

## ABSTRAK

Dalam pertimbangan untuk melakukan pembelian atau konsumsi jasa, para konsumen cenderung mencari informasi berupa opini atau rekomendasi dari orang lain, melalui *word-of-mouth* (WOM). Peran informasi yang disampaikan melalui WOM sangat penting bagi perusahaan yang menawarkan jasa, karena jasa bersifat *intangible*. Meskipun sudah banyak organisasi yang tidak awam dengan peran WOM, tidak banyak yang melakukan pengelolaan WOM secara terencana. Untuk mengelola dan memanfaatkan WOM secara maksimal, maka harus diketahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi timbulnya informasi yang tersebar melalui WOM. Model *The Eight Pillars of WOM Management* cocok untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi praktek-praktek apa saja yang belum dimanfaatkan secara maksimal oleh sebuah organisasi dalam penyebarluasan dan pengendalian informasi melalui WOM.

Penelitian dilakukan di LBPP LIA Surabaya, yang bergerak dalam bisnis edukasi non-formal (kursus Bahasa Inggris). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana LBPP LIA mengelola dan memanfaatkan *WOM marketing*, dan untuk mengevaluasi pengelolaan WOM dalam organisasi LBPP LIA Surabaya dengan model *The Eight Pillars of WOM Management*. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan 10 orang karyawan yang banyak berperan dalam pengelolaan WOM di organisasi LBPP LIA Surabaya, beberapa pelanggan (siswa) LBPP LIA Surabaya, dan eks-siswa LBPP LIA Surabaya.

Dari penelitian ini, dapat diketahui bahwa WOM sangat besar perannya untuk organisasi LBPP LIA Surabaya, terutama untuk memperoleh pelanggan (siswa) baru. Secara umum, pengelolaan WOM di LBPP LIA Surabaya masih kurang optimal. Aspek-aspek yang termasuk dalam pilar *Customer WOM*, *Product or Service WOM / Brand WOM*, dan *Organisational WOM* sudah cukup baik; Yang termasuk dalam *Communications WOM* dan *Employee Network WOM* masih memerlukan perbaikan; Sedangkan yang termasuk dalam *Key-influencer Network WOM*, *Referral Network WOM*, dan *Supplier/Alliance Partner Network WOM* masih sedikit sekali pemanfaatannya. Saran-saran yang dapat digunakan untuk memperbaiki pengelolaan WOM yang berdasarkan pada pilar-pilar tersebut diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi manajemen LBPP LIA Surabaya.

### Kata Kunci:

*Word-of-mouth*; Evaluasi pengelolaan; *the Eight Pillars of WOM Management*.