

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Meskipun teknologi telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, komunikasi interpersonal secara tatap muka melalui *customer service*, tetap memegang peran penting dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Hal ini semakin relevan yang di mana pelanggan tidak hanya menginginkan barang atau layanan berkualitas tinggi, tetapi juga pengalaman yang menyenangkan dalam berinteraksi dengan penyedia layanan.

PT PLN Icon Plus merupakan salah satu anak perusahaan PT PLN (PERSERO) bergerak dibidang penyediaan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi, berperan penting dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, menunjukkan keramahan, dan selalu memberikan informasi aktual dan akurat tentang produk PT PLN Icon Plus, dapat membuat pelanggan puas dan tetap setia berlangganan.

Sesuai dengan UU No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN). BUMN terdiri dari dua kategori: Badan Usaha Perseroan (Persero) yang berfokus pada keuntungan, dan Badan Usaha Umum (Perum) yang berfokus pada pelayanan publik. PT PLN Icon Plus bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal dan nonverbal. Komunikasi

interpersonal terjadi antara dua orang atau lebih baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi yang memungkinkan orang terlibat mengetahui kebutuhan satu sama lain. Komunikasi interpersonal sangat efektif dalam mempengaruhi dan membujuk orang lain (B Purba, S Gaspersz, M Bisyri, A Putriana, 2020:33).

Kepuasan merupakan bentuk dari rasa senang seseorang atas barang atau jasa. Ketika pelanggan merasa puas dengan barang atau jasa yang mereka terima dan pelayanan yang diterima selama proses transaksi, besar kemungkinan mereka akan tetap menggunakan layanan tersebut, serta mereka akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Mempertahankan kepuasan pelanggan akan berdampak terhadap hubungan baik perusahaan dengan pelanggan dan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu perusahaan juga harus berhati-hati pada pelanggan yang puas tanpa adanya keluhan (Rifa'i, 2023:52).

Karena pentingnya kepuasan pelanggan, manajemen perusahaan harus memiliki bagian khusus untuk menangani masalah publik, baik secara internal maupun eksternal. Dalam memberikan layanan, *customer service* PT PLN Icon Plus diharapkan mampu berinteraksi dengan pelanggan secara interpersonal, membangun hubungan yang lebih dekat dan menjawab kebutuhan serta keluhan pelanggan dengan cepat. Kualitas layanan pelanggan penting untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan (Putri & Salman, 2021:38). Komunikasi antar pribadi berkontribusi 80% pada kepuasan pelanggan (Rachmania, 2023:102). Komunikasi interpersonal *customer service* memiliki pengaruh signifikan yang mencapai 63,52% terhadap kepuasan pelanggan

(Emiliano, 2022:5076).

Hal tersebut terlihat adanya pengaruh antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pelanggan, sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa ada pengaruh antara komunikasi interpersonal *customer service* PT PLN Icon Plus dengan pelanggan di Kota Lhokseumawe. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan pelanggan saat melakukan pelaporan, pelanggan merasa dihargai dan *customer service* menunjukkan sikap empati dalam menjawab pertanyaan dan menangani keluhan (Observasi 7 Oktober 2024).

Dari latar belakang di atas, memberikan dasar yang kuat bagi peneliti untuk mendalami pengaruh antara komunikasi interpersonal kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian tentang **“Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Customer Service* PT PLN Icon Plus Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Lhokseumawe”** menjadi sangat relevan untuk mengidentifikasi secara lebih mendalam bagaimana aspek-aspek komunikasi interpersonal mempengaruhi kepuasan pelanggan PT PLN Icon Plus di Kota Lhokseumawe.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh komunikasi interpersonal *customer service* PT PLN Ion Plus terhadap kepuasan pelanggan kota Lhokseumawe?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal *customer service* PT PLN Icon Plus terhadap kepuasan pelanggan di kota Lhokseumawe?

1.4 Batasan Penelitian

Adapun yang menjadi batasan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang bertemu secara langsung dengan *customer service* PT PLN Icon Plus Kp. Lhokseumawe.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal *customer service* PT PLN Icon Plus terhadap kepuasan pelanggan di kota Lhokseumawe”.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah wawasan tentang bagaimana aspek-aspek komunikasi interpersonal mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan *customer service*.
2. Memberikan pemahaman peneliti mengenai dinamika komunikasi interpersonal dalam sektor layanan.
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal dan kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Temuan ini dapat digunakan oleh PT PLN Icon Plus untuk meningkatkan kualitas layanan *customer service* mereka dengan fokus pada aspek komunikasi interpersonal yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Dapat bermanfaat bagi masyarakat Kota Lhokseumawe tentang pengaruh komunikasi *customer service* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menjadi motivasi mahasiswa dan peneliti lain untuk meneliti kembali masalah ini dikemudian hari dengan variabel yang sama serta bisa dijadikan pembelajaran.

1.7 Hipotesis

Hipotesis dapat digunakan sebagai dasar penelitian tentang bagaimana komunikasi interpersonal dengan pelanggan PT PLN Icon Plus berdampak pada kepuasan pelanggan di Kota Lhokseumawe. Adapun hipotesis alternatif yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_1 : Terdapat pengaruh komunikasi interpersonal *customer service* terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Icon Plus di Kota Lhokseumawe.
2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh komunikasi interpersonal *customer service* terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Icon Plus di Kota Lhokseumawe.