

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Ditengah persaingan *catering* di Jakarta yang semakin ketat, layanan purna jual merupakan aspek penting untuk menjaring konsumen, disamping produk yang berkualitas. Kepuasan pelanggan adalah segalanya dan mutlak harus selalu ditingkatkan. Hendrawan catering adalah perusahaan catering di Jakarta, yang berpusat di Tomang Jakarta Barat , Hendrawan Catering menancapkan diri sebagai salah satu catering yang cukup terkemuka di Jakarta bahkan sampai ke Jabodetabek.

Banyak nya merk *Catering* lain menawarkan berbagai macam masakan atau produk, menambahkan ketatnya persaingan di dunia kuliner, khususnya Jakarta, Hendrawan catering merupakan salah satu merk catering yang sudah lama dikenal masyarakat Jakarta yang selalu berupaya untuk terus meningkatkan kualitas produk serta pelayanan kepada setiap pelanggan.

Dewasa ini, sebuah perusahaan sangat tergantung pada pelanggannya. Persaingan yang ketat antar merk atau jenis *catering* di Jakarta yang terlibat dalam kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan Hendrawan catering harus menepatkan orientasi pada pelanggan sebagai tujuan utama, dan saat di yakini bahwa kunci untuk memenangkan persaingan adalah satu kunci untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai lebih pada pelanggan melalui pelayanan maksimal. Pelanggan memiliki hak untuk memperoleh pelayanan yang baik dari perusahaan. Salah satu dari sekian banyak penilaian pelanggan terhadap sebuah perusahaan adalah melalui kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkatan pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor penting penting dalam bidang jasa.

Bentuk pelayanan dalam suatu perusahaan akan memberikan kesan tertentu pada pelanggannya, sehingga terbentuklah opini dan sikap mereka terhadap perusahaan. Terciptanya kondisi persaingan yang semakin tinggi antara catering lain yang ada di Jabodetabek, maka strategi perusahaan catering dalam hal ini PT Hendrawan Boga Sejahtera adalah meningkatkan kualitas pelayanan karena hampir setiap perusahaan kuliner menawarkan keunggulan dari segi rasa, kreatifitas dan harga, akan tetapi ujung tombak dari keseluruhan kegiatan yaitu *customer service*, dimana hal tersebut amat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Jika pelayanan yang di berikan mengecewakan pelanggan, maka pelanggan akan cenderung memberikan pandangan negatif terhadap perusahaan catering atau kuliner tersebut. Tingkat kualitas pelayanan dilihat dari sudut pandang pelanggan. Salah satu dari sekian banyak penilaian pelanggan terhadap sebuah perusahaan adalah mengenai kualitas pelayanannya yaitu efektivitas kepuasan layanan informasi oleh pelanggan, hal tersebut sejalan dengan penelitian Narjih 2017 yang menempatkan efektivitas komunikasi dan kepuasan pelanggan terhadap kinerja, maka diperoleh faktor efektivitas mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan. Oleh karenanya Bentuk pelayanan suatu perusahaan akan memberikan kesan tertentu kepada pelanggannya. Sehingga terbentuklah sikap dan opini mereka terhadap perusahaan.

Hendrawan *Catering* sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dimana salah satu faktor yang terpenting adalah segi kemampuan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan tersebut harus mampu memenuhi dan menjawab segala kebutuhan serta permasalahan pelanggan. *Customer Service* (CS) merupakan ujung tombak setiap perusahaan dalam melayani pelanggannya, dimana para *Customer Service* (CS) berhadapan langsung dengan pelanggan dari mulai menerima keluhan hingga kepuasan terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka peneliti tertarik mengukur apakah efektivitas komunikasi pelanggan berpengaruh terhadap

kepuasan layanan informasi *customer service* PT Hendrawan Boga Sejahtera Sejahtera. Maka peneliti mengkaji lebih dalam tentang “**Pengaruh Efektivitas Komunikasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Layanan Informasi Customer Service PT Hendrawan Boga Sejahtera Sejahtera**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh efektivitas komunikasi pelanggan terhadap kepuasan layanan informasi *customer service* PT Hendrawan Boga Sejahtera Sejahtera ?
2. Seberapa besar pengaruh pengaruh efektivitas komunikasi pelanggan terhadap *brand image* terhadap kepuasan layanan informasi *customer service* PT Hendrawan Boga Sejahtera Sejahtera ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh efektivitas komunikasi pelanggan terhadap kepuasan layanan informasi *customer service* PT Hendrawan Boga Sejahtera Sejahtera ?
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pengaruh efektivitas komunikasi pelanggan terhadap kepuasan layanan informasi *customer service* PT Hendrawan Boga Sejahtera Sejahtera ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan dan tujuan diatas penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Peneliti di harapkan dapat memberi masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya ilmu hubungan masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan *Customer Service Operasional* dalam rangka meningkatkan sikap positif public terhadap perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praaktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi kepada manajemen PT Hendrawan Boga Sejahtera untuk memaksimalkan efektifitas komunikasi yang baik kepada pelanggan guna menciptakan kepuasan kualitas layanan akan PT Hendrawan Boga Sejahtera sehingga konsumen merasa puas dan senantiasa menggunakan jasa catering PT Hendrawan Boga Sejahtera.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti menggambarkan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika penelitian.

BAB II :KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar pengembangan teori dan pembahasan serta menjelaskan konsep-konsep teoritis yang dijadikan sebagai acuan dalam menganalisis penelitian ini antara lain teori komunikasi dan kepuasan layanan yang untuk penyusunan kerangka konseptual serta pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti membahas mengenai rencana penelitian, obyek penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti membahas mengenai pemaparan hasil penelitian dalam bentuk tulisan, tabel, atau gambar

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti membahas mengenai penjelasan atau penafsiran hasil penelitian, analisis data, serta perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu baik yang pro maupun yang kontra

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan saran yang dapat digunakan penelitian selanjutnya.