

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

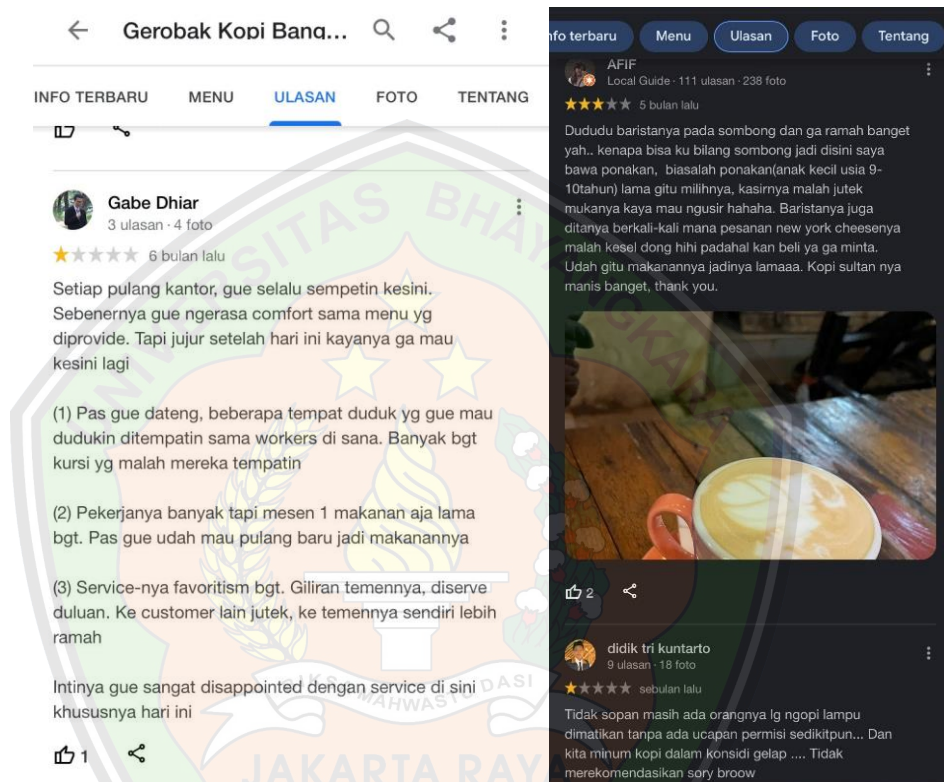
Persaingan bisnis dan usaha di era globalisasi saat ini semakin cepat. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku usaha untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing bisnis lainnya. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan daya saing. Harapan pelanggan selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan mengevaluasi pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang berkaitan dengan sejauh mana penyedia jasa dapat memberikan suatu bentuk pelayanan yang memenuhi harapan pelanggannya.

Menurut (Lupiyoadi, 2013:213) berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris atau keterbaliknya terhadap sikap positif dan kepuasan pelanggan, yaitu pelayanan yang buruk akan berakibat lebih besar terhadap sikap positif dan kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik, implementasi strategi dengan kategori terbaik akan menjadi peningkatan kepuasan dan kesetiaan pelanggan.

Bidang usaha yang bergerak dalam bidang jasa maupun produk terkadang mendapatkan sesuatu opini atau pendapat pelanggan yang berbeda-beda, pada sesuatu hal kepuasan yang telah mereka dapatkan setelah berkunjung ke bidang usaha tersebut, karena pada bidang usaha ini dapat dirasakan terhadap pelayanannya, sehingga terkadang pendapat pelanggan setelah berkunjung ke usaha ini dapat berbeda-beda. Maka pada hal tersebut, pelayanan kepada pelanggan

menjadikan sebagai salah satu hal penting untuk memuaskan pelanggan selain menikmati produk yang dijual oleh usaha kepada pelanggan, dengan melakukan pelayanan yang baik dan prima menjadikan pelanggan merasa dihargai dan direspon dengan baik oleh usaha kuliner terkait dengan suatu kebutuhan, keinginan ataupun sesuatu keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pelanggan.



Gambar 1.1 Review Pelanggan

Seperti yang dialami oleh Bang Raden Gerobak kopi ini, ia pernah beberapa kali mendapatkan kritik dan rating buruk pada review aplikasi Zomato dan google dari beberapa pengunjungnya, karena terdapat beberapa faktor menurut pengunjung yang memberikan rating buruk tersebut, mereka berpendapat bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi pelayanannya dianggap buruk, seperti terlihat dari gambar diatas, Gabe Dhiar selaku pengunjung memberikan *review* buruk karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bang Raden ini lama, dan tidak adil. karena menurut ia, karyawan Bang Raden melakukan pelayanan tidak secara adil, karyawan memberikan perbedaan pelayanan terhadap temannya sendiri dengan

orang lain, lalu Afif selaku pengunjung Bang Raden juga memberikan kritik, ia berpendapat bahwa baristanya sombong dan tidak ramah, pada saat sedang memilih menu karena lama, kasirnya malah jutek dan pesanan makanan nya pun jadinya lama, dan Didik Tri Kuntarto mengkritik karyawan yang dianggap tidak sopan, karena mematikan lampu tanpa izin dahulu kepada pelanggan yang berada disana.

Karyawan yang melakukan komunikasi dengan jelas dan melakukan pelayanan yang baik dan prima dapat dilihat dari sebuah perilaku yang ramah, lembut dan juga *responsive* saat melayani pelanggan yang berkunjung. Dari hal tersebut maka dibutuhkan suatu standar dalam segi pelayanan, sehingga karyawan bisa mengerti apa yang harus dilakukannya untuk melayani pelanggan dengan baik dari segi komunikasi dan perilaku, karena pada hal ini, karyawan menjadi garda terdepan dalam bertemu dan melakukan komunikasi secara langsung dengan pelanggan, maka kualitas pelayanan harus sangat penting dimiliki oleh karyawan pada bidang usaha ini untuk menumbuhkan rasa kepuasan pada pelanggan.

Pada hal tersebut, komunikasi pelayanan dalam bidang usaha diwakilkan oleh karyawan kepada pelanggan, tidak hanya mewakili diri nya sendiri saja, namun karyawan juga mewakili atau representasi dari bidang usaha tersebut, maka dari itu komunikasi pelayanan yang dilakukan oleh karyawan harus memiliki standar yang sesuai oleh bidang usaha, agar *images* perusahaan dapat dicerminkan oleh karyawan. Komunikasi pelayanan yang baik juga menjadi sebuah faktor dalam menjalin hubungan atau seluruh bagian stakeholder yang berhubungan dengan perusahaan tersebut.

Komunikasi pada sebuah organisasi, baik secara internal maupun eksternal mempunyai harapan agar pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada *stakeholder* perusahaan mampu diterima dengan baik, sehingga dengan adanya hal tersebut, dapat menimbulkan sebuah *images* atau citra yang baik dimata pelanggan. Agar terciptanya kepuasan dan sikap positif bagi pelanggan, dapat melakukan cara memberikan pelayanan yang terbaik dan memiliki standar-standar pelayanan khusus agar menjadikan ciri khas tersendiri bagi sebuah perusahaan, yang bergerak dalam bidang jasa maupun menjual produk, agar memberi pedoman bagi karyawan-karyawan dalam melayani pelanggan.

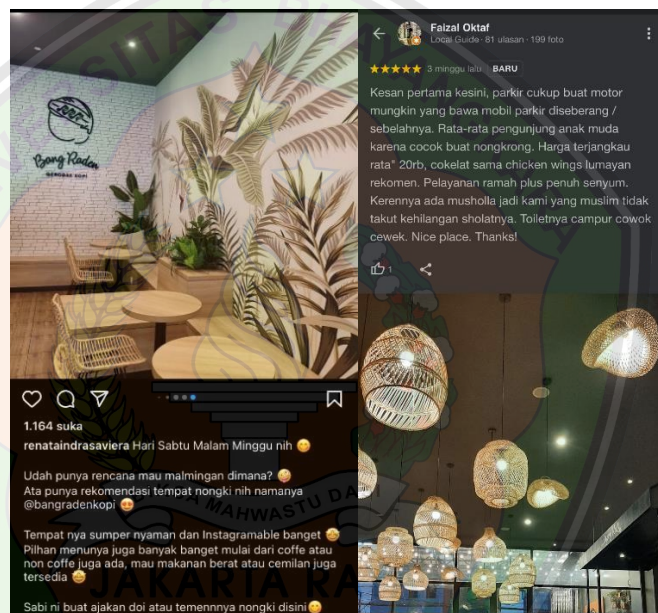
Dalam (Halim, 2021:121) berpendapat bahwa ketika seorang pelanggan merasa puas, maka kemungkinan besar mereka akan kembali lagi, akan melakukan pembelian ulang serta akan merekomendasikan kepada rekan-rekan nya. Loyalitas pelanggan menjadi suatu bukti bahwa mereka akan percaya terhadap perusahaan tersebut, hal ini dapat terlihat dari perilaku mereka yang tidak akan berpaling kepada perusahaan lain, walaupun adanya penawaran produk ataupun jasa yang lebih.

Di zaman modern, menuntut bidang usaha apapun, termasuk kuliner atau FNB untuk bisa kompetitif agar mampu bertahan ditengah persaingan. Seperti perkembangan dunia bisnis pada bidang kedai kopi, karena pada saat ini kopi menjadi salah satu kebutuhan manusia, munculnya berbagai kedai kopi yang unik, dan trend kopi sebagai gaya hidup masyarakat dari berbagai macam kalangan, dari anak muda maupun orang tua, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Pertumbuhan bisnis kedai kopi tersebut juga terjadi di Bekasi yang saat ini bermunculan berbagai macam kedai kopi, kafe atau warung kopi salah satunya adalah Bang Raden Gerobak Kopi.

Bang Raden Gerobak Kopi merupakan salah satu coffeshop di Bekasi yang berdiri sejak tahun 2018. Bang Raden Gerobak Kopi mempunyai konsep awal yaitu menjual kopi dengan gerobak sederhana, namun seiring perkembangannya, Bang Raden Gerobak Kopi berubah menjadi *Coffe shop*, yang pada saat ini memiliki 3 cabang, 2 cabang berada di Bekasi, dan 1 cabangnya berada di Kota Bandung. Bang Raden Gerobak kopi menyediakan berbagai macam kopi local yang bisa dinikmati oleh para pelanggan,

Seperti pada umumnya, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produk maupun jasa, Bang Raden juga memiliki tujuan perusahaan ialah meningkatkan dan mempertahankan eksistensinya melalui kualitas produk dan pelayanan nya. Akan tetapi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Bang Raden tidak lagi menggunakan startegi persaingan harga seperti yang selama ini dilakukan oleh para pesaingnya.

Perusahaan menambahkan *value*, *value* yang diberikan seperti meningkatkan kualitas produk, seperti rasa, ukuran komposisi bahan dan penampilan, lalu meningkatkan pelayanan kepada konsumen seperti melayani secara responsif dan berdedikasi, lalu memanfaatkan testimoni positif pelanggan, karena dengan menunjukan testimoni yang positif para calon pelanggan akan melihat *value* apa yang nantinya mereka akan dapatkan dari usaha tersebut. sehingga pelanggan akan merasa pantas membayar dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut. Dalam keuntungan ini dapat mendorong program untuk layanan dengan mengandalkan karyawan atau pegawai yang bekerja di perusahaan tersebut.



Gambar 1.2 Review Pengunjung Bang Raden Gerobak kopi

Seperti yang terlihat pada gambar 1.2 diatas, berikut adalah beberapa testimoni kepuasan pelanggan yang sudah berkunjung ke Bang Raden Kopi, pelanggan tersebut mengunggah postingan di halaman instagramnya dan ulasan di google dengan memberikan testimoni/*review* bahwa Bang Raden Kopi memiliki tempat yang nyaman, harga terjangkau, pelayanan yang ramah dan penuh senyum, ia pun merekomendasikan untuk berkunjung ke Gerobak Kopi Bang Raden, dengan adanya hal tersebut, dapat menjadi sebuah promosi yang baik bagi perusahaan.

Bang Raden Kopi memiliki beberapa karyawan atau pegawai yang telah dibagi menjadi bagian yang sesuai dengan divisi nya masing-masing, seperti

Barista, Koki, Kasir, dan waiters. Jika dilihat dari berbagai macam divisi diatas, maka proses komunikasi pelayanan yang sering terjadi ialah pada divisi waiters dan kasir, akan tetapi pihak manajemen Bang Raden menerapkan sistem *rolling* dalam penerapan sistem nya. Jadi, pada hal ini setiap semua divisi di Kopi Bang Raden pasti akan terlibat komunikasi pelayanan dan tentunya mereka dibekali pengetahuan khusus mengenai komunikasi pelayanan terhadap pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan merasa asing jika pada saat menikmati waktu di Bang Raden kopi.

Bang Raden kopi sangat memperhatikan terhadap kemampuan karyawan sebagai marketing dalam berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, karena karyawan juga harus dapat membangun citra diri yang baik dan menarik, karena ia menjadi pelaku sebagai sebuah ujung tombak bagi perusahaan yang akan mendeskripsikan image perusahaan kepada konsumen ataupun pelanggan. Dengan menjalankan komunikasi serta hubungan antar pribadi yang baik akan menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan terhadap kedua belah pihak. Karena jika karyawan memiliki kepribadian yang menarik dan baik, orang pun akan tertarik dan sulit untuk melupakannya.

Hal tersebut juga menjadi sebuah promosi bagi perusahaan, maka jika sebaliknya, jika karyawan mempunyai kepribadian buruk maka hal tersebut akan mengecewakan pelanggan sehingga akan merugikan perusahaan. Maka dari itu, karyawan harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, agar komunikasi yang disampaikan kepada konsumen sesuai dengan target dan tujuan agar mencapai sasaran.

Adanya kualitas komunikasi pelayanan terhadap pelanggan akan menumbuhkan kepuasan pelanggan, hal tersebut pun dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu berpikiran positif, bersikap menghargai, perhatian, mendengarkan, dapat memahami dengan baik, sopan, rendah hati dan melayani dengan komunikatif. Melakukan pemikiran positif merupakan sikap yang didasari oleh pola pikir sehat, logis dan rasional. Dalam melakukan komunikasi, karyawan wajib mengutamakan berpikir positif dan mengesampingkan sifat emosional. Dengan hal tersebut, maka akan terjalin sebuah hubungan yang baik dengan pelanggan. Sehingga akan

terciptanya satu pemahaman tentang saling menghargai dan menghormati antara satu dengan yang lain.

Karyawan harus mempunyai sebuah sikap menghargai dalam melayani pelanggan. Salah satunya adalah menyambut pelanggan yang baru datang dengan menggunakan tutur kata yang baik, sopan dan bersahabat, mendengarkan baik setiap permintaan pelanggan dengan sikap yang penuh perhatian, membuat suasana yang menyenangkan dengan ramah tamah dan simpatik, melakukan pelayanan terhadap pelanggan dengan tidak memandang latar belakang dan status sosialnya. Karyawan juga harus mempunyai sikap untuk menghargai dan memberi kebebasan kepada pelanggan untuk menanyakan dan memilih menu sesuai dengan keinginannya. Pada posisi ini karyawan hanya membantu memberikan seputar informasi mengenai produk yang ditawarkan berdasarkan kelebihan maupun kekurangannya.

Berdasarkan apa yang sudah di paparkan diatas, peneliti secara spesifik tertarik untuk mengamati tentang hubungan komunikasi pelayanan yang dilakukan oleh karyawan dengan pelanggan, Untuk mengetahui apakah jenis komunikasi pelayanan memiliki hubungan pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “Hubungan Komunikasi Pelayanan Bang Raden Gerobak Kopi pada kepuasan pelanggannya”

1.2 Rumusan masalah:

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti menarik rumusan masalahnya sebagai berikut “Hubungan komunikasi pelayanan dan konsumen pada Bang Raden Gerobak kopi”

1.3 Identifikasi masalah penelitian:

Sejauh mana hubungan komunikasi pelayanan Bang Raden Gerobak Kopi pada Kepuasan Pelanggan nya.

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah peneliti tuliskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah; Untuk mengetahui hubungan antara komunikasi pelayanan pada Gerobak Kopi Bang Raden pada kepuasan pelanggannya.

1.5 Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- A. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan keilmuan peneliti dalam wacana ilmu komunikasi yang berfokus pada kajian komunikasi pelayanan.
- B. Diharapkan penelitian ini mampu untuk memberikan kreatifitas dan ide yang lebih inovatif dalam menerapkan komunikasi pelayanan terhadap sikap positif pelanggan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- A. Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai masukan untuk pihak-pihak terkait.
- B. Bagi Gerobak Kopi Bang Raden Bekasi , agar penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu masukan dan sumbangan informasi tentang penilaian dalam bidang komunikasi pelayanan dan sikap positif pelanggan.