

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup berkelompok saling membutuhkan satu sama lain. Sebagai makhluk sosial dan hidup berkelompok dalam kehidupan sehari-hari tentu manusia tidak luput dari interaksi atau komunikasi. Komunikasi sebagai praktik sudah ada seiring dengan diciptakannya manusia, dan manusia menggunakan komunikasi dalam rangka melakukan aktivitas sosialnya. Seiring dengan berjalannya waktu maka manusia mengembangkannya menjadi suatu keterampilan, yaitu keterampilan dalam berkomunikasi. Salah satu kunci sukses dalam kehidupan berkaitan dengan keterampilan berkomunikasi dan membina hubungan dengan orang lain (Tamsyah, 2015).

Pemahaman komunikasi dengan segala praksisnya merupakan proses keseharian manusia. Dapat dikatakan bahwa proses komunikasi adalah proses kehidupan itu sendiri. Komunikasi tidak bisa dipisahkan dari seluruh proses kehidupan konkret manusiawi. Aktivitas komunikasi merupakan aktivitas manusiawi. Inti dari komunikasi adalah proses ekspresi antar manusia. Setiap manusia mempunyai kepentingan untuk menyampaikan pikiran atau perasaan yang dipunyai, tentu saja, ekspresi pikiran dan perasaan itu memakan dan memanfaatkan bahasa sebagai medium komunikasinya. Sebagai makhluk sosial yang selalu berhubungan dengan orang lain

maka komunikasi adalah salah satu sarana untuk terkoneksi dengan orang disekeliling kita. Komunikasi yang jelas akan membuat orang lain memperhatikan dan menghargai apa yang kita bicarakan.

Komunikasi menjadi hal terpenting dalam dunia kerja karena dunia kerja dihadapkan oleh banyak orang yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda mulai dari suku, budaya, usia, pola pikir, karakter, agama, dan lain sebagainya. Komunikasi berperan sebagai penghubung antar individu yang berbeda tersebut dan disatukan untuk mencapai tujuan bersama dalam sebuah perusahaan (Corrie, 2018). Komunikasi dalam dunia kerja juga berfungsi sebagai pembelajaran untuk seorang karyawan yang baru mengenal dunia kerja. Oleh karena itu, komunikasi yang baik diperlukan di antara karyawan. Selain itu seorang pemimpin juga dituntut untuk berkomunikasi secara efektif dengan karyawannya karena seorang pemimpin berperan sebagai jembatan antara satu karyawan dengan karyawan lainnya.

Keterampilan berkomunikasi berguna dalam berbagai bidang, dan salah satu bidang yang sangat penting adalah sektor jasa. Sektor jasa masih menjadi pendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia (Dwi, 2019). Sektor jasa merupakan sektor yang semakin memegang peranan besar dan penting di banyak negara, termasuk Indonesia. Saat ini sektor jasa menyumbangkan lebih dari 45% nilai tambah perekonomian dan menyerap lebih dari 35% tenaga kerja. Salah satu cara bagi perusahaan sektor jasa dalam menyaingi kompetitornya adalah dengan mengusahakan pelayanan yang berfokus kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan.

Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Oleh sebab itu kepuasan memang subjektif. Penilaian tergantung dengan pelanggan itu sendiri. Kepuasan merupakan landasan utama rasa suka terhadap produk atau jasa yang diberikan. Jika pelanggan suka terhadap jasa atau produk maka pelanggan tersebut memiliki kemungkinan yang besar untuk kembali membeli produk atau jasa. Bahkan jika mereka loyal, mereka bisa merekomendasikan produk atau jasa kamu kepada orang lain tanpa kamu menyuruhnya.

Layanan perusahaan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu layanan *customer service*. *Customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Kasmir, 2003). PT Putrabunda Alam Asri yang bergerak dibidang jasa berhasil menempatkan *customer service* yang kompeten untuk mempertahankan pelanggannya. PT Putrabunda Alam Asri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang persewaan alat berat. Alat berat adalah sebuah mesin berukuran besar yang dirancang untuk melaksanakan pekerjaan pembangunan seperti pengerjaan tanah dan memindahkan bahan bangunan. Alat berat merupakan faktor penting didalam proyek, terutama proyek-proyek konstruksi maupun pertambangan dan kegiatan lainnya dengan skala yang besar. Penggunaan alat berat tidak hanya terbatas pada pekerjaan konstruksi. Misalnya di dalam pertanian, truk pengangkut dan traktor juga disebut sebagai alat berat. Berbagai macam industri yang memakai alat berat dalam pekerjaannya antara lain Industri pertambangan, industri

konstruksi bangunan, pertambangan di laut lepas, agrikultur, transportasi dan logistik, pelayanan di pelabuhan, dan kelautan. Tujuan dari penggunaan alat-alat berat tersebut adalah untuk memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaannya, sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai dengan lebih mudah dengan waktu yang lebih singkat.

Usaha persewaan alat berat tidak dapat melepaskan diri dari pentingnya peran pelanggan atau *customer*. Tujuan utama dari setiap bisnis adalah untuk membuat keuntungan, dalam banyak kasus hal itu hanya dapat dicapai dengan memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan adalah sumber dari suatu organisasi dan alasan dari keberadaannya (Afrianto, 2014). Setiap organisasi harus dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya, karena kesejahteraan, gaji dan pekerjaan tergantung kepada mereka. Hal ini sangatlah penting saat ini bagi suatu organisasi untuk mengetahui, memahami dan memenuhi harapan pelanggan mereka. Karena persaingan yang sengit, pelanggan akan sangat cepat beralih ke pesaing jika harapan mereka tidak terpenuhi. Berlawanan dengan mitos populer, harga tidak selalu menjadi faktor penentu bagi pelanggan. Penelitian telah menunjukkan bahwa 10% dari pelanggan yang lebih memilih kompetisi produk atau jasa, 70% mundur karena ketidakpedulian, kekasaran atau buruknya pelayanan dari staf (Budi, 2014). Hal ini penting bahwa jika sebuah perusahaan hendak memenuhi harapan pelanggan yang mereka harapkan di tempat pertama. Harapan ini biasanya akan diidentifikasi melalui riset pasar. Setelah mengidentifikasi harapan yang harus dipenuhi itu, perlu bagi perusahaan untuk mengukur diri terhadap harapan mereka. Dengan demikian akan kembali ke pelanggan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan yang dapat dicapai

melalui survei pelanggan, dan/atau analisa dari pengaduan yang diterima. Pelanggan adalah satu-satunya hakim apakah perusahaan telah memenuhi harapan mereka atau belum.

Kepuasan pelanggan dan pelayanan yang berkualitas juga menciptakan citra bisnis yang sangat baik karena secara rata-rata, biaya untuk memenangkan pelanggan baru lima kali lebih banyak dari biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Kotler, 2009, p.153). Pelanggan biasanya memiliki banyak pilihan ketika membeli barang dan jasa di sektor komersial. Daya beli mereka menciptakan persaingan antara pemasok barang yang sama dan memberikan pilihan bagi pelanggan. Perusahaan tidak punya pilihan selain untuk bersaing untuk mendapatkan pelanggan mereka dan mendengarkan dengan cermat apa yang pelanggan mereka katakan.

Sebuah contoh kasus dari sebuah penanganan Customer Service yang kurang baik adalah berikut ini. Suatu hari Yuni memiliki sebuah janji bertemu dengan mitra usahanya di suatu gerai Pizza Hut di Jl. Veteran. Seperti biasa, petugas melayani dengan ramah. Mereka membuka-buka menu yang dibagikan dan pada saat mereka sudah memutuskan pesanan, mereka memanggil seorang pelayan dan menyampaikan pesannya yaitu American Favourite untuk dua orang. Pelayan bernama Mega kemudian mengatakan dengan penuh semangat: “Wah! keputusan yang benar-benar tepat sekali bu, karena American Favorite memang merupakan pizza yang menjadi pilihan utama customer kami!”. Yang terjadi malahan Yuni dan mitra usahanya tersebut saling pandang dan menunjukkan ekspresi risih terhadap antusiasme berlebihan dari Mega tersebut. Mungkin mega baru saja mengikuti Service Excellence

Training sehingga terlalu bersemangat melayani mereka. Setelah mereka selesai makan dan sedang asiknya membicarakan pekerjaan yang sedang mereka garap, Pelayan tersebut menginterupsi sebanyak tiga kali untuk menawarkan dessert atau tambahan lain dan membuat pembicaraan terganggu. Pada Interupsi yang ketiga terpaksa mereka mengusirnya dengan mengatakan “Jangan ganggu kami lagi. Kalau kami butuh tambahan, kami akan panggil.” Contoh tersebut adalah contoh dari sebuah pelayanan yang kurang baik. Pizza Hut dalam rangka meningkatkan kualitas layanannya justru malah terasa berlebihan. Dalam kasus ini Pizza Hut melakukan personal need terlalu berlebihan meskipun practical need pelanggan telah terpenuhi yaitu tempat berdiskusi dan menikmati makanan yang lezat.

## **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan dari magang yang saya lakukan adalah sebagai berikut.

1. Untuk mempelajari dan menganalisa bagaimana strategi pemasaran PT Putrabunda Alam Asri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mempelajari dan menganalisa bagaimana proses pelaksanaan *customer service* dan mengukur kualitas pelayanan yang diberikan PT Putrabunda Alam Asri.

## **1.3 Ruang Lingkup dan Batasan**

Selama melakukan kerja magang di PT Putrabunda Alam Asri, pemegang ditempatkan di divisi Marketing. Oleh karena itu yang menjadi ruang lingkup kerja

pemegang selama melakukan kerja Magang adalah terbatas pada kegiatan operasional dan pemasaran dari Divisi Marketing PT Putrabunda Alam Asri. Hal-hal yang dikerjakan yaitu membuat kolom daftar client untuk mengisi *feedback* pelanggan, membuat *questionnaire* sebagai bentuk kepedulian terhadap pelanggan, membantu memberikan ide untuk strategi pemasaran, dll. Selain itu karena pemegang melakukan kegiatan Magang pada Divisi Marketing di PT Putrabunda Alam Asri, maka pemegang juga turut bertanggung jawab dalam kegiatan pemasaran pemasaran dan customer relations dalam layanan *customer service* untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan agar dapat menjadi pelanggan yang setia.

#### **1.4 Lokasi dan Waktu Magang**

Lokasi pelaksanaan kegiatan magang bertempat di head office PT Putrabunda Alam Asri yang beralamatkan di JL Imam Bonjol no 71 Tangerang. Sedangkan waktu pelaksanaan magang dilakukan dalam waktu kurang lebih selama 5 bulan yang dimulai dari tanggal 4 Januari 2021 sampai tanggal 8 Mei 2021.