

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada hakikatnya, pelanggan adalah konsumen. Bagi setiap perusahaan, pelanggan atau *customer* adalah raja. Pelanggan merupakan seseorang yang menggunakan barang atau jasa. Dalam menggunakan barang atau jasa tersebut, pelanggan menginginkan kepuasan. Kepuasan dari pelanggan sangat penting bagi setiap perusahaan, Kepuasan di sini artinya, konsumen atau pelanggan merasa senang dan lega karena hasrat hatinya telah terpenuhi. Terbinanya kepuasan pelanggan tidak luput dari penyelenggaraan komunikasi yang baik dalam sebuah pelayanan.

Mengingat persaingan yang begitu ketat, maka pelayanan yang lebih baik merupakan suatu hal mutlak yang harus dilakukan perusahaan, dan kepuasan pelanggan menjadi hal utama bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan berlomba membuat strategi untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini tidak luput dari penyelenggaraan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya (*Customer Relations*).

Banyak hal yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan pelanggannya. Salah satu upaya untuk memuaskan konsumen/pelanggan adalah dengan mengatasi keluhan-keluhannya. Antara lain diupayakan dengan pelayanan informasi melalui *call center*. *Call center* merupakan salah satu kegiatan dari *Customer Relations*. *Call center* (pusat informasi) adalah suatu sentralisasi pelayanan dari sebuah perusahaan yang mengelola telepon masuk dan keluar dari dan untuk pelanggan. Secara umum *call center* di Indonesia didukung oleh ketersediaan jaringan telekomunikasi secara luas. *Call center* dioperasikan oleh sebuah perusahaan sebagai pengadministrasi layanan yang mendukung produk *incoming* dan menyelidiki informasi tentang konsumen maupun pelanggan.

Tujuan utama *call center* adalah memberikan pelayanan informasi yang baik bagi para pelanggan dan konsumennya secara profesional sehingga pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan akses informasi tentang perusahaan. Pelayanan dari *call center* mencakup memberikan informasi seluruh produk dan jasa yang disediakan oleh perusahaan lewat standar operasional prosedur yang terencana, terukur dan konsisten serta memberikan penanganan yang baik jika terjadi keluhan-keluhan atau komplain dari pelanggan.

Perkembangan teknologi seperti *call center* memacu setiap perusahaan untuk berlomba memberikan kemudahan-kemudahan bagi pelanggan mereka dengan penyediaan pelayanan yang baik. PT. Bakrie

Telecom Tbk Selular, dengan salah satu produknya, yaitu Esia sebagai perusahaan di bidang jasa telekomunikasi juga berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Hal ini di tandai dengan hadirnya *call center*, melalui hubungan personal sebagai sarana memberikan informasi dan menanggapi keluhan pelanggan. Dengan adanya *call center*, pelanggan yang mengalami kesulitan atau mempunyai keluhan apapun sehubungan dengan Esia dan tidak memiliki cukup waktu untuk datang langsung, dapat menyampaikannya dengan menghubungi *call center*, dan hal ini tentu memudahkan pelanggan.

Call center sering digunakan pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau tanggapan terhadap sebuah layanan. Namun, terkadang pelayanan dan informasi yang diberikan oleh *call center* kepada pelanggan berbeda tingkat kepuasannya. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh *call center* dalam hal menanggapi keluhan.

Melihat gejala tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan oleh *call center* Esia. Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, khususnya *call center* akan sangat berpengaruh pada citra perusahaan. Menanamkan citra yang positif dalam benak pelanggan sangatlah penting. Maka itu, pelayanan yang memuaskan dan profesional merupakan komponen yang amat penting, agar rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan terjaga dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menyusun dalam sebuah rumusan permasalahan, yaitu:

“ SEJAUH MANA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN INFORMASI *CALL CENTER* ESIA? ”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka peneliti mempunyai tujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan esia terhadap pelayanan informasi *CALL CENTER* ESIA.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, baik dari segi praktis maupun teoretis.

a. Manfaat teoretis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang pelayanan *call center* sebagai salah satu layanan informasi.
- 2) Untuk memperkaya ilmu komunikasi dalam bidang pelayanan informasi.

b. Manfaat praktis

- 1) Dengan adanya penelitian ini khususnya untuk pihak Esia dapat memberikan masukan positif dalam mengupas jalur komunikasi melalui *call center* sebagai sarana yang efektif dan efisien dalam memberikan informasi kepada pelanggan.
- 2) Peneliti mengharapkan penelitian ini menjadi bahan pertimbangan bagi Esia dalam pelayanan informasi sehingga memberikan kepuasan pelanggan dalam penggunaan produk dan jasanya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan secara singkat isi setiap bab, yang terdiri dari lima bab. Isi dari setiap bab pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan latar belakang penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, baik teoretis maupun praktis, seta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab kedua ini dijabarkan teori yang bersangkutan dengan masalah penelitian, yang meliputi tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan operasional variabel.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode yang digunakan untuk menjawab masalah pokok penelitian. Seperti desain penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi subjek penelitian, yaitu Universitas Esa Unggul dan mahasiswa, hasil penelitian dan pembahasan yang berisi ulasan terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang menjadi jawaban dari masalah penelitian.