

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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 tersebut.

Strategi kegiatan yang dilakukan untuk merangkul pelanggan melalui *Marketing Public Relation*. Secara umum *Marketing Public Relation* merupakan suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian program – program yang dapat merangsang dan 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” (Rosady, 2007 ; 245)

Salah satu komunikasi yang dilakukan oleh humas adalah melalui *Customer Service* yaitu orang yang diinternal 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.

Akibat ketatnya persaingan di dunia bisnis ini dan semakin bagus layanan- layanan yang dilakukan pesaing untuk menarik pelanggan dan memuaskan pelanggannya, oleh karena itu PT. Sentralindo Teguh Gemilang tidak mau kalah dan selalu berusaha untuk memuaskan pelanggannya salah satu caranya adalah dengan memberikan produk dengan kualitas yang bagus, harga bagus, pengiriman tepat waktu dan pelayanan *customer service* yang bagus juga (contoh ketika ditelepon selalu diangkat, memberikan informasi yang tepat, serta cepat ketika ada keluhan dari para pelanggannya). Dengan kepuasan pelanggan maka akan memberikan keuntungan bagi Perusahaan karena selain pelanggan tersebut akan mejadi pelanggan yang setia, maka pelanggan tersebut akan melakukan komunikasi "*word of mouth*" positif kepada calon pelanggan yang berpotensi besar menjadi pelanggan baru bagi perusahaan.

Namun pada kenyataannya masih terdapat permasalahan yang dihadapi PT. Sentralindo Teguh Gemilang yaitu pelayanan yang kurang memuaskan, seperti kurangnya pemberian informasi maupun komunikasi dari *customer service*, seperti ketika pelanggan menelpon *customer service* tapi telepon jarang diangkat, email tidak dibalas sehingga si pelanggan tidak mendapatkan informasi yang diinginkan akhirnya membuat si pelanggan bisa mengalami

kerugian, serta pengiriman barang yang tidak tepat waktu atau tidak sesuai schedule.

Contoh data keluhan pelanggan PT. Sentralindo Teguh Gemilang yang disampaikan lewat email:

”Mohon maaf, seperti diemail pertama, saya memang menanyakan masalah yang layer dikarenakan PO kebanyakan memang dari PT. Sentralindo Teguh Gemilang, sehingga jadwal pun dari mulai tgl 19, 20, 21, 23, 24 dari PT. Sentralindo. Intinya mungkin hanya satu yaitu komunikasi, karena selama ini kami sangat susah sekali menghubungi bagian marketing, baik via *handphone*, *sms* ataupun telepon kantor dan emailpun jarang sekali dibalas, alternatif lain kami komunikasi dengan pihak Gudang PT. Sentralindo dan pihak Gudang sangat membantu untuk masalah stock yang sudah *ready* dan hanya sebatas stock.” (Keluhan PT. Aqua Golden Missisipi, 21 Juli 2010)

”Sesuai dengan jadwal yang ibu terima dari kami, hari ini ada jadwal pengiriman carton sst-ck369 5000 set, tetapi karton tersebut tidak dikirim dan tidak ada informasinya dan email yang kami kirimkan siang tadi sudah sangat jelas penekanan kami akan permintaan semua informasi mengenai schedule dari PT. Sentralindo Teguh Gemilang. Problem seperti ini sudah terjadi 3 kali dalam minggu ini, mohon perhatiannya untuk masalah ini karena kami tidak mungkin setiap hari hanya mengurus masalah dari PT. Sentralindo Teguh Gemilang, yang kami harapkan adalah kerjasama yang baik

bukan sebaliknya, maka informasi sekecil apapun mengenai schedule pengiriman karton sebaiknya dikomunikasikan.” (Keluhan PT. Multimas Nabati Asahan, 14 Okt 2010)

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh Perusahaan, agar tercapai tujuan pemasaran sebagaimana yang diharapkan oleh perusahaan. Maka perhatian yang diberikan oleh konsumen kepada kegiatan pemasaran haruslah menghasilkan respon yang positif, lewat sejumlah penilaian yang tentunya positif pula.

Pelanggan selalu menginginkan pelayanan yang prima dengan mendapatkan informasi yang tepat, akurat seperti yang dia inginkan. Dengan pelayanan prima seperti itu maka pelanggan akan merasa senang bisa bekerjasama dengan perusahaan dan dia akan merasa puas dengan pelayanan tersebut.

Penulis memilih PT. Sentralindo Teguh Gemilang sebagai bahan penelitiannya dikarenakan PT. Sentralindo Teguh Gemilang tidak memiliki bagian departemen humas jadi sebagian kegiatan humas dilakukan oleh *customer service*, dan menurut informasi dari salah satu karyawan PT. Sentralindo Teguh Gemilang yaitu ibu Indah bahwa *Customer service* PT. Sentralindo belum mempunyai SOP yang jelas serta masih banyaknya keluhan dari pelanggan PT. Sentralindo Teguh Gemilang tentang susahny komunikasi dengan *customer service*. Sehingga membuat penulis tertarik untuk meneliti

kualitas layanan customer service dan kepuasan pelanggan PT. Sentralindo Teguh Gemilang.

1.2. Rumusan Masalah

Melihat kondisi tersebut diatas maka disini penulis ingin meneliti tentang kepuasan pelanggan PT. Sentralindo Teguh Gemilang dengan pelayanan informasi 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.

Dari penjelasan diatas maka penulis ingin meneliti "Sejauhmana kualitas pelayanan informasi *Customer Service* dan kepuasan pelanggan PT. Sentralindo Teguh Gemilang".

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas komunikasi *Customer Service* dengan pelanggan.
- b. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan PT. Sentralindo Teguh Gemilang terhadap pelayanan informasi.

1.4. Kegunaan Penelitian

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

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 PT. Sentralindo Teguh Gemilang dalam pelayanan informasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab dan masing – masing bab dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan kerangka teori, operasionalisasi

penelitian serta kerangka pemikiran yang melandasi penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi uraian Metode penelitian yang digunakan, desain

Penelitian, Sumber data, Validitas dan reabilitas alat ukur serta Analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Berisi uraian subyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan informasi *customer service* dan kepuasan pelanggan PT. Sentralindo Teguh Gemilang.

BAB V : PENUTUP

Berisi uraian kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan memberikan saran-saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi PT. Sentralindo Teguh Gemilang.