

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber- sumber Ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran itu sendiri merupakan rencana implementasi dan pengendalian kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi pertukaran guna, mencapai sasaran-sasaran organisasi. Mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran salah satu tahapannya adalah merencanakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi/tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Salah satu perusahaan PT.Radja Rayeuk Indotama adalah perusahaan yang bergerak di bidang perumahan atau property. Wilayah Provinsi Jambi. Kab Merangin yang luas dan memiliki beragam kondisi menjadi perhatian, PT. Radja Rayeuk Indotama ini untuk peningkatan perumahan dan property di wilayah yang memiliki keterbatasan membangun rumah. Selain itu harga yang kompetitif juga menjadi pertimbangan pelanggan.

Salah satu cara agar konsumen tertarik menggunakan produk PT. Radja Rayeuk Indotama yaitu dengan melakukan pendekatan dan hubungan dengan calon konsumen yang baru, melakukan promosi dan pameran dalam rangka pengenalan ke masyarakat untuk membentuk dan meningkatkan pasar, melakukan pembinaan dan peningkatan hubungan dengan konsumen yang sudah ada serta memperkenalkan produk dan jasa yang dapat dilakukan oleh PT. Radja Rayeuk Indotama.

Saat ini ada cukup banyak perusahaan perumahan di Kab Merangin yang bergerak dibidang property perumahan. Seiringnya waktu masyarakat banyak untuk menggunakan perumahan atau menggunakan jasa PT.Radja Rayeuk Indotama maka persaingan perusahaan untuk mendapatkan konsumen baik *corporate* maupun retail akan semakin meningkat. Salah satu pertimbangan konsumen untuk memilih produk adalah harga yang kompetitif. Salah satu cara agar konsumen tertarik menggunakan produk PT. Radja Rayeuk Indotama dengan melakukan pendekatan dan hubungan dengan calon konsumen yang baru. dengan konsumen yang sudah ada serta memperkenalkan sistem pembangunan perumahan yang akan di bangun untuk

konsumen yang dapat dilakukan oleh PT. Raja Rayeuk Indotama. Adanya *Customer Service* (pelayanan konsumen) yang diberikan oleh PT. Radja Rayeuk Indotama diharapkan konsumen akan dapat memberikan penilaian tersendiri terhadap perusahaan. Jika pelayanan sesuai dengan yang dikehendaki, maka konsumen akan tertarik. Jika yang terjadi sebaliknya maka akan menyebabkan konsumen tidak tertarik dengan produk yang di tawarkan dan berdampak negatif terhadap perusahaan yang akan menyebabkan menurunnya jumlah konsumen dan akhirnya menyebabkan pengurangan pendapatan perusahaan. Untuk lebih mendalami kinerja Perusahaan, pelayanan kepada konsumen, persaingan dengan kompetitor, dan harapan ke depan, penulis melakukan wawancara dengan salah satu manajer pemasaran yang ada di PT. Radja Rayeuk Indotama.

Kunci sukses agar pelanggan memilih jasa layanan perumahan putreo merangin adalah dengan memberikan kepuasan pada pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui pemberian oleh *Customer Service* (layanan) dan dukungan yang dapat diberikan kepada pelanggan melalui pemberian layanan yang cepat sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama diruangan tamu, keramahan karyawan dalam melayani pelanggan, dan pemberian browser denah perumahan Putreo Merangin kepada pelanggan. Pelanggan yang puas akan loyal dan menceritakan kebaikan perusahaan kepada orang lain, sehingga dapat menambah jumlah pelanggan.

Seorang *Customer Service* (pelayanan konsumen) adalah seorang yang yang bekerja berhadapan langsung dengan pelanggan dan konsumen dari segala jenis bisnis. Untuk tanggung jawab dan deskripsi pekerjaan dari seorang *Customer Service* atau pelayanan. Seorang *Customer Service* (pelayanan konsumen) dituntut berkomunikasi dengan baik pada pelanggan mengenai produk atau jasa dari perusahaan, dan memberikan saran dalam pembelian produk dan jasa. Dari pihak pelayanan customer, komunikasi ini ditunjukkan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan demi tercapainya tujuan kebijakan maupun tindakan organisasi.

Seorang *Customer Service* (pelayanan konsumen) dan dituntut besikap ramah terhadap konsumen atau pelanggan dengan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan atau klien mengenai jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Pelayanan diperusahaan sangat berpengaruh penting sebagai *public relation* perusahaan yang memiliki pelayanan customer servis yang baik akan memiliki citra yang baik akan eksternal.

Customer Service atau Pelayanan juga sebagai media penjual produk atau jasa dari perusahaan ketika seorang pelanggan menelpon untuk bertanya atau mengeluhkan produk yang kita jual. Pelayanan juga berpengaruh terhadap penjual produk atau jasa yang perusahaan tawarkan kepada klien atau pelanggan kita dengan customer berkomunikasi dengan baik maka pelanggan atau klien menarik untuk berminat membeli produk atau barang yang perusahaan tawarkan.

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif kualitatif yang digambarkan pada konteks penelitian di atas mendasari keinginan peneliti untuk menggali dan mendeskripsikan peran *Customer service* pada perusahaan Putreo Merangin dalam media sosial Instagram dengan tidak mengurangi dan merubah data yang ada, data dan informasi yang diperoleh dari narasumber dan didukung dokumen sesuai penelitian di lapangan.

Customer service (pelayanan konsumen) juga menggunakan media berbasis media social seperti, Whatsapp, Instagram atau Facebook sebagai sarana komunikasi dan informasi, pengelolaan media social dilakukan oleh marketing perusahaan putreo merangin yang aktif memberikan informasi seperti berita kegiatan internal dan eksternal, kebijakan dan informasi lengkap tentang perumahan putreo merangin di Kabupaten Merangin dan update memberikan informasi seputar usaha perumahan maupun customer servis ini bertujuan untuk memberikan informasi secepat dan sebaik mungkin agar kegiatan informasi dan komunikasi tetap aktif.

1.2 Rumus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan pelanggan PT. Radja Rayeuk Indotama?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian kualitatif ini berfokus pada *Customer Service* (pelayanan komunikasi) pada PT.Radja Rayeuk Indotama, yang digunakan oleh perusahaan Putreo Merangin dalam meningkatkan pelanggan atau konsumen. Penelitian ini juga membahas tentang bagaimana upaya perusahaan meningkatkan pelayanan diperusah putreo Merangin.

Customer Service atau pelayanan ini juga menggunakan media sosial sebagai alat bantuan untuk menjelaskan aturan saat pasca transaksi supaya pelanggan sedikit demi sedikit bisa pelanggan pahami keadaan yang dialami pada saat covid-19.

1.4 Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka peneliti akan menemukan tujuan yang akan dicapai dari setiap permasalahan yang akan disusun. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

- a) Mengetahui sebuah analisis pelayanan perusahaan perumahan putreo Merangin terhadap pelanggan yang akan memilih properti rumah.
- b) Untuk meyakinkan bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan perumahan putreo merangin bisa dipercaya untuk membangun keluarga kecil.
- c) Untuk memenuhi tugas akhir sebagai mahasiswa UMBY .

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya kajian ilmu komunikasi dan pengembangan ilmu komunikasi khususnya perihal komunikasi. Karena dalam skripsi ini akan membahas tentang bagaimana kesulitan pemahaman pelanggan terhadap kualitas pelayanan komunikasi terhadap yang dilakukan oleh PT.Radja Rayeuk Indotama..

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk membuat kebijakan baru agar mempermudah pelayan suatu perusahaan perumahan besar untuk memperjelaskan kualitas informasi yang akan disampaikan kepada pelanggan. Sebagai acuan komunikasi yang dilakukan oleh staf perusahaan untuk memaksimalkan kualitas pelayanan agar menjadi lebih efektif, efisien dan menyenangkan bagi para pelanggan.

c. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan pegangan bagi masyarakat khususnya yang mendalami ilmu komunikasi dan pendidikan seperti guru, orang tua, dan masyarakat yang terdampak dengan jarak jauh maupun bertatap muka. Karena

pandemi Covid-19. Sehingga dapat menjadi wawasan baru, dapat dijadikan contoh, dan dapat juga diimplementasikan bagi masyarakat.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pradigma penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan oleh penulis ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan payungnya semua jenis metode pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti kehidupan sosial yang natural/alamiah. Dalam penelitian ini informasi yang diperoleh dianalisis secara kualitatif (nonkuantitatif). Informasi dapat berupa transkrip hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen dan atau bahan –bahan yang bersifat visual seperti foto, video, bahan dari internet dan dokumen –dokumen lain tentang kehidupan manusia secara individual atau kelompok.¹

sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang disampaikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan. Informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis tersebut dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema – tema. Dari data – data itu peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalam. Sesudahnya peneliti membuat perenungan pribadi (*self reflection*) dan menjabarkannya dengan penelitian – penelitian ilmiah lain yang dibuat sebelumnya. Hasil akhir penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis. Laporan tersebut agak fleksibel karena tidak ada ketentuan baku tentang struktur dan bentuk laporan hasil penelitian kualitatif. Tentu saja hasil penelitian kualitatif sangat dipengaruhi oleh pandangan, pemikiran, dan pengetahuan peneliti karena data tersebut diinterpretasikan oleh peneliti. Oleh karena itu sebagian orang menganggap penelitian kualitatif agak bias karena pengaruh penelitian sendiri dalam analisis data.²

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan*, (Bandung, Alfabeta, 2019) Hal, 361.

² Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta, Gramedia Widiasarana, 2017), Hal. 7/8.

1.6.2 Metode penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dikarenakan beberapa pertimbangan, yaitu yang pertama penyesuaian metode kualitatif lebih muda apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, yang kedua metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden, dan yang ketiga metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak pengaruh bersama pola-pola nilai yang dihadapi.

Metode penelitian kualitatif ini dipakai dengan harapan penelitian ini akan dikupas secara mendalam oleh peneliti dengan wawancara secara mendalam. Strategi yang dipakai menjadi metode penelitian yang mana harapan kedepannya sebagai acuan masyarakat agar penelitian ini bisa dimengerti secara mudah. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu tema, gejala, atau keadaan yang ada yaitu keadaan atau fenomena yang menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

1.6.3 Subjek penelitian

Pada dasarnya subjek penelitian merupakan narasumber atau informan dari suatu riset yang mana merupakan responden dari pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam suatu penelitian, sederhananya adalah orang yang memberikan informasi tentang data yang ada pada suatu perusahaan atau instansi yang berkaitan dengan objek penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah *Customer Service* bapak Edi Wardani Dan Ibu Rosmiati PT.Radja Rayeuk Indotama. Beliau dijadikan sebagai subjek utama penelitian ini dikarenakan pada dasarnya beliau yang bertanggung jawab atas aktivitas pelayanan pemasaran pada PT.Radja Rayeuk Indotama saat ini. Keaktifan rutinitas beliau sehari-hari dalam kegiatan pelayanan tentunya akan mendapatkan informasi serta penjelasan yang relevan pada penelitian ini, yang mana perannya dalam kegiatan pelayanan pemasaran perusahaan ini sudah sangat bertanggung jawab sampai saat ini. Pelayanan disisi ini ditetapkan sebagai juru kunci dari penelitian ini.

Selain itu subjek penelitian ini juga dibantu oleh kedua pegawai perusahaan PT. Radja Rayeuk Indotama yang mana mereka juga terlibat aktif dalam bertanggung jawab

serta memberikan kontribusi ide-ide. Dan juga pada lingkup yang menjalankan dan memanfaatkan media relation melalui *facebook* untuk mendapatkan citra positif.

1.7 Tekni Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah menghasilkan data dari berbagai sumber, Adapun metode pengumpulan data skripsi yaitu :

1. Wawancara

Wawancara merupakan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dengan informasi guna memperoleh informasi atau keterangan secara langsung. Dengan metode wawancara peneliti harus memikirkan tentang pelaksanaan untuk bisa mendapatkan jawaban dari nara sumber dengan bertatap muka. Pewawancara mengajukan pertanyaan kepada nara sumber yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, hal ini dilakukan dengan menggunakan panduan untuk melakukan tanya jawab dengan maksud mendapatkan gambaran umum tentang topik yang diteliti. Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap pihak Hubungan Masyarakat dan Protokol Kabupaten Lembata guna mendapatkan informasi.³

Pada sesi wawancara peneliti menggunakan metode wawancara melalui secara tatap muka atau pun melalui via whatsapp. Pada wawancara ini peneliti ingin menggali lebih dalam lagi tentang manfaat timbal balik pelayanan yang mana memberikan dampak apa saja pada konsumen. Pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti ini, peneliti juga ingin mengetahui seberapa jauh hubungan pelayanan memanfaatkan konsumen pada pemasaran di facebook maupun tatap muka langsung ini. Peneliti juga akan menggali lebih dalam lagi apa dampak positif dan negatif pemasaran dari ini. Melakukan wawancara dengan ibu Rosmiati Dan Bapak Edi Wardani untuk pengambilan data lebih banyak lagi dengan melakukan wawancara dengan menaggali bagian pelayanan customer service.

2. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memperhatikan objek penelitian secara seksama. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak

³Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*, Alfabeta, Bandung

langsung. Observasi yang dilakukan disini difokuskan pada tiga komponen pada tiga komponen utama yaitu, pelaku,waktu dan aktivitasnya. Pengamatan ini di lakukan lansung oleh objek atau subjek dari penelitian agar data yang didapatkan sesuai dengan yang ada dan relevan dan sesuai dengan tujuan peneliti.

Pada observasi ini peneliti melakukan sesi pengamatan pada kualitas pelayanan perusahaan PT. Radja Rayeuk Indotama yang digunakan untuk menyampaikan informasi pada konsumen khususnya masyarakat umum, Hal ini dilakukan untuk bisa mengetahui seberapa jauh pemanfaatan pemasaran melalui sosial media *facebook*. Dalam melakukan observasi peneliti juga ingin menggali lebih dalam lagi tentang cara kerja sama bersama masyarakat yang mana sebagai penerima atau yang mengkonsumsi informasi yang dipublikasikan oleh pelayanan PT. Radja Rayeuk Indotama.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengumpulan data dan menganalisis dokumen-dokumen yang mempunyai hubungan dengan objek penelitian. Tidak kalah penting dengan metode-metode penelitian lain adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda dan sebagainya⁴. Selanjutnya data-data tersebut didokumentasikan dalam bentuk *cased-recorder* dan foto.

Sesi dokumentasi ini dilakukan saat melakukan proses wawancara secara online dan juga melakukan dokumentasi atau pengambilan foto pada pada saat wawancara tatap muka untuk menjadi bukti bagi peneliti dan juga melalui buku-buku, jurnal, media sosial, dan informasi berbasis internet lainnya yang mempunyai hubungan korelasi dengan tema penelitian ini.

1.8 Objek penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan PT.Radja Rayeuk Indotama terhadap kepuasan konsumen pasca transaksi.

1.9 Sumber Data

Dalam suatu penelitian sumber data merupakan salah satu fokus utama bagi seorang peneliti untuk bisa mendapatkan data-data yang diperlukan serta menjaring data dari

⁴ *Widoyoko, Eko Putro. Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian :Pustaka Pelajar, 2012*

satuan pengamatan. Berikut ada beberapa metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

A. Data Primer

Data primer merupakan salah satu data yang mana diambil atau didapatkan langsung dari sumbernya, yang mana merupakan data asli yang didapat peneliti di tempat penelitiannya data primer ini seperti melakukan wawancara, observasi ataupun pengamatan langsung.

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah diolah terlebih dahulu atau data yang diambil dari sumber lain oleh peneliti sebagai tambahan informasi. Data sekunder ini berupa buku, jurnal, publikasi pemerintah, dan juga sumber lain yang mendukung.

1.10 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data dengan mengambil metode kualitatif. Pada metode penelitian kualitatif terdapat beberapa teknik yang digunakan seperti, wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Dari hasil analisis data tersebut akan menjadi sebuah informasi yang akan lebih mudah dipahami, data yang sudah dianalisis akan dikelompokkan, yakni menjadi data-data yang penting dan juga data yang tidak penting.

Data kualitatif berbentuk deskriptif, data ini dapat dibagikan menjadi tiga bagian yaitu sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah sebuah proses untuk melakukan pemilihan data mana saja yang cocok dan akan digunakan untuk proses laporan penelitian. Reduksi data ini bisa jadi sebuah penyederhanaan data yang sudah diperoleh.

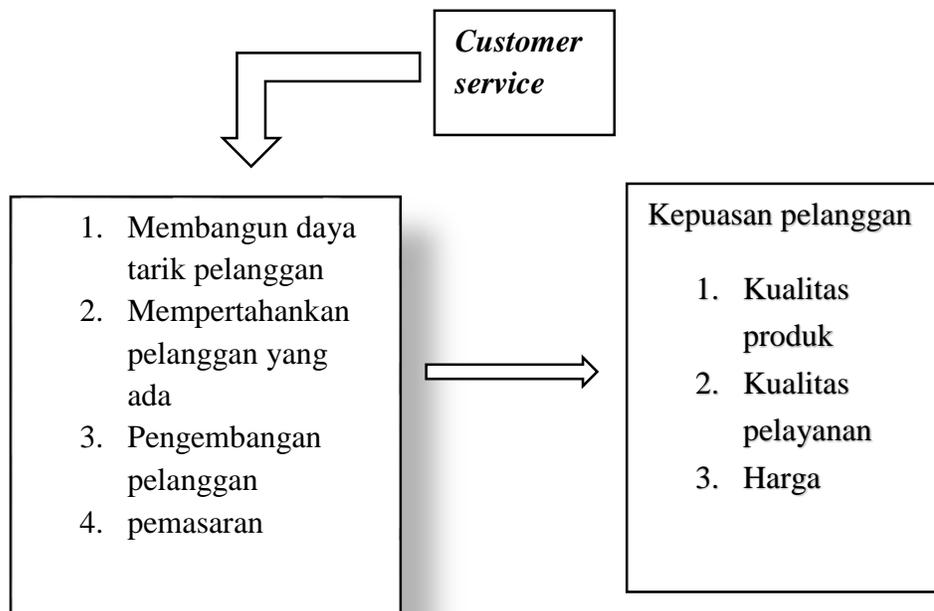
Karena biasanya hasil dari wawancara dan observasi akan melebar ke berbagai arah, sehingga adanya reduksi data agar tetap fokus.⁵

b. Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang – remang atau gelap, sehingga diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.⁶

c. Penarikan kesimpulan

Data yang sudah dipilih dan sudah disajikan dalam bentuk data maka akan ditarik sebuah kesimpulan, kesimpulan tersebut berisi informasi penting.



⁵ Bella arsita strategi komunikasi frontliner (customer service) dalam meningkatkan customer engagement di BCA kaliurang

⁶ Op.cit, Sugiyono, hal. 447.

Bagan 1. kerangka teori

- Membangun daya Tarik pelanggan perusahaan PT.Radj Rayeuk Indotama memanfaatkan media social seperti Facebook untuk memasarkan perumahan ini merupakan strategi yang ampuh karena mencakup luas interaksi dengan calon konsumen dan dengan terjaminnya kualitas produk yang digunakan perusahaan minsanya seperti menggunakan semen yang baik dan menggunakan batu bata yang bagus dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat.
- Mempertahankan pelanggan yang ada perusahaan menawarkan kualitas produk yang unggul dari produk lain dari segi bahan yang digunakan dan desain yang lebih kekinian dari perumahan lain dan dengan kualitas pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas.
- Pengembangan pelanggan dengan adanya kualitas pelayanan perusahaan PT.Radja Rayeuk Indotama yang cukup baik sehingga dapat memberikan arahan atau pelayanan yang baik dengan komunikasi yang lantang memberikan info-info yang penting dan teratur memberikan feedback ke pada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan PT.Radja Rayeuk Indotama.\
- Pemasaran adalah kunci utama dalam membangun daya Tarik dan pengembangan pelanggan dengan pemasaran yang lebih efektif sehingga bias menarik daya Tarik pelanggan dan dengan harga yang terhitung terjangkau oleh masyarakat luas.