

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam suatu instansi pemerintahan/perusahaan yang menawarkan barang dan jasa menjadi hal dasar, meskipun bentuk perusahaan itu kecil. Perusahaan atau instansi pemerintah akan sulit mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan jika tidak ada pelayanan yang baik bagi pelanggannya ataupun masyarakat. Pelayanan menjadi suatu bagian yang dapat digunakan untuk meraih tujuan. Pelayanan merupakan salah satu tumpuan dari upaya pemuasan pelanggan dan merupakan keharusan yang wajib dijalankan baik perusahaan ataupun instansi pemerintahan. Bentuk dari pelayanan yang diberikan akan mencerminkan kualitas dari suatu perusahaan atau instansi yang memberikan pelayanan. Pelayanan adalah aktivitas yang diberikan untuk membantu dan menyiapkan baik berupa barang atau jasa. Salah satu bentuk dari pelayanan yaitu pelayanan publik. Pelayanan publik itu sendiri merupakan segala kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan atau instansi pemerintah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Customer service merupakan bagian dari customer relation, dimana customer relation secara sederhana disebut hubungan masyarakat atau disingkat dengan humas. Customer relation sebagai suatu aktifitas yang terurut dan sistematis yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi untuk memahami pelanggan, mempertahankan, pelanggan dan loyalitas mereka, serta dapat menarik pelanggan baru untuk mencapai pertumbuhan dari suatu lembaga atau perusahaan. kelembagaan atau organisasi.

Aktivitas *Costumer relation* memberi pelayanan terbaik kepada klien atau pelanggan dari sebuah instansi/perusahaan. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan ketentuan dari suatu instansi/perusahaan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya pada masyarakat yang membutuhkan jasa atau produk dari suatu perusahaan ataupun pemerintahan akan tetapi dalam perusahaan atau instansi pemerintahan itu sendiri (karyawan dan pimpinan) yaitu melayani sesama karyawan atau pimpinan yang memberikan pelayanan. Pelayanan di dalam, artinya pelayanan antar karyawan dan pimpinan atau antar sesama karyawan, dan pelayanan ke luar, artinya pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Kedua jenis pelayanan ini haruslah saling mendukung karena jika pelayanan di dalam antara karyawan dengan pimpinan atau karyawan dengan karyawan tidak berjalan lancar maka akan mempengaruhi pelayanan ke luar. Oleh karena itu pelayanan ke dalam akan memperlancar pelayanan ke luar. Sebaliknya jika pelayanan di dalam baik akan tetapi pelayanan ke luar tidak baik maka hasilnya juga tidak baik. Jadi pelayanan ke dalam maupun ke luar saling mempengaruhi satu sama lainnya.

Agar pelayanan bisa diberikan ke masyarakat dengan baik kantor pertanahan kota Surabaya II memiliki Biro Humas yang didalamnya terdapat divisi *costumer service*. Seorang *Costumer service* merupakan seseorang yang bekerja berhadapan langsung dengan masyarakat dalam memberikan pelayanannya. *Costumer Service* menjadi humas terdepan yang memegang peranan sangat penting selain memberikan pelayanan juga sebagai pengarah hubungan dengan masyarakat serta bertanggung jawab dalam melayani segala hal keperluan masyarakat terutama dalam hal menerima keluhan atau masalah serta mencari jalan keluar dalam

menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh setiap masyarakat yang memerlukan informasi terkait dengan dokumen yang sedang di proses.

Biro Hubungan Masyarakat yang memiliki tugas menjalankan penyampaian dan pengelolaan informasi yang cepat dan tepat yang dirasa sangat dibutuhkan. Hal tersebut dikatakan oleh Kepala Biro Humas Kementerian ATR/BPN, Yulia Jaya Nirmawati. Sehingga dapat dikatakan bahwa *costumer service* yang ada dilingkup Kantor Pertanahan Kota Surabaya II terdapat pada bagian ini dalam menjalankan tugasnya. *Costumer service* sebagai layanan informasi diharapkan memudahkan masyarakat yang sedang berurusan dengan kantor pertanahan untuk mencari dokumen dan mendapatkan dokumen hukum yang ada di kantor pertanahan kota Surabaya II, tanpa harus datang ke kantor pertanahan. Adanya layanan ini juga, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi. Penjabaran mengenai pelayanan *costumer service* yang ada, penulis tertarik pada bagaimana peran *costumer service* yang dijalankan agar mencapai tujuan sebagai pemberi layanan publik.

1.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis Laporan Kerja Praktik ini merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah melaksanakan Kerja praktik dengan tim dari Kantor Pertanahan Kota Surabaya II.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana lingkungan kerja yang ada di Kantor Pertanahan Kota Surabaya II di bawah Humas Kantor Pertanahan Kota Surabaya II khususnya bagian *Costumer Service*.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Manfaat Kerja Praktik bagi Mahasiswa

- a. Sebagai wadah dalam penerapan teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan praktik yang nyata di dunia kerja dan masyarakat.
- b. Menambah pengalaman untuk beradaptasi dengan dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Mengevaluasi kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang dipelajari selama di perkuliahan dengan kondisi dunia kerja yang kompleks.

1.4.2 Manfaat Kerja Praktik bagi Fakultas Ilmu Komunikasi

- a. Praktik kerja lapangan ini diharapkan berguna bagi perkembangan ilmu di fakultas Ilmu Komunikasi, sehingga dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa selanjutnya.
- b. Menjalin hubungan baik antara Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Katolik Widya mandala Surabaya dengan Kementrian ATR/BPN Kantor Pertanahan kota Surabaya II.

1.4.3 Manfaat Kerja Praktik bagi Perusahaan (Kementrian ATR/BPN)

- a. Memberikan masukan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan evaluasi bagi Kantor Pertnahan Kota Surabaya II khususnya pada bagian Biro Hubungan Masyarakat dalam memberikan pelayanan agar lebih baik.
- b. Membantu meningkatkan pekerjaan instansi dalam melaksanakan pekerjaan.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 *Public Relation*

Public Relation dalam suatu perusahaan atau instansi memiliki peran untuk menjaga dan meningkatkan citra baik dari suatu organisasi tersebut. Harlow mengatakan bahwa *Public relation* ialah Fungsi manajemen yang membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan kerja sama antara perusahaan atau lembaga dengan publiknya selain itu juga menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum (dalam Butterick 2012:7).

1.5.2 *Costumer Service* Bagian dari *Costumer Relation*

Costumer relation ialah segala aktifitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada atau pelanggan yang sudah menjadi tetap (Morissan, 2006:19). Dua hal yang menjadi fokus *costumer relation*, yaitu mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan mencari pelanggan baru. Sedangkan aktifitas utama yang dijalankan oleh *Costumer Service* ialah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan masyarakat, sehingga harus ditekuni dengan penuh kecekatan dan kesabaran. *Costumer Service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan. Keduanya sama – sama bertanggung jawab untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan demi menciptakan kesuksesan pelanggan. Meski begitu *costumer relation* harus mampu untuk menghadapi kendala sekaligus melakukan pendekatan untuk menciptakan yang lebih baik. Sedangkan *costumer service* memiliki fokus memastikan tercapainya kesuksesan pelanggan. Dalam hal ini dapat

dikatakan bahwa *costumer relation* mencakup fungsi penting yang ada pada *costumer service*.

1.5.3 Aktivitas *Costumer Relation*

Costumer relation mencakup seluruh fungsi penting pada *costumer service*, sekaligus usaha yang dilakukan sebelum dan sesudah interaksi dengan pelanggan berlangsung. Berikut aktivitas *costumer relation*, yaitu:

1. Memahami Permintaan maupun kebutuhan *costumer*

Memahami apa yang *costumer* inginkan atau butuhkan, termasuk ketika menghadapi suatu masalah terkait dengan produk/jasa yang digunakan. Selain itu, *costumer relation* perlu untuk menemukan cara terbaik untuk memenangkan hati pelanggan.

2. Menyelesaikan Masalah

Mengatasi kendala yang pelanggan laporkan menjadi peran utama dari *costumer relation*. Saat pelanggan atau pemohon melaporkan suatu masalah atau mengajukan pertanyaan, maka seorang *costumer relation* harus bisa untuk memberi dan menemukan solusi serta jawaban yang tepat demi kepuasan pelanggan. Dengan begitu *costumer relation* akan selalu siap saat pelanggan melaporkan kendala dan mengajukan pertanyaan kepada suatu perusahaan atau lembaga yang dituju.

3. Melayani Pemohon Secara Langsung Maupun Melalui Telepon

Kepada setiap pemohon yang datang, seorang *costumer service* memberi senyum, salam dan menyapa: apa yang dapat kami bantu, memberikan pelayanan yang terbaik, menanggapi keluhan dengan penuh bijaksana, *responsive*.

Ucapkan maaf untuk memperhalus sapaan. Setelah layanan sudah selesai , ucapkan terima kasih. *Costumer relation*, melayani setiap pemohon tidak hanya secara tatap muka atau bertemu langsung tetapi melalui telepon juga seorang *costumer relation* memberikan pelayanan terbaik seperti saat mendengar nada panggil agar segera angkat telepon, terima dengan memberi salam, memberitahu nama instansi/perusahaan, dengarkan dengan baik, buat catatan pembicaraan, berikan jawaban dan membiarkan penelepon untuk menutup terlebih dahulu.