

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas dasar semua orang dalam melakukan aktivitasnya. Dengan berkomunikasi, semua orang dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah, tempat kerja, sekolah, lingkungan masyarakat atau dimanapun berada. Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan. Komunikasi yang berkualitas adalah komunikasi yang efektif. Dimana dalam sebuah proses interaksi komunikasi, pesan oleh komunikator dapat tersampaikan dengan baik dan memberi *feedback* sesuai yang diharapkan atau sesuai tujuan.

*Frontliner* merupakan garda terdepan di suatu perusahaan yang secara langsung berhadapan dengan pelanggan (konsumen). Petugas *Frontliner* ini adalah kunci kedua setelah manajemen. Untuk melakukan tugas sebagai *Frontliner* secara baik dan benar maka diperlukan bekal kemampuan dan keterampilan untuk melayani pelanggan, secara mendasar mengenai dasar-dasar pelayanan pelanggan. Dasar dari pelayanan pelanggan salah satunya adalah komunikasi interpersonal yang harus dimiliki oleh *frontliner*.

Komunikasi Interpersonal yaitu komunikasi antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara tatap muka dengan adanya reaksi orang lain secara langsung, baik itu reaksinya secara verbal maupun non verbal (Mulyana, 2005:73). Agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan efektif maka *frontliner* harus

memahami komunikasi interpersonalnya, agar komunikasi interpersonal berjalan dengan semestinya.

Pada era globalisasi, suatu produk maupun jasa yang bersaing semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan dalam satu pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan tersebut, karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah dipasarkan. Semakin bertambahnya permintaan pelanggan maka PT. FIFGROUP ikut bersaing menawarkan kelebihanannya dibidang leasing. Salah satu faktor untuk memenuhi kepuasan pelanggan yaitu dengan adanya pelayanan yang baik. Dengan begitu PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap kinerja pegawai perusahaan terutama di posisi depan yakni *frontliner*.

Setiap usaha jasa selalu berusaha menyertai proses pelayanan yang baik terhadap pelanggannya. Kesadaran akan pentingnya pelayanan tersebut pada prinsipnya merupakan bagian dari strategi pemasaran. Beberapa hal yang dilakukan PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto adalah memberikan pelayanan terbaik *frontliner* dengan kecakapan berkomunikasi interpersonal yang ada. Proses pengajuan kredit di PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto tidak mengharuskan pelanggan untuk datang langsung ke kantor melainkan petugas PT. FIFGROUP yang akan melakukan proses di rumah pelanggan untuk mempermudah proses pengajuan kreditnya. PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto memiliki petugas atau karyawan di bagian penagihan yang membantu pelanggan dalam pembayaran

angsuran apabila ada keterlambatan dengan pengambilan angsurannya di rumah. Adanya beberapa *payment point* juga lebih memudahkan pelanggan yang lokasinya jauh dari kantor FIFGROUP. *Payment point* tersebut terdiri dari Indomaret, Alfamidi, Alfamart, Kantor Pos, beberapa ATM (BRI, BTN, ATM BCA, BNI, Mandiri, Permata) dan OCBC NISP.

Dengan demikian PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto harus tetap aktif dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Pihak manajemen harus terus berupaya untuk mengkombinasikan segi keunggulan-keunggulan dari perusahaan agar dapat menarik minat sekaligus untuk mempertahankan pelanggannya.

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu komunikasi interpersonal (Weningtyas & Ni, n.d.). Hal ini seperti dikemukakan oleh Kotler (2011) bahwa pelanggan akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap dan keyakinan konsumen. Berhubungan dengan hal tersebut Panuju (2009) menyatakan bahwa proses komunikasi yang tepat akan memperlancar interaksi sebab informasi yang disampaikan seseorang dapat diterima dengan mudah oleh penerima informasi. Komunikasi berlangsung dalam kontak tatap muka, dimana pesan-pesan mengalir melalui saluran-saluran yang bersifat antar personal, seperti dalam percakapan antar orang per orang yang dikenal sebagai komunikasi interpersonal.

Penting bagi perusahaan penyedia jasa pembiayaan untuk menggali bagaimana kepuasan para pelanggan. Terutama dari segi kualitas pelayanan yang

diberikan dan komunikasi interpersonal dari pegawai kepada pelanggan guna menarik minat pelanggan sehingga menjadi loyal dan tentunya akan menarik semakin banyak pelanggan baru.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka penulis mengangkat judul “Pengaruh Kecakapan Komunikasi Interpersonal Frontliner Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

### 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai Kecakapan komunikasi interpersonal. Disisi lain hasil penelitian ini untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan.

## 2) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi bagi pembaca ataupun perusahaan dalam meningkatkan kecakapan komunikasi interpersonal seorang *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan.

## 1.5 Hipotesis

H0 : Kecakapan komunikasi interpersonal tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

H1 : Kecakapan komunikasi interpersonal dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

## 1.6 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan faktor kecakapan komunikasi interpersonal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini menggunakan sampel atau responden hanya pada pelanggan PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto.