

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, kebebasan dalam menjalankan bisnis sangat nyata wujudnya dalam berbagai industri baik produk ataupun jasa. Hal ini dapat kita lihat dari pesatnya perkembangan industri di berbagai bidang sebagai contoh di Kota Medan ini. Beberapa hotel berbintang telah berdiri megah di sudut-sudut kota, rumah sakit, elektronik, pusat perbelanjaan, perbankan, hingga yang berhubungan dengan gaya hidup masyarakat salah satunya seperti kebutuhan akan jaringan seluler.

Dalam perusahaan jasa khususnya, konsumen sangat berperan penting bagi keberlangsungan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mencari cara bagaimana memperlakukan pelanggan sedemikian rupa sehingga memperlihatkan cara melayani sebaik mungkin serta menumbuhkan kesan atau persepsi positif dari konsumen itu sendiri sebagai *value* dari perusahaan.

Layanan merupakan bagian penting dari perusahaan dalam meningkatkan nilai atau *value* perusahaan bagi konsumen. Budaya layanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan dalam konsumsi produk atau pun jasa yang ditawarkan dan kepuasannya. Loyalitas dan kepuasan tersebut akan lebih kuat ikatannya jika perusahaan dapat memberikan informasi yang jelas dan menyediakan wadah untuk berbagai keluhan yaitu *customer service*.

Customer service merupakan pihak yang langsung menjembatani pelanggan dengan perusahaan, dalam hubungannya dalam transaksi ataupun operasional sehari-hari. Calon pelanggan ataupun pelanggan membutuhkan informasi akan produk atau jasa yang akan dan sedang dikonsumsi, sehingga mengerti dan menambah daya minat pelanggan itu sendiri. Terkadang apa yang tidak diinginkan pelanggan dari produk atau jasa yang ia konsumsi muncul dikarenakan berbagai hal apakah itu ketidaksesuaian informasi ataupun faktor lainnya dalam bentuk keluhan dapat mengurangi rasa percaya dan minat konsumen akan perusahaan beserta produk dan jasanya.

Terkadang *customer service* akan mengalami kesulitan dalam memberikan informasi dan menangani keluhan pelanggan. *Customer service* akan berusaha meyakinkan dan menjelaskan sebaik mungkin kepada pelanggan apa yang diharapkan mereka dari perusahaan tersebut. Dalam hal ini komunikasi antar pribadi yang efektif sangatlah penting.

Komunikasi yang efektif sangat diperlukan dalam memberikan informasi dan menangani keluhan yang muncul dari para konsumen. Tanpa komunikasi yang baik maka informasi akan sangat sulit dimengerti dan keluhan juga tidak akan dapat ditampung dan diselesaikan dengan baik. Sehingga muncul ketidakpuasan dari pelanggan yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan. Bisa saja dengan informasi yang kurang jelas dan keluhan yang tidak ditangani dengan baik maka pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut dan beralih ke perusahaan lain. Dalam hal ini, *customer service* sebagai komunikator perusahaan