merupakan ujung tombak perusahaan dalam melayani pelanggan dalam menjual produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, *customer service* merupakan divisi terdepan bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Terdapat beberapa divisi *customer service* JNE Tangerang untuk menerepakan strategi komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan yaitu divisi *front line customer service* atau sebagai *contact center* yang menerima *inbound call* yang masuk kepada *call center* untuk dilakukannya pencatatan kedalam sistem. Treacer Backline melakukan tracking konfirmasi posisi barang selain itu *treacer backline* harus mengkonfirmasi kepada pengirim dan penerima sebagai pelanggan JNE,serta berkoordinasi dengan tim internal kita yaitu dari agen, *traffic* jne, dan jne tujuan. Sedangkan divisi *claim* tim yang bertanggung jawab untuk penyelesaian negosiasi klaim yang harus diproses oleh JNE atau yang biasa disebut tim asuransi. Berikut Beberapa strategi komunikasi yang digunakan oleh *customer service* JNE Tangerang dalam menangani keluhan pelanggan:

1. Strategi TRAMPIL yang mempunyai singkatan yang berarti T dengan tenangkan diri, R yang berarti redakan dengan maaf, A yang mempunyai arti ajukan pertanyaan dengan empati, M yang berarti memberikan alternative solusi, P yang bermakna pastikan dengan mengkonfirmasi, I yaitu ingat salam penutup, L yang memiliki arti lakukan evaluasi.
2. Rumus 4W+1H (*what, where, who, when dan how*) dengan menggunakan rumus ini *customer service* JNE Tangerang dapat mengetahui permasalahan pelanggan lebih mendalam. Tidak hanya itu penggunaan bahasa dan gaya komunikasi merupakan salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* JNE Tangerang
3. Pemilihan media komunikasi dalam melayani pelanggan. Media yang digunakan oleh *customer service* JNE Tangerang yaitu *call center* yang tersedia selama 24 jam, email, telegeram dan *walk in customer* secara langsung di Kantor Cabang Utama JNE Tangerang.
4. Terdapat penanganan khusus jika pelanggan mengeluhkan pemasalahannya mengenai kehilangan barang atau kerusakan barang adanya proses untuk pengajuan *claim* yang paling lambat selesai 14 hari kerja. Asuransi yang dilakukan oleh *customer service* JNE Tangerang jika terdapat barang hilang atau rusak dengan nilai diatas Rp. 500.000 dan tidak diasuransikan

maka barang tersebut akan diganti dengan 10 Kali biaya ongkos kirim dengan persetujuan hasil negosiasi. Namun jika barang diasuransikan oleh pelanggan maka asuransi tersebut diganti dengan full pembayaran sesuai dengan harga barang. Jika barang dengan nilai kecil maka kemungkinan akan diganti full atau dengan persetujuan negosiasi antara tim *claim* dengan pelanggan. Dengan adanya jaminan tersebut maka pelanggan akan merasa percaya terhadap ekspedisi JNE.

Hambatan Komunikasi *Customer Service* JNE Tangerang Dalam Menangani Keluhan Pelanggan

Perusahaan ekspedisi seperti JNE Tangerang tentu akan lebih sering menerima keluhan pelanggan yang sering ditangani oleh *customer service* JNE Tangerang mengenai permasalahan pengiriman paket, dari status kiriman, keterlambatan pengiriman, posisi kiriman atau *hard complaint* seperti kehilangan barang atau kerusakan barang.

Pada proses komunikasi tidak selalu berjalan dengan lancar dan baik-baik saja. Selalu terdapat gangguan-gangguan atau hambatan terhadap pesan komunikasi yang dilakukan. Dengan kata lain pesan yang kita sampaikan tidak selalu berbanding lurus dengan apa yang kita harapkan sebelumnya. Perbedaan penerimaan makna oleh komunikan juga menjadi salah satu hambatan komunikasi yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

1. Gangguan *semantic* (Bahasa)

Kesalahpahaman yang sering terjadi dalam menangani permasalahan pada pelanggan salah satunya adalah penggunaan bahasa yang digunakan oleh setiap *customer service*. Pemilihan kata dan bahasa yang tepat merupakan salah satu strategi komunikasi *customer service* agar pelanggan dapat mengerti makna pesan yang disampaikan. Hambatan dalam komunikasi di *customer service* dari segi komunikasinya yaitu bahasa jargon tidak boleh digunakan dalam komunikasi karena akan timbul persepsi lain dari pelanggan, maka dari itu skill komunikasi dari *customer service* harus terus dilatih. adanya hambatan lain yaitu *concentration distraction* atau gangguan yang disebabkan oleh kurangnya konsentrasi dan memikirkan hal lain ketika melakukan telepon kepada pelanggan. *Intonation and volume problem* intonasi yang digunakan oleh *customer service* salah atau membosankan, gaya bicara yang menunjukkan tidak antusias terhadap permasalahan pelanggan dan volume yang digunakan tidak tepat.

2. Hambatan Internal

Hambatan lainnya yang terjadi yaitu pada koordinasi di internal, terdapat kendala antara setiap divisi *customer service* ketika menerima laporan tidak menanyakan atau mengkonfirmasi kembali data-data yang lengkap dari pelanggan, kurangnya komunikasi antara setiap divisi sehingga terdapat kesulitan yang terjadi pada divisi lainnya untuk melakukan konfirmasi ulang

kepada pelanggan sehingga mengakibatkan lambatnya penanganan permasalahan pelanggan dan keluhan tidak tertangani dengan cepat.

3. Gangguan Teknis

Hambatan yang sering terjadi di setiap perusahaan yang memiliki *customer service* dikarenakan setiap *customer service* yang menggunakan media seperti JNE memiliki layanan *call center* yang dapat dihubungi 24 jam, bukan tidak mungkin akan terjadinya hambatan teknis, seperti internet atau jaringan yang lambat, lingkungan sekitar yang gaduh. Selain itu terdapat hambatan yaitu *external noise* atau masuknya komunikasi lain dan juga gangguan pada media yang digunakan selain itu *overload information* atau keadaan *customer service* yang sedang penuh dengan traffic telepon pelanggan yang membutuhkan informasi.

Diskusi (Discussion)

Strategi komunikasi yang digunakan oleh *customer service* JNE Tangerang berakitan dengan konsep perumusan strategi menurut Fred R. David (2011) yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi yang menjelaskan tahapan dalam menangani keluhan pelanggan :

1. Pada perumusan strategi yang dibuat oleh *customer service* JNE Tangerang sudah sesuai dengan teori menurut Harold Laswell yang menyatakan bahwa persoalan komunikasi menyangkut 5 (lima) pertanyaan dalam proses komunikasi “*who* (siapa), *say what* (mengatakan apa), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (dengan akibat apa?)

1) *Who* (Siapa)

Di dalam teori menurut Laswell yang pertama terdapat *who*(siapa) atau dengan kata lain yaitu komunikator yang berarti *customer service* dari JNE Tangerang yaitu seseorang yang menyampaikan informasi kepada pelanggan mengenai permasalahan pelanggan. Dalam point ini *customer service* juga menanyakan tentang siapa penerima dan pengirim dari barang tersebut, untuk melengkapi data-data atas kiriman pelanggan yang nantinya akan ditindaklanjuti oleh *treacer backline*

2) *Say What* (mengatakan apa)

Customer service mulai memberikan informasi dan menyampaikan kendala yang dihadapi oleh pelanggan mengenai kirimannya, pada poin ini *customer service* harus menggunakan *skill* komunikasi yang baik mulai dari pengetahuan, kemampuan dan sikap serta penggunaan bahasa yang dapat dipahami oleh pelanggan atau sesuai dengan *Standar operasional perusahaan* dalam *script* penanganan keluhan pelanggan. Sehingga pada tahap ini komunikasi yang

dilakukan antara *customer service* dan pelanggan dapat menciptakan komunikasi yang efektif..

3) *In Which Channel* (saluran komunikasi)

Di *customer service* JNE Tangerang memiliki layanan dan saluran komunikasi secara langsung (tatap muka) atau tidak langsung yaitu, layanan *walk in customer* di Kantor JNE Tangerang fasilitas fisik ini juga mudah dijangkau oleh pelanggan karena kantor JNE Tangerang terletak di tengah Kota Tangerang, penggunaan media di *customer service* yaitu *call center*, *email* dan telegram yang dapat dihubungi 24 jam untuk layanan keluhan pelanggan.

4) *To Whom* (Kepada Siapa)

Pelanggan yang merupakan komunikan atau penerima pesan atas informasi yang telah disampaikan oleh *customer service* mengenai kendala dari kirimannya. Pelanggan merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan jasa ekspedisi pengiriman seperti JNE Tangerang. Maka dari itu setiap permasalahan pelanggan harus ditangani dengan baik.

5) *Effect* (Efek)

Setelah melakukan komunikasi antara *customer service* dengan pelanggan terhadap kasus atau permasalahan yang dihadapi pelanggan, jika komunikasi yang dilakukan efektif, maka akan timbul efek bagi pelanggan atau *customer service*, bagi pelanggan efek yang didapat yaitu kepuasan terhadap pelayanan yang dilakukan dengan baik ketika menangani permasalahan pelanggan hingga selesai dan pihak *customer service* akan bertanggung jawab untuk menyelesaikan masalah tersebut. Sedangkan bagi *customer service* ketika pelanggan merasa puas terhadap pelayanan maka *customer service* akan mendapatkan *feedback* yang positif dari pelanggan yang nantinya pelanggan akan terus tetap menggunakan JNE karena merasa percaya dan aman, selain itu pelanggan tersebut secara tidak langsung akan mencertitakan pengalamannya kepada masyarakat lain dan itu merupakan juga sebagai salah satu strategi pemasaran JNE Tangerang dan citra perusahaan ekspedisi JNE akan terus positif dimata masyarakat khususnya di Tangerang.

2. Dalam hal mengimplemetasikan strategi terdapat tiga divisi yang memiliki tugas dan fungsi yang berbeda dalam menangani permasalahan keluhan pelanggan, berikut penjelasannya :

- 1) Divisi *front line* yaitu *customer service* yang menerima keluhan pertama dari pelanggan atau sebagai *call center*, *email* dan telegram, yang bertugas membuat laporan pertama serta kelengkapan data-data pelanggan, untuk nantinya ditindaklanjuti oleh divisi *treacer backline*.

- 2) Divisi *treacer backline* yaitu *customer service* yang menindaklanjuti atas laporan keluhan pelanggan mengenai kiriman paket, melacak paket, pengiriman terhambat dan lain sebagainya. Divisi ini bertugas melakukan *call back* kepada pelanggan yang sebelumnya menghubungi tim *front line* guna untuk mengkonfirmasi dan mengklarifikasi mengenai paket atau kiriman kepada pihak pelanggan.
 - 3) Divisi *claim* yaitu *customer service* yang bertugas menindaklanjuti permasalahan-permasalahan kiriman yang *casenya* besar seperti kerusakan atau kehilangan barang. Dalam kasus kehilangan atau kerusakan barang diperlukan adanya persyaratan yang harus dilengkapi oleh pelanggan
3. Evaluasi strategi yang dilakukan oleh *customer service* JNE Tangerang dengan hal yang berbeda dimana setiap satu bulan sekali dari semua divisi diseleksi untuk mendapatkan *reward customer service* terbaik, dengan cara yang berbeda inilah membuat para karyawan mengetahui apa kekurangan dan kesalahan yang masih sering dilakukan serta *reward* ini menjadi acuan bagi karyawan untuk terus melakukan yang terbaik kepada pelanggan dan juga menguntungkan bagi karyawan yang mendapatkan *reward* tersebut.

D. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dapat disimpulkan mengenai Strategi Komunikasi Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di *Customer Service* JNE Tangerang. Maka peneliti dapat memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian ini

- a) Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* JNE Tangerang dalam menangani menganalisis dan menyusun pesan dengan menggunakan rumus 4W+1H (*what, where, who, when, how*) ,selain itu skill komunikasi yang digunakan oleh *customer service* mulai dari pengetahuan, kemampuan dan sikap dari *customer service* itu sendiri. Dalam menangani keluhan pelanggan *customer service* JNE Tangerang juga menggunakan strategi yang telah dibuat oleh perusahaan yaitu TRAMPIL (tenangkan diri, redakan diri dengan maaf, ajukan pertanyaan dengan empati, memberikan alternative solusi, pastikan dengan mengkonfirmasi, ingat salam penutup, dan lakukan evaluasi. Selain itu penggunaan media komunikasi juga sangat penting dalam menangani keluhan pelanggan di *customer service* JNE Tangerang terdapat, telepon, email dan telegaram yang dapat dihubungi 24 Jam serta pelayanan secara langsung di kantor JNE Tangerang.
- b) Hambatan komunikasi yang terjadi di *customer service* JNE Tangerang diantaranya yaitu hambatan semantic dimana penggunaan bahasa yang digunakan kurang tepat sehingga pesan yang disampaikan kepada pelanggan tidak dipahami dan dimaknai dengan baik oleh pelanggan, selain itu terdapat hambatan yang terjadi pada internal *customer service* kurangnya koordinasi dan *misscommunication* antara divisi *front line*, *treacer backline* dan *claim* sehingga

menurunkan produktivitas kinerja dan efisiensi waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hambatan teknis juga terjadi pada *customer service* JNE Tangerang seperti jaringan telepon tidak stabil atau tiba-tiba terputus, internet yang lambat dan gangguan serta peningkatan *traffic* telepon dihari-hari besar seperti hari raya, hari belanja nasional atau promo besar-besaran yang ditawarkan oleh *platform e-commerce* yang menyebabkan antrian telepon dan pelanggan mengalami kesulitan untuk menghubungi *customer service*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cleary, M. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Isninyunisyafna, I., & Isfiantie S, D. S. (2020). Strategi Komunikasi Internal Dalam Menumbuhkan Loyalitas Karyawan Pt Prudential Life Assurance (Studi Deskriptif Pada Pru Eternity Kota Cilegon). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 40–52.
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, H. A. (2015). Strategi Komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). *Jurnal ASPIKOM*, 2(4), 243.
- Wibowo, I. S. (2011). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Yanti, D. N. P. (2013). Komunikasi Pelayanan Customer Service PT Indosat TBK. *Ilmu Komunikasi*, 1(2), 39–54.
- Web JNE Express www.jne.co.id