

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan bisnis khususnya pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan produk, pelayanan menjadi sangat penting untuk mendapatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat menjalin hubungan baik dengan mereka. Begitu pun dengan PT Oke *Network Printing* yang juga selalu berusaha memberikan layanan yang baik untuk pelanggan atau konsumennya. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa puas dan loyal terhadap pemakaian jasa dan produk perusahaan.

PT Oke *Network Printing* memiliki *website* untuk mencetak yakni www.okeprint.com yang melayani segala kebutuhan cetak mulai dari brosur, banner, pin, buku dan lain sebagainya yang bisa diakses oleh pelanggan untuk membuat pesanan dan juga terhubung langsung dengan aplikasi whatsapp untuk berkomunikasi dengan pelanggan baik berkomunikasi terkait produk yang dicetak hingga penanganan dalam keluhan pelanggan. Oleh karena itu, PT Oke *Network Printing* membutuhkan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan agar pelanggan dapat merasa nyaman dan puas dalam menggunakan jasa dan produk perusahaan.

Bagi PT Oke *Network Printing* pelayanan yang terbaik sangatlah penting karena akan memberikan kepuasan kepada pelanggan dan hal tersebut dapat menarik konsumen baru untuk memakai jasa dan produk perusahaan melalui rekomendasi pelanggan yang loyal. Tak sedikit juga pemasalahan-permasalahan terhadap pelanggan terjadi di PT Oke *Network Printing* ini. Contohnya keluhan pelanggan yang diambil dari *Google Maps Review* yang ditulis oleh Nurisa Winanda, pada Maret 2023:

“Terima ordernya cepet, giliran udah jadi lama banget kasih kabarnya, di WA berkali² ga dibalas², padahal status online. Print 3 lembar A3 dari jam 1, baru bisa diambil jam 20:30” (Keluhan pelanggan via *Google Maps* oleh Nurisan Winanda)

Dalam tulisannya Nurisa di google review menjelaskan pesanan yang dilakukan dengan jumlah 3 lembar tidak mendapatkan respon atau kabar pada pesanan hingga berjam-jam. Tentu saja hal ini dapat mengecewakan pelanggan karena kurangnya respon perusahaan menanggapi pesan pelanggan. Seharusnya perusahaan segera merespon pesan tersebut dan memberikan kabar cetakan yang dipesannya sudah selesai atau belum, sehingga pelanggan bisa mengambil pesannya di PT Oke *Network Printing*. Apabila pelanggan memiliki rasa kecewa dengan sikap perusahaan yang tidak cepat tanggap tersebut maka pelanggan pun perlahan-lahan akan pergi begitu saja. Maka inilah yang nantinya akan merugikan perusahaan.

Menurut Yoeti (2006) pelanggan adalah orang yang biasanya membutuhkan barang dan jasa, yang memiliki kesempatan untuk melakukan pembelian. Pelanggan ibarat raja yang keinginan dan kebutuhannya harus terlayani dengan baik. Dapat disimpulkan pelanggan harus dilayani dengan baik layaknya raja serta kebutuhannya dipenuhi sesuai dengan yang dinginkannya.

Layanan pelanggan seringkali sulit dipahami karena setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda. Namun, pelayanan kepada pelanggan masih tetap dapat dirasakan dan dialami. Ketika kita berinteraksi dengan pelanggan, kita juga bisa mencari masukan atau mendengarkan keluhan bahkan harapan pelanggan karena kita tidak bisa benar-benar membaca pikiran mereka. Oleh karena itu pelayanan terbaik harus ditawarkan kepada mereka, karena pada dasarnya setiap pelanggan ingin dilayani dengan baik bahkan hingga tahap pelayanan pelanggan yang berkualitas.

Pelayanan yang berkualitas juga berhubungan dengan bagaimana perusahaan menangani keluhan pelanggan yang telah kecewa pada jasa dan produk yang dipesan. Hal ini akan membuat pelanggan yang kecewa mempunyai hubungan baik kembali kepada perusahaan dan tetap memakai jasa dan produk tersebut. Penanganan keluhan pelanggan harus dilakukan oleh seseorang yang mampu dalam mengatasi berbagai masalah keluhan pelanggan serta adanya Standar Operasional Prosedur (SOP). Namun hal ini tidak ditemukan pada PT Oke *Network Printing*.

Berawal dari penanganan keluhan pelanggan yang masih ditangani oleh *Front Office Staff* dan *Admin Divisi Online* dan tidak adanya SOP dalam menangani keluhan pelanggan tersebut sehingga akan terjadi standar penanganan yang berbeda-beda. Menurut Sailendra (2015), Standard Operating Procedures (SOP) adalah pedoman yang dimaksudkan untuk memastikan bahwa pekerjaan dan fungsi operasional suatu organisasi atau bisnis berjalan dengan lancar. Dengan kata lain, SOP merupakan langkah atau acuan yang dibuat perusahaan agar operasional berjalan dengan baik, jika hal ini tidak ada maka kinerja perusahaan akan menjadi tidak efektif dan perusahaan juga berjalan dengan pedoman yang tidak jelas.

Dengan tidak adanya SOP dalam penanganan keluhan pelanggan tersebut membuat pelanggan akan merasa diperlakukan secara berbeda dengan pelanggan lain karena setiap orang atau karyawan memiliki cara yang berbeda-beda dalam menangani keluhan tersebut. Hal ini akan menimbulkan kekecewaan baru bagi pelanggan dalam penanganan keluhan dan pelanggan akan menghilang yang menjadi ancaman bagi perusahaan. Membina hubungan baik dengan pelanggan yang sudah terjalin atau biasa disebut *Customer Relationship Management (CRM)* sangatlah penting. Maka dengan hal tersebut akan mempengaruhi kesetiaan pelanggan atau akan terciptanya pelanggan loyalitas yang akan menguntungkan perusahaan.

Storbacka dan Lehtinen (2001) mengatakan *Customer Relationship Management (CRM)* adalah hubungan kolaboratif antara penyedia layanan dan pelanggan, sehingga kedua belah pihak sama-sama mendapatkan keuntungan dari pertukaran hubungan yang dapat meningkatkan nilai mereka.

Menurut Lukas (2001), Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* memiliki beberapa tujuan, seperti: untuk menarik konsumen, mengenal konsumen, mempertahankan konsumen yang menguntungkan, mengembangkan konsumen yang menguntungkan, dan mengubah konsumen yang belum menguntungkan menjadi menguntungkan. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa CRM bertujuan untuk proses penyesuaian antara perusahaan dengan pelanggannya. Maka dengan adanya CRM dapat mengubah pelanggan yang

kecewa menjadi berhubungan baik kembali dan perusahaan memperoleh keuntungan.

Jika dibandingkan dengan perusahaan yang sejenis di sekitar PT Oke Network Printing antara lain Snapy, dan Dhika 4 *Print*, PrintMu, PT Oke Network Printing memiliki rating yang cukup tinggi hal tersebut dapat membantu perusahaan mendapatkan pelanggan baru.

Tabel 1.1 Perbandingan Rating Perusahaan

No.	Nama Perusahaan	Rating	Ulasan
1.	Snapy	4,5/5,0	280 Ulasan
2.	Okeprint Cibubur (ONP)	4,4/5,0	356 Ulasan
3.	Dhika 4 Print	4,3/5,0	739 Ulasan
4.	PrintMu	5,0/5,0	375 Ulasan

Pada table 1.1 dapat disimpulkan bahwa ONP memiliki rating yang cukup tinggi dibanding Dhika 4 *Print* tetapi juga dianggap rendah jika dibandingkan dengan PrintMu, meskipun rating yang didapat tidak begitu tinggi dan PT Oke *Network Printing* tidak memiliki SOP dalam penanganan keluhan pelanggan dan tidak adanya divisi khusus yang mengatasi berbagai masalah keluhan pelanggan, omzet penjualan masih tetap stabil bahkan meningkat dari bulan Februari 2023 hingga Maret 2023 sekitar 7%. PT Oke *Network Printing* merupakan perusahaan jasa dan memproduksi produk berupa cetakan diantaranya brosur, banner, pin, dan kebutuhan cetak lainnya. Perusahaan ini merupakan anak perusahaan OKE Print Grup yang PT Oke *Network Printing* telah memiliki dua cabang yakni Cibubur dan Cikarang. Peneliti memilih penelitian di cabang Cibubur karena cabang pertama PT Oke *Network Printing* berada di Cibubur serta masalah yang didapat cukup unik untuk diteliti.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka diperlukan penelitian mengenai strategi komunikasi dalam memberikan pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan pada perusahaan jasa percetakan karena perusahaan jasa percetakan ini dibutuhkan bagi masyarakat untuk kebutuhan pribadi maupun

perusahaan. Sehingga, peneliti dapat mengetahui bagaimana PT Oke *Network Printing* dalam melakukan strategi komunikasi pelayanan dalam penanganan keluhan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis dapat memaparkan rumusan masalah pada penelitian ini yakni:

“Bagaimana strategi komunikasi layanan dalam penanganan keluhan pelanggan di PT Oke *Network Printing*?”

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian terdapat tujuan yang dilakukan oleh penulis yaitu untuk menganalisis gambaran strategi komunikasi layanan dalam penanganan keluhan pelanggan di PT Oke *Network Printing*.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat akademis dan manfaat praktis dalam penelitian yang dilakukan penulis ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Memberikan pemikiran baru dalam ide dan tulisan yang dibuat, serta memperluas pendalaman studi ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi pelayanan, dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan judul dan pembahasan serupa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata kepada pihak PT Oke *Network Printing* tentang pentingnya strategi komunikasi pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan.