

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

UMKM ialah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, Menengah yang terbentuk dari usaha produktif yang dibangun secara individual, kelompok, badan usaha, maupun usaha rumah tangga yang dibangun. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.

UMKM pada bisnis @Nainidya Snack merupakan salah satu bisnis yang masuk dalam kriteria Usaha Mikro yang didalamnya memiliki struktur organisasi dan dapat dilihat dari adanya posisi distributor sebagai pemilik usaha dan reseller sebagai anggota dalam usahanya untuk menjalankan suatu bisnis dalam jangka waktu panjang sehingga mereka individu di dalam suatu bisnis mengerti akan apa yang harus dilakukan untuk menyelesaikan suatu masalah yang sedang terjadi dengan baik dan benar, serta komunikasi yang lancar hingga mendapatkan kepercayaan penuh dari pelanggan.

Nainidya Snack masuk kedalam kategori bisnis kuliner yang menjual snack berupa *brownies* dan juga *bento cake*, dapat dilihat diperkembangan zaman banyak sekali baik individu maupun sekelompok orang yang terjun ke dalam dunia bisnis sehingga banyak produk yang dijual dengan bentuk yang sama, sehingga para calon pelanggan harus melihat dari berbagai sisi mulai dari kualitas, rasa, bentuk, hingga harga yang diberikan yang sesuai dengan kebutuhan atau kemauan pada pelanggan.

Semua proses perjalannya bisnis ini berjalan secara online mulai dari proses mencari pelanggan, proses pemesanan, pengiriman yang menggunakan jasa ojek online, hingga ke review produk yang diberikan pelanggan setelah mendapatkan produk. Dengan menggunakan sosial media yang dipergunakan dengan baik maka

bisnis tersebut sudah memiliki pelanggan tetap dan 6 orang reseller yang tersebar di wilayah JABODETABEK. Berjalannya bisnis ini juga bergantung akan lancarnya komunikasi antar pengurus sebelum ke pelanggan.

Nainidya snack yang hanya memiliki toko secara online dan masuk kedalam kategori bisnis UMKM memiliki kisaran harga produk mulai dari Rp.45.000 dengan diameter 9cm sampai dengan Rp.110.000 dengan diameter 18 cm. Selain itu, nainidya snack juga memberikan pilihan untuk penambahan hiasan seperti lembaran emas, kartu ucapan, pisau kue, lilin ukir, ilustrasi gambar, sprinkie dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp.2.000 sampai dengan Rp. 15.000,.

Dalam perkembangan bisnis, sering kita jumpai dengan sebutan *reseller*. Dengan adanya bantuan *reseller* tersebut, produk yang akan dipasarkan akan lebih cepat berkembang secara langsung dengan terjun langsung ke lapangan untuk mempromosikan yang sudah disesuaikan dengan target, perkembangan bisnis juga dapat berjalan melalui media sosial sebagai media promosi yang lebih cepat untuk mencapai target pasaran suatu produk yang ingin dijual.

Dalam bisnis hitungan reseller bukanlah bentuk kelompok melainkan perindividu yang nantinya akan menjadi suatu kelompok dengan tujuan yang sama ialah mencapai titik keberhasilan dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru, menambah relasi dan pengetahuan, melatih skill komunikasi yang baik dan dapat menyesuaikan dengan situasi dan melihat kepribadian lawan bicaranya, dan masih banyak lagi manfaat yang akan didapatkan oleh *reseller* dalam menjalankan suatu bisnis.

Reseller ialah oknum yang menjual kembali berbagai macam produk yang sudah ditetapkan oleh *distributor* tanpa harus membeli produk tersebut terlebih dahulu dan keuntungan yang akan mereka dapatkan bisa ditentukan sendiri setelah *distributor* menetapkan harga, sehingga tidak memberatkan *reseller* nantinya setelah diberikan harga khusus dari pihak utama, dan keuntungan lainnya *reseller* dapat diperbolehkan untuk mengubah logo bisnis dari *distributor*.

Dibalik keuntungan yang akan didapatkan oleh *reseller*, mereka memiliki tanggung jawab yang tinggi akan kepuasan dan kepercayaan pelanggan mengenai

produk yang telah mereka pasarkan. Dengan menjalankan komunikasi yang baik kepada pelanggan, menggunakan tutur kalimat dan bahasa yang tepat dalam cara menjelaskan suatu produk, sistem pemesanan, *reseller* akan memperoleh kepercayaan atas kepuasan dari pelanggan setelah menerima produk.

Maka dari itu, dalam bisnis yang memiliki pihak kedua atau *reseller* memiliki perbedaan tersendiri dibandingkan dengan seseorang yang menjalankan bisnis secara sendiri. Perbedaan tersebut dilihat dari ketentuan harga, kebijakan yang telah disepakati oleh kedua pihak, menjalankan komunikasi yang lebih efektif agar menghindari kesalahan, serta memiliki tujuan yang sama dalam dunia bisnis.

Sedangkan untuk distributor sendiri merupakan tangan pertama yang mendirikan dan menjalankan bisnis sebelum adanya *reseller* yang memiliki tanggung jawab lebih dibandingkan dengan *reseller*. Mulai dari produk yang mereka produksikan, manajemen waktu untuk menyelesaikan semua hal, mengambil langkah untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang terjadi, serta menjaga kualitas akan produk yang mereka jual.

Selain itu, pihak *distributor* harus menaruh kepercayaan sepenuhnya kepada *reseller* dalam menjalankan tugasnya masing-masing agar komunikasi yang berlangsung kepada pihak kedua tetap baik dan lancar, sehingga tidak mengganggu jalannya bisnis dan kesalahpahaman. Keputusan yang diambil oleh *distributor* juga tergantung dengan situasi, maka dari itu yang artinya tidak semua keputusan tergantung dan meminta saran dari seluruh *reseller* akan suatu hal.

Proses komunikasi yang terjadi antara distributor dengan reseller, distributor dengan pelanggan, hingga reseller dengan pelanggan dalam bisnis nainidya snack dapat dilihat dari gaya komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan awal secara bersama-sama hingga bekerjasama dalam mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. Dengan gaya komunikasi menjadi jalan untuk melancarkan proses komunikasi yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung.

Gaya komunikasi yang digunakan oleh distributor, reseller, dan dapat dirasakan oleh pelanggan menggunakan 3 gaya komunikasi dari adanya 6 gaya komunikasi yang ada. Dalam penggunaan ketiga gaya komunikasi dilakukan

secara langsung secara bersamaan maupun terpisah yang dapat disesuaikan dalam kondisi tertentu dengan cara yang berbeda antara distributor maupun reseller. Ketiga gaya komunikasi itu ialah gaya komunikasi kesetaraan, penataan, dan melepaskan.

Seiring berjalannya waktu gaya komunikasi yang dipakai dalam proses komunikasi yang berjalan menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan dari jarak jauh dan menggunakan bahasa yang baik dan disesuaikan dengan lawan bicara untuk mendapatkan kepercayaan dan kenyamanan pada saat proses komunikasi. Dengan hal tersebut dapat membantu dalam perkembangan bisnis yang sedang dijalankan.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk dengan penjelasan dari latar belakang, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana gaya komunikasi yang dipakai dalam bisnis UMKM Nainidya Snack dalam mengembangkan *Customer Relations*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi yang dipakai oleh UMKM Nainidya Snack dalam proses berjalannya bisnis hingga dapat mengembangkan *Customer Relations*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat dalam menjalankan suatu bisnis untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis: hasil dari penelitian ini dapat mengembangkan teori CRM dalam ruang lingkup gaya komunikasi di UMKM Nainidya Snack.

2. Manfaat Praktis: dalam hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk:

A. Bagi Penulis: dengan dilakukannya penelitian ini, sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana.

B. Bagi Pembaca: selain penelitian ini dapat bermanfaat untuk peneliti, penelitian ini juga berharap mampu meningkatkan kesadaran akan perkembangan bisnis UMKM dan mempertahankan mekanisme dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan, dan para pengusaha yang mulai menjalani bisnis.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai latar belakang masalah yang menggambarkan suatu ruang lingkup masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai teori dan referensi yang relevan dengan topik yang diangkat oleh penulis, kerangka pemikiran yang menggambarkan alur dari pikiran peneliti, dan hipotesis dengan melihat jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai metode penelitian serta penjelasannya. Dalam bagian ini menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, populasi dan sampel, operasionalisme variable, teknik pengumpulan data, instrument

penelitian, teknik pengelolaan dan analisis data, serta uji validitas, dan reabilitas dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjabarkan tentang uraian mengenai pembahasan dan hasil dari penelitian, serta analisis data yang terdiri dari semua temuan dalam penelitian ini.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang diangkat, serta saran secara praktis dan akademis.

