

BAB I

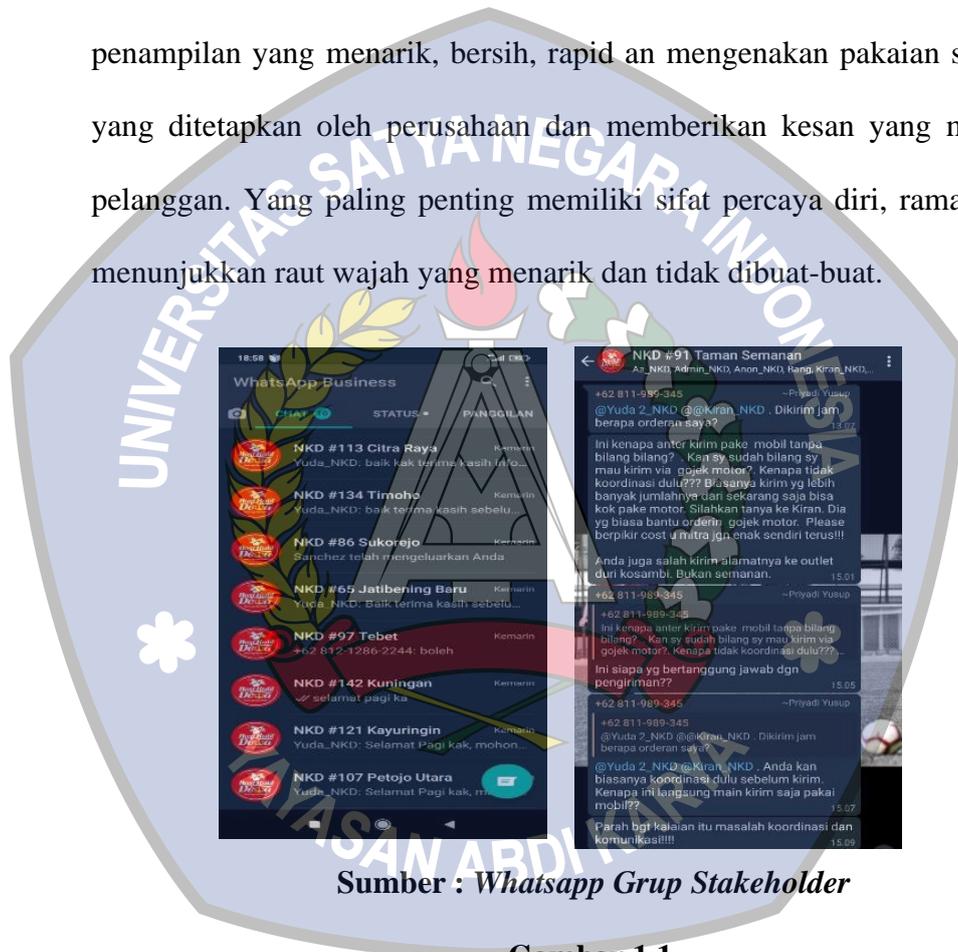
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kualitas pelayanan baik dan buruknya yang diberikan perusahaan atau *institusi public* kepada pelanggan, sejak lama sudah disadari banyaknya kerugian untuk perusahaan. Pelayanan ini diberikan oleh *stakeholder* langsung berhubungan dengan keberlangsungan salah satu perusahaan. Pelanggan pada saat ini sudah mulai selektif dalam mencari suatu produk makanan yang sangat praktis, harganya terjangkau, dan juga baiknya pelayanannya.

Untuk saat ini perusahaan bersaing berikan pelayanan yang terbaik kepada *stakeholder*. Oleh karena itu perusahaan ingin meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan menggunakan sistem baru, yang dimana bertujuan untuk membantu memudahkan *stakeholder* untuk mendapatkan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena pelayanan yang kualitasnya kurang baik akan memberikan dampak ketidaknyamanan bagi *stakeholder*. Untuk ini bisa menyebabkan pelanggan beralih kepada produk lain yang dimiliki oleh para pesaing. Pada kondisi adanya pesaing yang ketat seperti ini, hal yang utama harus diprioritaskan oleh perusahaan yaitu kepuasan *stakeholder*, untuk dapat bertahan dan bersaing. Perusahaan harus mengetahui hal apa saja yang dianggap penting oleh perusahaan agar menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan *stakeholder*. Adanya *customer service* didalam

perusahaan yaitu memiliki tugas sebagai pusat informasi, sarana konsultasi, dan pemecahan masalah untuk setiap klien atau pelanggan yang dimiliki perusahaan. Untuk dapat meningkatkan pelayanan dan memuaskan pelanggan, setiap *customer service* harus menguasai dan memahami cara kerja yang sesuai dengan standar perusahaan. Yaitu harus mempunyai penampilan yang menarik, bersih, rapi dan mengenakan pakaian seragam yang ditetapkan oleh perusahaan dan memberikan kesan yang memikat pelanggan. Yang paling penting memiliki sifat percaya diri, ramah, tulus, menunjukkan raut wajah yang menarik dan tidak dibuat-buat.



Gambar 1.1

Nasi Kulit Dewa juga selalu menjaga ke higienisan produk dan menggunakan konsep kemasan yang praktis untuk mendukung konsep *Food To Go* atau *Grab and Go*. Dengan konsep tersebut menjadikan Nasi Kulit Dewa sebuah usaha makanan yang sangat menjajikan.

Pada awal mulanya Nasi Kulit Dewa hanya membuka beberapa *outlet* yang dikelola langsung oleh PT Dewa Kuliner Indonesia. Setelah terbukti sukses di berbagai *outlet*, Nasi Kulit Dewa membuka kemitraan peluang usaha dibidang kuliner yang paling menjajikan di era *new normal* sekarang ini. Mengusung visi untuk nasi kulit terbaik, dengan misi memberikan masyarakat produk yang enak, murah, dan kenyang. Nasi Kulit Dewa akan menjadi brand yang paling diminati.

Saat ini berkembangnya dunia bisnis yaitu salah satunya disebabkan oleh naiknya kesejahteraan masyarakat dan kepuasan pelanggan. Masyarakat pada saat ini cenderung ingin membuka usaha sendiri untuk mendapatkan pemasukan. Sehingga mereka memilih bergabung dengan kemitraan yang ditawarkan oleh perusahaan. Kemitraan yang ditawarkan perusahaan ini adalah suatu produk makanan yang mempunyai khas dan cita rasa sendiri yaitu nasi kulit dewa. Nasi kulit dewa ini adalah suatu produk makanan siap saji yang dimana *brand* ini menjual menu makanan tujuan utamanya ialah kulit ayam yang diolah menjadi *crispy* dan gurih.

Tidak hanya kulit ayam saja nasi kulit dewa ini menjual juga menu tambahannya seperti, telur, empal, ayam dan paru. Dilihat dari berkembangnya *brand* ini yaitu *brand* yang berkembang pesat pertumbuhannya, dengan hal ini sudah terbukti sejak awal berdirinya pada tahun 2020 yang saat itu hanya memiliki 1 (satu) *outlet* saja dan didirikan di area Kemayoran Jakarta Pusat. Untuk saat ini telah menjadi besar, sudah

terbukti pada saat ini nasi kulit dewa memiliki 130 *outlet* berbagai kota di Indonesia.

Dalam menjalani bisnis ini tidaklah mudah, terutama adanya pesaing yang bersaing dalam jenis usaha yang sama, beberapa pesaing Nasi Kulit Dewa, seperti Nasi Kulit Malam Minggu, Nasi Kulit Syurga dan Goskin. Dengan adanya pesaing tersebut, perusahaan sangat berambisi untuk menjadi yang terbaik dari pesaing tersebut. Dengan berkembang pesatnya bisnis yang dikelola perusahaan tersebut tidak bisa dipungkiri terdapat banyak masalah yang timbul seperti, tidak tepat waktunya pengiriman bahan baku, terdapat banyak keluhan dari para mitra yang tidak bisa ditanggapi secara cepat, grup *whatsapp* yang terlalu banyak untuk menampung keluhan dan permintaan para mitra, mitra merasa kurang cepat tanggap dalam menangi keluhan mereka.

Adanya komplain yang sering terjadi berupa kurangnya respon dari karyawan, dan terlambatnya proses pemesan bahan baku, informasi mengenai manajemen fee yang kurang jelas informasinya, sehingga dapat menyebabkan menurunnya kepuasan *stakeholder* terhadap kinerja karyawan berdampak pada memburuknya citra pada perusahaan. Yaitu pesan informasi tidak pernah terukur tingkat kepuasan terkait pelayanan dari nasi kulit dewa. Proses penanganan komplain yang lambat menurut penulis masih menjadi kendala tersendiri. Dan juga kepuasan pelanggan Nasi Kulit Dewa jadi menurun karena adanya masalah yang dihadapi *stakeholder* oleh perusahaan tersebut.

Pelayanan informasi *customer service* dapat berjalan dengan baik, perusahaan mengharuskan setiap divisi yang membantu mitra untuk membuka dan menjalankan usahanya untuk bergabung ke dalam media *Whatsapp Grup* agar segala jenis dan bentuk komunikasi terkait dengan informasi dan pekerja dapat sampai kepada unit kerja dengan baik.

Penggunaan media *Whatsapp* juga dapat digunakan di luar jam kerja atau jam kantor, untuk pekerjaan yang dilakukan di luar jam kerja, dapat segera dikonfirmasi oleh karyawan. Selain itu, laporan-laporan kerja yang sedang dikerjakan juga dapat dikirimkan kepada *stakeholder* melalui media *Whatsapp* dan dapat dikirimkan di luar jam kerja kantor sebagai bentuk pelayanan informasi melalui aplikasi *chat* yang digunakan mengukur tingkat kepuasan *stakeholder*.

Oleh karena itu, penulis ingin melakukan survey kepada *stakeholder* Nasi Kulit Dewa terhadap pelayanan dan informasi yang diberikan oleh perusahaan melalui *customer service* perusahaan tersebut. Survey tersebut dilakukan untuk mengetahui seberapa puaskah *stakeholder* atas pelayanan dan informasi yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi terkait dengan pengaruh pelayanan informasi *customer service* dalam memaksimalkan aplikasi *chat* terhadap tingkat kepuasan mitra Nasi Kulit Dewa. Kehadiran *customer service* diharap dapat dijadikan sebagai media komunikasi *ekternal* yang baik dalam meningkatkan kepuasan *stakeholder* nasi kulit dewa. Maka dari itu, penulis

akan menjadikan uraian ini sebagai latar belakang dari penelitiannya dengan judul “Pengaruh Pelayanan Informasi *Customer Service* Dalam Maksimalisasi Aplikasi *Chat* Terhadap Tingkat Kepuasan *Stakeholder* Nasi Kulit Dewa”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di latar belakang rumusan masalah pada penelitian ini adalah: “Seberapa besar Pengaruh Pelayanan Informasi *Customer Service* Dalam Maksimalisasi Aplikasi *Chat* Terhadap Tingkat Kepuasan *Stakeholder* Nasi Kulit Dewa?”

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Pengaruh Pelayanan Informasi *Customer Service* Dalam Maksimalisasi Aplikasi *Chat* Terhadap Tingkat Kepuasan *Stakeholder* Nasi Kulit Dewa.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan manfaat yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi di dalam perusahaan dengan mitra dan pelangganya. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi penelitian serta sumber bacaan di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang komunikasi Interpersonal antara perusahaan dengan *stakeholder* Nasi Kulit Dewa.

