

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan komunikasi antar personal merupakan kegiatan sehari-hari yang paling banyak dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial. Sebagian besar waktu yang digunakan adalah untuk berkomunikasi dengan manusia lain. Dengan demikian kemampuan berkomunikasi merupakan suatu kemampuan yang paling dasar. Akan tetapi, dalam kehidupan sehari-hari kita sering mengalami kendala atau perbedaan pendapat dengan lawan bicara, sehingga kita merasa tidak nyaman dengan situasi tersebut atau bahkan terjadi konflik yang disebabkan adanya kesalahfahaman dalam berkomunikasi.

Komunikasi antar personal atau antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik secara seketika (Syaiful, 2009 : 18). Komunikasi antar personal ini sangat membutuhkan kecerdasan dan juga etika dalam berbicara, hal ini menjadi kualitas penting bagi perusahaan. Hubungan komunikasi yang terjalin antara pihak perusahaan dengan publiknya haruslah terjaga dengan baik (Syaiful, 2009 : 18).

PT Putih Salju merupakan salah satu perusahaan garmen yang berdiri pada tahun 2007 dan bergerak dibidang pakaian jadi untuk ekspor serta pasar dalam negeri. PT Putih Salju saat ini sedang melakukan upaya-upaya penyebaran produk dan memperkenalkan produk kepada pelanggan. Dari hasil wawancara dengan manager marketing Bapak Eko pada tanggal 07 April 2015 pukul 13.00 pm,

bahwa PT Putih Salju memiliki pengalaman cukup lama dalam memasarkan produknya di berbagai wilayah Indonesia yang cukup di perhitungkan dan memiliki jumlah loyalitas tinggi dari para konsumen, namun sayangnya sampai saat ini PT Putih Salju belum memiliki lembaga kehumasan atau *Public Relations*. Oleh karena itu, fungsi *Public Relations* dikendalikan oleh pimpinan bahkan sering menunjuk bagian marketing untuk menjalankan fungsi PR tersebut.

Manajer operasional marketing *Public Relations* PT Putih Salju melakukan kegiatan pemasarannya dengan menggunakan komunikasi antar personal. Adapun cara yang dilakukannya yaitu dengan komunikasi langsung/tatap muka karena ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk, maka pihak marketing harus bisa berkomunikasi dengan baik dan mendengarkan segala keluhan pelanggannya.

Ketika melakukan kegiatan pemasaran, PT Putih Salju sangat mementingkan kualitas produk karena merupakan salah satu hal yang diperlukan dimata publik. Selain kualitas produk, kualitas komunikasi antar personal pun juga diperlukan untuk menunjang proses pemasaran produk dan untuk meningkatkan pelanggan. Tingkat perhatian masyarakat terhadap suatu produk akan tinggi jika suatu barang atau produk perusahaan memiliki mutu yang baik. Konsumen atau pelanggan akan merasa loyal terhadap suatu produk yang ditawarkan, sehingga peningkatan penjualan akan berkembang pesat.

Bapak Eko selaku manager menjelaskan, bahwa PT Putih Salju sering mengalami kendala yang terjadi dalam melakukan kegiatan jual beli yaitu menerima komplein dari pelanggan. Kendala yang terjadi pada saat penulis melakukan penelitian selama empat bulan yaitu PT Putih Salju mendapat komplein mengenai produk pakaian yang di beli oleh pelanggan yang merupakan jenis pakaian anak. Di dalam pakaian tersebut terdapat beberapa label yang tidak ada merek-nya. Disamping itu perusahaan tidak selalu memisahkan antara barang yang *riject* tidak ada label maupun barang *riject* lainnya dengan barang yang kualitasnya bagus.

kendala lainnya adalah proses pengiriman barang dimana petugas pengiriman barang dari perusahaan tersebut masih kurang dan transportasi yang kurang memadai sehingga pelayanan untuk kirim barang sering terlambat. Meski demikian perusahaan selalu mengupayakan pengiriman yang terlebih dahulu dekat. PT Putih Salju menerima lima kompleinan pada bulan pertama, Selanjutnya pada bulan kedua PT Putih Salju menerima kompleinan sebanyak tujuh masalah yang di terima dari pelanggan. Pada bulan ke empat Komplein dari pelanggan menurun menjadi dua masalah dan di bulan ke empat PT Putih Salju hanya menerima satu komplein dari pelanggan.

Manager marketing PT Putih Salju Bapak Eko menjelaskan, dalam menanggapi keluhan pelanggan biasanya jika di temukan barang yang *reject*, perusahaan memberikan diskon atau potongan harga yang sesuai dengan harga yang di sepakati oleh penjual dan pembeli. PT Putih Salju juga memberi kesempatan kepada para pelanggannya untuk mengecek ulang barang yang sudah

di beli dan jika ada masalah, segera melaporkan keluhan tersebut kepada marketing PT Putih Salju.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hubungan kualitas komunikasi antar personal (tatap muka) dengan loyalitas pelanggan terhadap produk merupakan hal yang menarik untuk di bahas karena selain untuk mengetahui hubungan tersebut juga bisa melihat respon yang di terima dari pelanggan terhadap produk PT Putih Salju.

1.2 Rumusan Masalah

Berkaitan dengan batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah pokok penelitian sebagai berikut :

“Sejauhmana hubungan kualitas komunikasi antar personal dengan loyalitas pelanggan PT Putih Salju terhadap produk?”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, penulis mengidentifikasi masalah selama empat bulan yang menyebabkan PT Putih Salju sering menerima komplein dari pelanggan terhadap produk, yaitu sebagai berikut:

1. Apa yang menyebabkan PT Putih Salju sering menerima komplein dari pelanggan terhadap produk?
2. Apa yang dilakukan PT Putih Salju untuk menanggapi masalah komplein dari pelanggan terhadap produk?

3. Apakah ada hubungan kualitas komunikasi antar personal (tatap muka) dengan loyalitas pelanggan PT Putih Salju terhadap produk?

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus, maka perlu untuk membatasi penelitian skripsi ini sebagai berikut :

1. Kualitas komunikasi antar personal PT Putih Salju.
2. Loyalitas pelanggan PT Putih Salju terhadap produk.

1.5 Maksud & Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka maksud & tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas komunikasi antar personal PT Putih Salju dan loyalitas pelanggan PT Putih Salju terhadap produk
2. Untuk mengetahui hubungan kualitas komunikasi antar personal dengan loyalitas pelanggan PT Putih Salju terhadap produk.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Kegunaan secara Teoritis/Akademis
1. Bagi peneliti dan Civitas akademik penelitian ini merupakan proses belajar untuk lebih kritis dalam melakukan penelitian mengenai kualitas komunikasi antar personal atau komunikasi secara tatap

muka, serta berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan literatur penunjang bagi civitas akademik dalam penelitian-penelitian sejenis.

- Kegunaan secara praktis

- Bagi PT Putih Salju dapat menjadi bahan masukan sebagai bahan informasi mengenai kualitas komunikasi antar personal dalam menawarkan suatu produk kepada pelanggan. sehingga pelanggan akan lebih loyal terhadap produk yang di jual PT Putih Salju.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistem penulisan skripsi ini, diuraikan secara singkat mengenai isi dari tiap bab. Penelitian ini terdiri dari lima bab yang nantinya akan menguraikan masalah secara runtun. Berikut adalah pembagian dari setiap bab.

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab yang pertama ini akan diuraikan dan di bahas secara umum mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian baik secara akademis maupun praktis, dan sistematika penulisan dalam skripsi ini.

BAB II KERANGKA TEORITIS

Dalam bab ini, penulis memaparkan teori-teori yang relevan dengan permasalahan penulisan digunakan dalam menunjang pembahasan dan pengolahan data serta analisis yang berhubungan dengan pemecahan masalah pada penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga, dijelaskan mengenai metode penelitian, design penulisan penentuan dari sumber data menjadi informasi, unit analisis, teknik pengumpulan data, rehabilitas, dan validitas alat ukur, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan akan pembahasan tentang subjek yang diteliti yang memiliki hubungan keseluruhan dengan pembahasan skripsi, hasil penelitian guna mendapatkan jawaban dari pokok masalah yang diteliti, uji hipotesis dan pembahasan terhadap hasil penelitian data dikaitkan dengan kerangka teori.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai rangkuman dan kesimpulan secara umum tentang hasil penelitian. Peneliti juga memberikan saran-saran pada bab lima sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan harapan akan berguna bagi perusahaan dan masyarakat luas.