

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar merupakan sarana bagi para konsumen untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Di Jakarta, keberadaan pasar saat ini sudah berkembang tidak hanya sebatas menyediakan aneka kebutuhan sehari-hari saja, melainkan juga munculnya tuntutan layanan akan kondisi pasar yang nyaman, bersih dan terjangkau. Seperti yang kita ketahui pasar merupakan tempat bertemunya manusia dengan manusia lain diberbagai lapisan masyarakat dan dikelola dengan sistem manajemen. Tentunya pasar memiliki peranan penting bagi kehidupan manusia. Di dalam pasar kita juga mengenal dengan istilah pedagang, pembeli, serta manajemen pengelolaan. Pada latar belakang ini penulis akan membahas salah satu pasar di kawasan Jakarta Barat yaitu Pasar Laris Palm Paradise, yang sudah beroperasi sejak 15 Juni 2012 didaerah Taman Surya 5, Kelurahan Pegadungan, Kecamatan Kalideres, Jakarta Barat, 11830.

Manajemen pengelolaan Pasar Laris Palm Paradise bertugas memberikan pelayanan jasa melalui seorang *customer service* sebagai penghubung antara pengelola dengan pelanggan atau konsumennya. Heskett, Sasser, dan Schlesinger (1997:19) menjelaskan bahwa nilai jasa (*service value*) adalah merupakan "*quality & productivity improvement yield higher service quality and lower cost*", yaitu perbaikan kualitas dan produktivitas jasa yang menghasilkan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah,

sehingga berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa produktivitas dan kualitas jasa yang merupakan salah satu unsur dari *integrated service management* adalah sama dengan nilai jasa (*service value*). Sehingga konsumen tidak membeli produk atau jasa, tetapi mereka membeli nilai jasa yang terdapat pada produk atau jasa tersebut dengan harapan dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

Kotler (2010:44) mengemukakan, bahwa kepuasan pelanggan "*The level of a person's felt state resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to the person's expectation*". Dari pernyataan tersebut di atas dapat dikemukakan, kepuasan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Apabila harapan lebih tinggi dari kenyataannya maka pelanggan tidak memperoleh apa yang dinamakan dengan kepuasan, apabila harapannya sama dengan kenyataan maka pelanggan memperoleh kepuasan lebih lagi. Semakin tinggi nilai jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Dengan demikian ada suatu keterkaitan antara nilai jasa dengan kepuasan pelanggan

Pasar Laris Palm Paradise ini memiliki berbagai konflik atau masalah yang dihadapi dalam pengelolaan setiap harinya. Pasar yang memiliki 568 (*lima ratus enam puluh delapan*) unit untuk dikelola, tentunya akan menimbulkan berbagai konflik yang membuat peran pihak manajemen pengelolaan dianggap penting; baik dalam hal pengelolaan (*maintenance*), layanan, dan juga berbagai perilaku manusia yang harus dihadapi. Setiap harinya manajemen pengelolaan harus siap menerima komplain atau masukan dari para pemilik ataupun penyewa

lapak, stand, kios ruko serta pengunjung yang datang ke Pasar Laris Palm Paradise. Dengan tujuan meningkatkan pelayanan pengelolaan menjadi lebih baik tentunya. Pengelolaan Pasar Laris Palm Paradise memiliki manajemen yang cukup sederhana karena dimasing-masing bagian hanya memiliki satu staff yang menanganinya.

Unit-unit yang tercangkup dikawasan Pasar Laris Palm Paradise adalah sebagai berikut : stand bazar dengan total 40 (*empat puluh*) unit, lapak dengan total 180 (*seratus delapan puluh*) unit, kios dengan total 271 (*dua ratus tujuh puluh satu*) unit, dan ruko dengan total 77 (*tujuh puluh tujuh*) unit. Dengan unit yang cukup banyak ini, membuat manajemen Pasar Laris Palm Paradise memiliki kecenderungan masalah atau komplain mengenai hal kebersihan pasar, perawatan sipil (gedung dan listrik), keamanan dalam pasar, air, dan tersedianya lahan parkir dikawasan Pasar Laris Palm Paradise. Dengan adanya masalah yang sering dialami pihak manajemen Pasar Laris Palm Paradise tersebut, maka pihak manajemen membuat tingkatan mengenai masalah atau komplain yang diterima dari para pedagang dan pengunjung Pasar Laris Palm Paradise.

Tabel 1.1
Tingkatan komplain di Pasar Laris Palm Paradise

DAFTAR	TINGKATAN
Sipil	I
Air	II
Kebersihan	III
Parkir	IV
Keamanan	V

Pada tabel 1 menjelaskan bahwa dengan banyak unit yang berlokasi dikawasan Pasar Laris Palm Paradise, membuat pihak manajemen Pasar Laris Palm Paradise memiliki kecenderungan masalah atau komplain mengenai berbagai aspek yang diterima dari para pedagang dan pengunjung. Oleh karena itu, peneliti membuat tingkatan mengenai masalah yang dihadapi manajemen Pasar Laris; pada posisi pertama perawatan akan sipil (gedung dan listrik) menjadi topik yang paling banyak diterima pihak manajemen, diposisi kedua mengenai ketersediaan air bersih yang tersedia juga menjadi sorotan pihak pedagang dan pengunjung Pasar Laris, diposisi ketiga mengenai kebersihan akan konsisi pasar maupun fasilitas yang diberikan oleh pihak manajemen Pasar Laris, diposisi keempat adalah ketersedianya lahan parkir dikawasan Pasar Laris Palm Paradise juga menjadi kebutuhan para pedagang dan pangunjung, dan posisi terakhir ialah keamanan dalam Pasar Laris.

Salah satu contoh kasus yang dialami pihak manajemen Pasar Laris Palm Paradise mengenai masalah sipil yaitu perawatan akan gedung dan listrik pasar. Setiap tahun wilayah DKI Jakarta mengalami musim hujan, pada musim ini komplain atau masukan terkait bagian sipil cukup banyak. Keluhan kebocoran dibagian gedung pasar menjadi keluhan terbanyak para pedagang dan pengunjung Pasar Laris Palm Paradise. Pada musim penghujan jugalah masalah keamanan listrik menjadi pusat yang harus dihadapi pihak manajemen.

Menurut pimpinan manajemen Pasar Laris Palm Paradise, komplainan yang didapat akan keluhan sipil cukup wajar, karena kondisi Pasar Laris yang sudah cukup lama beroperasi membuat kondisi Pasar Laris memerlukan perhatian dan perawatan lebih. Oleh karena itu pihak manajemen secara bertahap melakukan perapihan akan perawatan sipil yang menjadi keluhan

pelanggan Pasar Laris Palm Paradise tanpa melupakan keluhan atau komplainan aspek lain.

Dalam masalah yang dihadapi Pengelola Pasar Laris Palm Paradise maka peneliti ingin mengetahui bagaimana peran *customer service* Pasar Laris Palm Paradise dalam melayani kebutuhan informasi pelanggan guna memenuhi kepuasan pelanggannya.

Kegiatan yang dilakukan untuk merangkul pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan suatu esensi yang penting bagi kelangsungan suatu badan usaha. Pengelola Pasar Laris Palm Paradise adalah industri jasa yang tentunya memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan atau konsumennya sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggannya melalui Marketing Public Relation. Secara umum Marketing Public Relation merupakan suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian program-program yang dapat merangsang kepuasan konsumen melalui pengkomunikasian informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan positif yang ditimbulkan berkaitan dengan identitas perusahaan atau produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian dan kepentingan bagi para konsumennya.

Selama 5 (*lima*) tahun Pasar Laris Palm Paradise beroperasi dengan banyaknya item komplainan dengan penjelasan tabel diatas diketahui bahwa adanya masalah pihak pengelolaan dalam hal pelayanan sipil dan air terhadap para pihak berkepentingan yang terlibat didalamnya yaitu pedagang dan pengunjung. Berkenaan dengan operasional Pasar Laris Palm Paradise penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pelayanan informasi *customer service*

manajemen Pasar Laris terhadap para tenant selama 1 (*satu*) tahun terakhir pada periode April 2017 sampai dengan April 2018.

Salah satu peran humas adalah dapat berkomunikasi dengan baik dan bisa mewujudkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan, usaha untuk memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dan memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggan-pelanggan.

Salah satu komunikasi yang dilakukan oleh humas adalah melalui *Customer Service* yaitu orang yang di *internal* perusahaan untuk melakukan hubungan dengan pelanggan, melayani pelanggan melalui telepon, email, fax, dll.

Konsep kepedulian perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan didasarkan pada pemahaman mengenai pentingnya pelayanan pelanggan dalam kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Pentingnya pelayanan pelanggan bagi kelangsungan hidup perusahaan seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis dengan pujaan dan kebanggaan kepada pelanggan.

1.2. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui tentang kepuasan pelanggan Pasar Laris Palm paradise dengan layanan informasi *customer service* yang diberikan, Namun penulis memfokuskan pada komunikasi yang dilakukan *customer service*, karena komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* sangatlah berperan penting untuk kepuasan pelanggan. Disamping itu *customer service* harus memiliki pribadi yang menyenangkan, dan juga harus mengetahui dan menguasai segala informasi produk di perusahaanya serta bisa

memberikan informasi–informasi yang dibutuhkan pelanggan dengan benar demi tercapainya tujuan manajemen yaitu membuat konsumen atau pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Dengan masalah diteliti, maka penulis mengambil judul Skripsi :

“Peran Customer Service Pasar Laris Palm Paradise dalam Melayani Kebutuhan Informasi Pelanggan guna Memenuhi Kepuasan Pelanggannya”

**(Studi Kasus di Pasar Laris Palm Paradise Taman Surya 5,
Kel.Pegadungan, Kec.Kalideres, Jakarta Barat)**

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dihadapi oleh manajemen Pasar Laris Palm Paradise, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan Pasar Laris Palm Paradise melalui peran *Customer Service* dalam melayani kebutuhan informasi pelanggannya selama satu tahun terakhir yaitu periode April 2017 – April 2018.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang ditetapkan penulis, maka nanti hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat. Adapun manfaatnya sebagai berikut :

a. **Kegunaan Teoritis**

Menambah wawasan mengenai kualitas pelayanan pelanggan dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi.

b. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau masukan yang positif terhadap Manajemen Pasar Laris dalam melayani kebutuhan informasi pelayanannya.

1.5. Sistematika penulisan

Dalam pembahasan skripsi ini, telah disusun secara teratur dengan tujuan mempermudah pembahasannya. Sebagai gambaran pembahasan dan penyusunan proposal ini dibagi dalam lima bab, dimana masing-masing bab akan membahas hal-hal sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang landasan teori sebagai acuan pembatasan masalah, definisi konsep, kerangka berpikir yang berisi gambaran penelitian, penelitian yang relevan yaitu hasil penelitian yang terdahulu.

Bab III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan metode penelitian yang mencakup design penelitian, unit analisis,

narasumber, instrument, keabsahan data, dan teknis analisis data.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang subjek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang berisi ulasan hasil penelitian.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi gambaran kesimpulan dari penelitian yang sesuai dengan tujuan dan memberikan saran yang dapat dijadikan masukan bagi perusahaan