

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era perdagangan bebas dan globalisasi saat ini, bisnis menjadi semakin bersaing, terutama di sektor ritel. Pada umumnya sudah banyak bisnis retail yang berdiri mulai dari supermarket hingga hypermarket. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti sebuah supermarket bernama 'Hari-Hari' Pasar Swalayan yang terletak di ITC Roxy Mas, Jl. Kh. Hasyim Ashari, Jakarta Pusat. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, semakin penting bagi konsumen untuk waspada, terutama dalam hal jasa. Pelayanan yang diberikan harus memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan kepada konsumen sehingga puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau serangkaian tindakan yang terjadi dalam interaksi langsung antara individu dan mesin fisik dan berfungsi untuk mencapai kepuasan pelanggan. (Sinambela, 2008) Daviddow dan Uttal (Suryanto, 2003) memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Pelayanan mengacu pada segala upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. (Daryanto, 2021). Pelayanan yang diharapkan konsumen hadir dalam bentuk perhatian. Perhatian disini merupakan sikap yang mengungkapkan kepedulian atau kepribadian seseorang terhadap suatu hal, biasanya timbul karena suatu ketertarikan atau dorongan hati sebagai akibat dari situasi yang sedang dihadapi. (Daryanto, 2021, hal. 04)

Pelayanan yang diharapkan konsumen hadir dalam bentuk perhatian. Perhatian disini merupakan sikap yang mengungkapkan kepedulian atau kepribadian seseorang terhadap suatu hal, biasanya timbul karena suatu ketertarikan atau dorongan hati sebagai akibat dari situasi yang sedang dihadapi. Bicara soal pelayanan, saat ini konsumen sudah semakin cerdas, hal tersebut sangatlah penting dan para pelaku bisnis harus bisa memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasinya. Namun kita harus selalu ingat bahwa sukses dalam pelayanan saat ini belum tentu sukses di

masa depan. (Barata, hal. 36). Dalam memberikan pelayanan karyawan harus menerapkan etika komunikasi kepada konsumen, etika komunikasi merupakan hubungan yang baik dan harmonis dengan konsumen agar memberikan kenyamanan kepada konsumen dan konsumen merasa mendapatkan pelayanan yang baik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, yang dimaksud dengan pelayanan adalah membantu seseorang mempersiapkan (mengurus) sesuatu yang diperlukannya. (Alwi, 1995, hal. 646) Sedangkan, dalam buku Fandy Tjiptono "Prinsip-prinsip Pelayanan Total Berkualitas", dia menyebutkan tiga kunci untuk memberikan pelayanan pelanggan yang baik. (Tjiptono, 2005). Pertama adalah kemampuan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kedua, pengembangan dibatasi untuk menjadi lebih akurat dibandingkan pesaing. Ketiga, gunakan data riset pasar untuk strategi. (Tjiptono, 2005, hal. 128)

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di supermarket 'Hari-Hari' Pasar Swalayan menemukan beberapa fakta sebagai berikut :



Gambar 1.1.1 1 sumber Google Review



Ila baidilah 1907

1 ulasan



★★★★★ seminggu lalu

BARU

Coba untuk kasir nya jgn jutek" ke coustamer , kga ada murah senyum nya amat , blng mksi aja kga adaa . Untuk atasan nya coba di perhatikan kmbli . Kasir nya juga mlhan kebnyakan ngbrol sama kasir yg di Dpn , hadehh gmnaa si .



Gambar 1.1.1 2 Sumber Google Review



Ado Edem

10 ulasan



★★★★★ sebulan lalu

Lagi-lagi apa? Yak kasir nya Ini kedua kalinya saya kesini tetap gk ada perubahan di attitude kasirnya, ada anak magang pakai baju hitam putih bukannya bantu malah ngobrol sama temannya yang di kasir yang bikin kerjaan dia makin lemot, ditambah lagi saya bilang baik2 "beras ini gpp gk usah di masukin (totebag) ya" dijawab dgn santai tanpa sopan santun "ya iyalah masa mau di masukin nanti kegentet bisa mikir ga?" Ini kacau sih manajemen nya, gabalik2 lg dan saya pastiin gabakal rekomendasiin toko ini lg selama gk berbenah

2



Gambar 1.1.1 3 Sumber Google Review

← **R** **Rizky amelia Amelia**
1 ulasan

★☆☆☆☆ 4 bulan lalu

Selasa 25 July 2023

Embak2 kasir supeeer judes.. Kita tanya dulu sebelum d scan 2 gratis 1 atau tidak.. Dia blng ia nnti d cek.. Pas scan2 barang lain.. Pas d scan ternyata ada 1 rasa nya tidak termasuk yg gratis.. Posisi sepi.. Kita bilng boleh tuker ya.. Sy jalan nuker. Suami nyamperin karena sy salah ambil.. Posisi masih gk ada yg antri.. Jelas di telinga mba2 kasir bilng "NI ORANG GAK JELAS".. rasanya pengen sy tnya. Tp sy mikir mungkin dia cape. Jadi gk perpanjang.. Untuk embak2 kasir tolong jangan judees. Kl customer nanya benar tidak nya itu brang gratis dicek duluan mba.. Jadi tidak dipertengahan baru bilang ada brang lain yg tidak termasuk gratis..

Untuk supermarket nya memang bener murah dn bnyk diskon. Tp sy kecewa sama pelayanan mbak2 kasir

Pertama x kesini.. Karena recomend dr temen.. Tp kecewa ma pelayanannya bicara gk pake adab..

👍 6

Gambar 1.1.1 4 Sumber Google Review

Fajar Reksomarnoto
1 ulasan

★☆☆☆☆ 6 bulan lalu

Saya belanja di situ nanya sama petugas yang pake baju ijo di depan pintu masuk nya gk ramah belagu di tanya malah diem aja satpam atau apa si di tanya bukan nya jawab malah kaya orang bisu

👍 4

M G
Local Guide · 275 ulasan · 11 foto

★☆☆☆☆ 6 bulan lalu

Barang lengkap dan space sangat padat, bintang 1 untuk pelayanan hari hari cabang ini.. tdk ramah.. dan penjaga penitipan barang juga sangat tdk ramah. Sy tdk akan belanja disini lagi.

👍 1

Gambar 1.1.1 5 Sumber Google Review

Pada google review diatas, terdapat beberapa komplain konsumen atas pelayanan yang kurang menyenangkan. Dengan adanya kurang penerapan etika komunikasi menimbulkan komplain yang akan berdampak kedepannya. Komunikasi adalah kebutuhan universal, yang berarti bahwa setiap individu membutuhkan orang lain dan bahwa kelompok atau masyarakat dibentuk untuk saling berinteraksi. Ini menunjukkan dengan jelas bahwa sebagian besar pribadi manusia berasal dari integrasi sosial dengan orang lain dalam kelompok dan masyarakat tertentu.

Kepuasan publik tergantung pada komunikasi dua arah, dua arah, atau timbal balik antara warga sipil dan pemerintah selama proses penyelenggaraan pelayanan sipil dan publik. Untuk mencapai tujuan kelompok dan pribadi, diperlukan kerja sama. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti di 'Hari-Hari Roxy Mas' penerapan etika komunikasi terhadap pelayanan kurang dilakukan oleh pegawai. Dengan hal itu, peneliti tertarik untuk meneliti penerapan etika komunikasi dalam pelayanan kepada konsumen supermarket 'Hari-Hari Roxy Mas'.

Dalam sebuah wawancara dengan asisten manajer 'Hari-Hari Roxy Mas' Bapak Ahmad Zaenal berkata: "Tercapainya etika yang baik dalam pemberian pelayanan dipengaruhi oleh faktor manusia (pelayan) yang melayani konsumen. Untuk memberikan pelayanan yang baik, pramusaji harus mampu berkomunikasi, harus sopan, ramah dan bertanggung jawab penuh kepada konsumen. Selain itu, mereka memiliki kemampuan yang kuat untuk memahami kebutuhan konsumen". Berdasarkan data yang diperoleh bahwa konsumen 'Hari-Hari Roxy Mas' kurang perhatian dari pelayan, hal tersebut menunjukkan pada komplain konsumen terhadap pelayanan.

Konsumen merasa diabaikan atau tidak dilayanin dengan baik oleh para pelayan, hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya penerapan etika komunikasi dalam proses pelayanan kepada konsumen. Perhatian merupakan salah satu dari etika komunikasi dalam pelayanan, bentuk perhatian kepada konsumen yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta pemahaman atas saran dan kritik yang diberikan.

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka akan memberikan kepuasan terhadap kualitas pelayanan.

Sebaliknya jika konsumen merasa tidak mendapatkan perhatian dari pelayan, maka konsumen akan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan toko. Dengan itu, 'Hari-Hari Roxy Mas' melakukan penerapan etika komunikasi mendalam agar para pelayan 'Hari-Hari Roxy Mas' tetap menerapkan etika komunikasi dalam pelayanan kepada konsumen agar tidak terjadi kembali komplain konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Permasalahan dapat dirumuskan berdasarkan permasalahan yang ditemukan penulis berdasarkan latar belakang yang disampaikan.

Bagaimana bentuk penerapan etika komunikasi dalam pelayanan hari-hari roxy mas?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan merumuskan masalah diatas, penelitian ini juga bertujuan untuk memperjelas penerapan etika komunikasi dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen di 'Hari-Hari Roxy Mas' Pasar Swalayan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Keunggulan teoritis dari penelitian ini adalah merupakan salah satu bentuk pengembangan keilmuan di bidang komunikasi dan masalah sosial. Berharap memberikan informasi bahwa Penerapan Etika Komunikasi Dalam Pelayanan Kepada Konsumen 'Hari-Hari Roxy Mas' Pasar Swalayan merupakan hal yang sangat penting.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah :

Diharapkan dapat memberikan pendapat dan wawasan mengenai penerapan etika komunikasi dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen “Hari-Hari Roxy Mas’ Pasar Swalayan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada sub bab ini menjelaskan sebuah latar belakang dari masalah penelitian yang akan diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Pada sub bab ini mamaparkan masalah yang akan diteliti berdasarkan latar belakang pada sub bab sebelumnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Pada sub bab ini menjelaskan tujuan dilakukannya penelitian terhadap masalah yang diteliti

1.4 Manfaat Penelitian

Pada sub ini memamparkan manfaat dari penelitian yang akna diteliti untuk kedepannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sedangkan untuk sistematika penulisan adalah sebuah pedoman penulisan agar penelitian ini menjadi berstruktur.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pengertian dari kajian kepustakaan (Studi Pustaka, Kerangka Teori, atau Teori Pendukung lainnya)

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada sub ini menggambarkan kerangka pemikiran pada penelitian ini.

BAB III METODOLOGI

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam sub ini menjelaskan pedekatan penelitian seperti apa yang digunakan pada penelitian yang akna diteliti.

3.2 Metode dan Penelitian

Pada sub ini memaparkan metode penelitian apa yang dipakai untuk melakukan penelitian ini.

3.3 Subyek dan Obyek Penelitian

Menentuka subyek dan obyek apa yang ingin diteliti dalam penelitian.

3.4 Data dan Teknik Pengambilan Data

Tentunya data dan teknik pengambilan data ini memaparkan penelitian ini data dan bagaimana pengambila datanya/

3.5 Penentuan Informan

Pada sub bab ini menentukan informan yang akna menjadi narasumber pada penelitian ini, agar mendapatkan sebuah data.

3.6 Teknik Uji Keabsahan Data

Dilakukan uji keabsahan data dalam penelitian untuk mengetahui data yang menjadi bahan penelitian.

3.7 Pengolahan dan Analisis Data

Tentunya pengolahan dan analisi data dilakukan untuk menghasilkan data dari data-data yang terkumpul.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian ditentukan untuk mengetahui dimana penelitian ini dilakukan.

Daftar Pustaka Lampiran

