

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Customer service merupakan pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan untuk melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang biasanya meliputi penerimaan order atau pesanan barang, menjawab pertanyaan-pertanyaan atau memberikan informasi, dan penanganan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. *Customer service* dituntut untuk selalu berhubungan dengan pelanggan dan menjaga hubungan tetap baik. Selain itu, harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya antara lain sebagai resepsionis, *deskman*, *salesman*, *customer relation officer*, dan komunikator (Kasmir, 2005:182). Fungsi dan tugas tersebut harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-sebaiknya. *Customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan pelanggan.

Peran *customer service* yaitu berusaha mempertahankan pelanggan lama agar tetap setia menjadi pelanggan perusahaan dan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru melalui beberapa pendekatan. Keberadaan *customer service*

sangat penting di dalam sebuah organisasi atau perusahaan, dimana faktor-faktor penting dari keberadaan *customer service* itu yaitu: produk atau jasa sangat perlu untuk diinformasikan atau disosialisasikan kepada masyarakat, mengatur dan melaksanakan kegiatan pelayanan sebagai upaya untuk memberikan informasi mengenai produk atau jasa dan membangun *image* perusahaan, membina hubungan baik secara internal maupun eksternal, menindaklanjuti keinginan dan kebutuhan pelanggan serta melayani keluhan-keluhan yang timbul.

Customer service berperan memberikan pelayanan yang terbaik pada customer yang ingin berinteraksi dengan perusahaan. Menurut Kasmir (2006:98) ada beberapa peranan *customer service*, yaitu sebagai berikut:

- a. Melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan.
- b. Memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi customer, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa perusahaan dalam hal ini *customer service* menjawab pertanyaan customer mengenai pelayanan jasa dan menampung keluhan customer dan segera menindaklanjuti keluhan tersebut sehingga masalah/keluhan customer service mendapat solusi yang terbaik.
- c. Menjamin kelancaran dan keramahtamahan pelayanan jasa terhadap customer service.
- d. Sebagai perantara komunikasi antara customer dan perusahaan.

Sebagai pemberi pelayanan jasa kepada pelanggan dalam hal ini customer service harus selalu membangun komunikasi yang baik kepada

pelanggannya guna menjaga dan mempertahankan pelanggan. selain itu customer service sebagai komunikator merupakan penghubung antara perusahaan dengan pelanggan yang berfungsi menghubungkan pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan layanan listrik prabayar.

Untuk itu customer service harus memiliki keteladanan berkomunikasi yang baik, karena komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan maupun informasi kepada pelanggannya sehingga menciptakan suatu persamaan makna antara pelanggan dengan komunikator guna pelayanan yang diberikan berjalan efektif.

Secara etimologi, komunikator adalah orang atau kelompok orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan dan merespon jawaban dan atau pertanyaan dari komunikan. Komunikator juga adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan atau penerima pesan dalam sebuah proses komunikasi. Seorang komunikator tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan kepada penerima, tetapi juga memberikan respons dan tanggapan, serta menjawab pertanyaan, dan masukan yang disampaikan oleh penerima, dan public yang terkena dampak dari proses komunikasi yang berlangsung, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam melakukan perannya sebagai komunikator, seorang *customer service* harus memiliki keterampilan untuk melakukan komunikasi dengan baik dan efektif, yaitu: mampu mendengar aktif, berbicara dengan jelas; penuh pertimbangan; penyampaian pesan yang konkret.

Peran *customer service* sebagai komunikator adalah melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan. Selain itu, *customer service* juga memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi customer, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa perusahaan dalam hal ini *customer service* menjawab pertanyaan customer mengenai pelayanan jasa dan menampung keluhan customer dan segera menindaklanjuti keluhan tersebut sehingga masalah atau keluhan customer mendapat solusi yang terbaik.

Menurut pengamatan singkat yang telah dilakukan di Kecamatan Keo Tengah, beberapa permasalahan yang berupa keterlambatan pelayanan, kurangnya informasi kepada pelanggan berkaitan ketidakpastian waktu dan biaya pelayanan, listrik ilegal sampai adanya orang tertentu yang memanfaatkan situasi tersebut untuk mengambil keuntungan sendiri dengan cara memungut persen di setiap rumah pada saat membawa struk pembayaran listrik yang tentunya merugikan pelanggan dan pihak PLN sendiri. Fenomena tersebut akan menimbulkan pemikiran-pemikiran negatif dari pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan yang merupakan tujuan penting bagi PT. PLN (Persero) di Kecamatan Keo Tengah Kabupaten Nagekeo, peran *customer service* sebagai komunikator sangat penting untuk memberikan pelayanan, mempertahankan kepercayaan pelanggan, dan membangun *image* perusahaan yang baik di mata masyarakat atau pelanggan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul, **“Peran *Customer Service* sebagai Komunikator pada Layanan Listrik Prabayar di PT. PLN (Persero) Kecamatan Keo Tengah, Kabupaten Nagekeo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, yang menjadi masalah pokok adalah bagaimana peran customer service sebagai komunikator dalam layanan listrik prabayar di PT. PLN kecamatan Keo tengah kabupaten nagekeo. Masalah pokok ini akan dirinci kedalam beberapa pertanyaan:

1. Bagaimana peran *customer service* sebagai Komunikator untuk mendengar secara aktif dalam pelayanan listrik prabayar?
2. Bagaimana peran customer service sebagai komunikator dalam berbicara yang jelas dalam pelayanan listrik prabayar?
3. Bagaimana peran customer service sebagai komunikator dalam mempertimbangkan dan kompetensi petugas dalam pemberian pelayanan?
4. Bagaimana peran customer service sebagai komunikator dalam penyampaian pesan yang konkret dalam pemberian pelayanan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a) Untuk mengetahui *customer service* sebagai komunikator pada layanan listrik Prabayar di PT. PLN (Persero) Kecamatan Keo Tengah, Kabupaten Nagekeo.
- b) Untuk mengetahui peran *customer service* sebagai komunikator pada layanan listrik Prabayar di PT. PLN Kecamatan Keo Tengah, Kabupaten Nagekeo
- c) Faktor yang mempengaruhi peran *customer service* sebagai komunikator pada layanan listrik Prabayar di PT. PLN Kecamatan Keo Tengah, Kabupaten Nagekeo

2. Kegunaan penelitian ini dibagi atas dua bagian, yaitu:

Secara Akademis

1. Sebagai suatu tahapan untuk melatih dan mengembangkan kemampuan berpikir ilmiah penulis dan menuangkannya dalam bentuk karya ilmiah.
2. Sebagai syarat untuk dapat menyelesaikan studi Strata-1 di Jurusan Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

D. Metode Penulisan

1) Jenis dan Sumber Data ;

Untuk mengkaji penelitian secara mendetail dan lengkap diperlukan suatu pendekatan permasalahan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggambarkan konsep Bogdan dan Taylor (Moleong, 2012) yang mendefinisikan penelitian deskriptif kualitatif sebagai prosedur penelitian, sehingga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan. Pendekatan permasalahan yang dilakukan penulis dengan menggunakan data sekunder melalui penulisan deskriptif kualitatif, sebagai prosedur penulisan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan.

2) Teknik Pengumpulan Data ;

Data Sekunder, adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber lain yang telah tersedia. Data sekunder diperoleh secara digital menggunakan media elektronik yang berubah sumber publikasi ilmiah, publikasi *website*, dokumen-dokumen, dan data statistik.

3) Teknik Analisis Data ;

Analisis yang dilakukan menggunakan data sekunder yang bersumber dari publikasi ilmiah, publikasi *website*, dokumen-dokumen, dan Wawancara Via Telepon untuk dapat memecahkan masalah terjadi. Teknik pengolahan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini dengan menggunakan dua tahap :

1. Penyajian Data

Sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk deskriptif kualitatif.

2. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

pengambilan kesimpulan harus dilakukan secara teliti agar mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penulisan.