Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah salah satu wujud dari sifat makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupannya tidak akan terlepas dari interaksi dan sosialisasi antara satu orang dengan orang lain. Komunikasi menjadi penting karena dengan melakukan komunikasi, seseorang dapat mengungkapkan apa yang menjadi keinginan, harapan, perasaan kepada orang yang dilibatkan dalam aktivitas komunikasi. Hal ini juga tercermin terhadap tujuan organisasi bisnis yang terdiri dari beberapa manusia. Melalui komunikasi, organisasi bisnis dapat menyampaikan maksud dan tujuan organisasi bisnis tersebut serta mampu menerima respon dari pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkannya.

Penanganan keluhan pelanggan adalah salah satu contoh komunikasi antara organisasi bisnis dan pelanggan, baik itu kritik, masukan, saran atau keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Organisasi bisnis dituntut untuk memberikan jawaban atas keluhan pelanggan baik secara tertulis maupun secara langsung menghubungi pelanggan. Hal tersebut guna menanggulangi kesalahpahaman (*misunderstanding*) dalam penerimaan informasi yang akan berdampak pada ketidaknyamanan diantara kedua belah pihak.

Dalam menangani keluhan (*complain handling*), jika kita tidak bisa mengambil tindakan atau mengkomunikasikannya dengan baik, maka kita akan kehilangan pelanggan. Oleh karena itu kita perlu mengetahui permasalahan

"Mengapa pelanggan *complain* dan bagaimana pihak perusahaan menindaklanjutinya?"

Dewasa ini, perusahaan mengutamakan kepuasan pelanggan dan menjadikannya prioritas utama yang sangat penting karena pelanggan yang terpuaskan cenderung akan setia terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan juga dapat dipandang sebagai suatu perbandingan antara apa yang diharapkan dengan apa yang diperolehnya. Pelanggan akan merasa puas jika perbandingan tersebut cukup adil. Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini karena perusahaan menyadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital untuk bertahan dalam dunia bisnis dan memenangkan persaingan. Keberhasilan suatu perusahaan tercermin dalam kemampuannya dalam memberikan kepuasan yang baik kepada pelanggan. Karena melalui pemberian kepuasan akan membuat pelanggan merasa dihormati dan dihargai sehingga pada akhirnya dapat menciptakan *Image* yang positif terhadap perusahaan tersebut.

Sebagai salah satu perusahaan otomotif tentunya Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk memerlukan suatu cara untuk memberikan pelayanan maupun kepuasan terhadap pelanggannya. Seperti misalnya ada pelanggan yang komplain mengenai keterlambatannya menerima STNK atau mengenai kondisi kendaraan yang tidak sesuai. Dalam hal ini, perusahaan pasti memerlukan cara untuk mengatasinya.

Dalam menangani keluhan pelanggan, *customer relations* adalah pilihan strategi yang sangat mendukung dalam mencapai kebutuhan perusahaan saat ini.

Seperti halnya Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk yang pastinya membutuhkan *customer relations* ketika ada pelanggan komplain mengenai keterlambatannya dalam membuat STNK. Dengan adanya komplain tersebut tentunya akan menyebabkan suatu konflik bagi perusahaan maupun pelanggan.

Dengan adanya *customer relations,* maka perusahaan akan melakukan berbagai strategi untuk melayani pelanggan secara lebih personal untuk mendapatkan kepuasaan pelanggannya dalam menangani keluhan-keluhan tersebut.

Dari latar belakang tersebut di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *customer relations* dalam menangani pelanggan di Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk, apakah strategi dalam menangani keluhan-keluhan tersebut? Untuk itu peneliti mengambil judul " Strategi Komunikasi Dalam Menangani Keluhan Pelanggan di Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk "

1.2. Fokus Penelitian

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi keluhan pelanggan terhadap *customer relations* Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk?
2. Keluhan apa saja yang diberikan pelanggan terhadap *customer relations* Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk?
3. Bagaimana Strategi komunikasi *customer relations* Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk dalam menangai keluhan pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui faktor keluhan pelanggan terhadap *customer relations* Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk.
2. Untuk mengetahui keluhan pelanggan Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk dalam menangani pelanggan.
3. Untuk mengetahui strategi komunikasi *customer relations* Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk.

.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini harap dapat memberi masukan atau kontribusi dalam perkembangan konsep dan strategi. Khususnya, *customer relationship management.*

2. Manfaat Praktis

   Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan acuan atau evaluasi untuk Cabang Tunas Toyota Hayam Wuruk, perusahaan atau lembaga sejenis lain yang sama-sama menangani keluhan pelanggan khususnya melalui perspektif komunikasi, tentang bagaimana cara menangani keluhan yang baik.

1.5. Sistematika Laporan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TI NJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian untuk membantu peneliti dalam menjawab fokus penelitian secara teoritis. Konsep dan teori yang digunakan berkaitan dengan strategi yang berhubungan dengan langsung dengan pelayanan pelanggan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan desain penelitian, unit analisis, informan, dan key informan, instrument, reabilitas data, dan analisis data yang digunakan dalam meneliti, menjelaskan cara-cara yang digunakan dalam memperoleh data dan menganalisis data yang ada.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memaparkan subjek peneltian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian lebih rinci mengenai seluruh data yang diperoleh dan permasalahan penjelasan mengenai data.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang penulis lakukan.