

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri percetakan memegang peranan krusial dalam perekonomian modern sebagai sektor jasa yang vital dalam menunjang berbagai kebutuhan komunikasi, promosi, dan dokumentasi bagi entitas bisnis, lembaga akademik, hingga kebutuhan personal. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, kualitas hasil cetak saja tidak lagi menjadi satu-satunya penentu keberhasilan. Selain kualitas produk, interaksi yang terjadi antara karyawan dan pelanggan selama proses pelayanan turut menentukan persepsi pelanggan terhadap Perusahaan. Industri percetakan sering melibatkan konsultasi desain, penjelasan teknis, dan penyesuaian kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, komunikasi yang jelas, ramah, dan responsive kemudian dapat dikatakan penting dan tidak dapat untuk diabaikan dalam menunjang kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang mendukung terbentuknya loyalitas pelanggan (Agiesta dkk., 2021). Dengan demikian, strategi peningkatan kepuasan pelanggan harus mencakup tidak hanya perbaikan kualitas produk, tetapi juga penguatan kualitas layanan dan kemampuan komunikasi interpersonal karyawan sebagai ujung tombak pelayanan perusahaan.

Komunikasi interpersonal adalah proses menyampaikan dan menerima pesan antara dua individu atau dalam kelompok kecil, yang ditandai dengan adanya efek tertentu serta umpan secara timbal balik yang terjadi secara langsung (Maharani dkk., 2023). Dalam konteks pelayanan jasa, kemampuan karyawan dalam membangun komunikasi interpersonal yang efektif menjadi elemen krusial karena interaksi tatap muka merupakan titik awal terbentuknya persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Melalui komunikasi yang jelas, empatik, dan responsif, karyawan mampu meminimalkan potensi kesalahpahaman sekaligus menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih positif bagi pelanggan. Sebaliknya, komunikasi yang kurang optimal sering kali menimbulkan interpretasi yang keliru mengenai

informasi teknis, instruksi pemesanan, maupun detail pelayanan lainnya. Hal ini dapat berujung pada ketidaksesuaian produk atau layanan yang diterima pelanggan, yang kemudian berdampak langsung pada tingkat kepuasan mereka. Dengan demikian, komunikasi interpersonal juga dapat berfungsi sebagai proses pertukaran pesan, melainkan dapat dilihat sebagai faktor strategis yang menentukan kualitas hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Berbagai faktor juga dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan antara lain kualitas komunikasi interpersonal yang mana dibangun antara karyawan dan pelanggan. Kemudian kualitas komunikasi interpersonal akan membuat pelanggan merasa dihargai sehingga pelanggan akan tetap loyal pada perusahaan dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain. Hal ini didukung oleh penelitian yang berjudul pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan customer pada hotel front one inn kediri, bahwa dapat dikatakan jika komunikasi interpersonal memiliki pengaruh parsial signifikan terhadap terciptanya kepuasan pelanggan (Kartika dkk., 2023). Dengan kata lain, kemampuan karyawan dalam membangun kedekatan melalui komunikasi yang ramah, jelas, dan responsif menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif. Ketepatan dalam menyampaikan informasi, kemampuan mendengarkan kebutuhan pelanggan, serta kesediaan untuk memberikan bantuan secara empatik dapat memperkuat persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima.

Percetakan Barmanjaya, yang berlokasi di Sinduadi, Sleman, Yogyakarta, merupakan salah satu usaha jasa percetakan yang fokus pada produk berbasis kertas, menawarkan beragam layanan mulai dari cetak buku, fotocopy, pamflet, hingga banner. Dalam strategi pemasarannya, Barmanjaya melayani dua segmen utama: *Business to Business* (B2B) untuk kebutuhan dokumen perusahaan, serta *Business to Customer* (B2C) yang menyasar masyarakat umum, khususnya mahasiswa di Sleman, untuk keperluan akademik maupun pribadi. Selain itu, salah satu keistimewaan yang dimiliki Percetakan Barmanjaya adalah komitmennya dalam membekali karyawan dengan standar etika pelayanan yang baik. Setiap

karyawan dibimbing untuk menerapkan perilaku profesional dalam melayani pelanggan, seperti memberikan respons WhatsApp yang cepat dan sopan, menggunakan bahasa yang komunikatif, serta menampilkan sikap ramah saat berinteraksi langsung di toko. Upaya ini memperlihatkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada kualitas hasil cetak, tetapi juga pada kualitas interaksi sebagai bagian dari nilai layanan yang ingin dibangun, yang terbukti dari penilaian pelanggan melalui Google Maps dengan rating 4,7 yang menunjukkan apresiasi positif terhadap keramahan, kecepatan layanan, dan komunikasi karyawan.

Percetakan Barmanjaya dipilih sebagai objek penelitian ini karena memiliki karakteristik yang khas dan membedakannya dari usaha percetakan lainnya yang ada di Yogyakarta. Salah satu keunikan utama yang menjadi urgensi penelitian ini adalah struktur kerja karyawan Percetakan Barmanjaya yang tidak terspesialisasi secara tunggal. Karyawan yang bertugas sebagai *customer service* sekaligus merangkap sebagai operator alat cetak. Kondisi ini menciptakan tantangan tersendiri dalam penerapan komunikasi interpersonal yang efektif, karena karyawan harus mampu menjaga kualitas interaksi dengan pelanggan di tengah tuntutan operasional teknis yang berjalan bersamaan. Selain itu, Barmanjaya melayani dua segmen pasar secara bersamaan yaitu *Business to Business* (B2B) dan *Business to Customer* (B2C), sehingga intensitas dan kompleksitas komunikasi antara karyawan dan pelanggan lebih tinggi dibandingkan percetakan yang hanya melayani satu segmen. Kondisi ini dipertegas dengan adanya paradoks yang menarik. Meskipun Barmanjaya memiliki rating Google Maps sebesar 4,7 yang mencerminkan reputasi layanan yang baik, keluhan pelanggan tetap terjadi dan sebagian besar bersumber dari miskomunikasi, bukan dari kualitas hasil cetak. Dengan demikian, komunikasi interpersonal menjadi variabel yang kritis dan mendesak untuk dikaji secara ilmiah, mengingat tantangan ganda yang dihadapi karyawan dalam menjalankan peran komunikasi sekaligus operasional secara bersamaan di Percetakan Barmanjaya.

Gambar 1. 1 Ulasan Kepuasan Pelanggan di Google Maps



Sumber : Google Maps Fotocopy & Percetakan Barmanjaya

Meskipun karyawan telah dibekali etika dan prosedur pelayanan yang baik, praktik di lapangan masih menunjukkan sejumlah tantangan, terutama dalam menjaga konsistensi komunikasi pada saat kondisi toko ramai. Situasi tersebut seringkali membuat karyawan harus membagi fokus antara melayani pelanggan langsung dan merespons pesan masuk, sehingga kualitas interaksi tidak selalu optimal. Ketidakkonsistenan ini berpotensi menimbulkan kesenjangan antara standar pelayanan yang diharapkan dengan pengalaman yang dirasakan pelanggan. Pemilik Percetakan Barmanjaya menjelaskan bahwa kendala terbesar biasanya muncul saat toko dalam kondisi ramai, sehingga karyawan tidak sempat memberikan penjelasan detail kepada pelanggan. Akibatnya, beberapa keluhan yang muncul lebih banyak disebabkan oleh miskomunikasi dibandingkan oleh kualitas hasil cetakan (Wawancara pribadi, 4 Desember 2025). Pernyataan ini mempertegas bahwa faktor komunikasi interpersonal memegang peranan penting dalam keberhasilan pelayanan.

Namun demikian, implementasi teori mengenai kualitas layanan tidak selalu berjalan dengan praktik di lapangan. Walaupun Percetakan Barmanjaya selama ini dikenal memiliki kualitas hasil cetak yang baik, perusahaan tetap menghadapi sejumlah tantangan yang berpotensi memengaruhi terbentuknya loyalitas pelanggan. Berdasarkan keluhan yang masuk melalui WhatsApp dan

ulasan di Google Maps, sebagian besar komplain pelanggan berkaitan dengan aspek komunikasi dan pelayanan interpersonal, terutama mengenai ketidaksesuaian pesanan akibat penjelasan yang kurang jelas. Fenomena tersebut dapat dilihat pada bukti komplain pelanggan di bawah ini yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian pesanan serta miskomunikasi antara pelanggan dan karyawan.

Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan



Sumber : Dokumentasi Barmanjaya, 2025

Berdasarkan bukti keluhan pelanggan yang ditampilkan pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa permasalahan yang muncul sebagian besar berkaitan dengan kualitas komunikasi interpersonal karyawan, khususnya dalam hal kejelasan penyampaian informasi, ketepatan pemahaman kebutuhan pelanggan, serta respons terhadap detail pesanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh penting dalam menentukan kepuasan pelanggan, karena kualitas komunikasi yang kurang optimal berpotensi menimbulkan kesalahpahaman yang berdampak langsung pada pengalaman layanan yang dirasakan pelanggan. Di samping itu, hasil pra-penelitian yang melibatkan lima pelanggan yang telah menggunakan layanan Percetakan

Barmanjaya setidaknya dua kali menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mereka terdapat pada angka rata-rata 4 dari skala 1–5, yang mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan belum mencapai kategori sangat puas. Hal ini dapat dikatakan selaras dengan yang dijelaskan oleh penelitian Wicaksana dkk. (2024) yang menemukan bahwa komunikasi interpersonal bersifat positif dan signifikan terhadap *consumer satisfaction* pelanggan, dimana semakin tinggi kualitas komunikasi interpersonal yang diberikan oleh karyawan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima di Rumah Makan Buguri di Kota Makassar. Dari pemaparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Percetakan Barmanjaya, sebagai upaya memahami lebih dalam kualitas layanan yang diberikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka peneliti dapat merumuskan masalah yakni “Apakah komunikasi interpersonal karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Percetakan Barmanjaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Memahami dan mengetahui “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Barmanjaya.”

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi empiris mengenai pengaruh komunikasi interpersonal dalam konteks jasa percetakan yang bersifat teknis dan konsultatif, khususnya bagaimana kemampuan komunikasi karyawan dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini juga dapat menjadi rujukan bagi studi-

studi berikutnya yang menelaah mengenai interaksi karyawan dan pelanggan dalam industri layanan dan jasa.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya tulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih lanjut terhadap seluruh perusahaan jasa, khususnya bagi manajemen Percetakan Barmanjaya, dalam upaya meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal karyawan. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan untuk mengevaluasi dan menyempurnakan prosedur pelayanan, baik pada komunikasi tatap muka maupun melalui media digital, sehingga tingkat kepuasan pelanggan dapat terus meningkat.

1.5 Sistematika Penulisan Bab

Penyusunan penelitian ini, agar pembahasan tetap terarah pada pokok masalah dan tidak meluas ke aspek lain yang tidak relevan, peneliti menetapkan sistematika penulisan sebagai pedoman.

1. BAB I (Pendahuluan):

Berisikan latar belakang masalah guna menjelaskan tentang masalah yang diteliti, rumusan masalah berupa pertanyaan penelitian yang spesifik, tujuan penelitian yaitu apa yang dicapai dalam penelitian ini, manfaat penelitian untuk menentukan ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan bab.

2. BAB 2 (Tinjauan pustaka):

Bagian ini akan menjelaskan mengenai beberapa penelitian terdahulu yang masih berkaitan. Hal ini dilakukan sebagai bahan rujukan dan pembandingan. Selanjutnya, disajikan landasan teori yang membahas konsep komunikasi interpersonal berdasarkan teori DeVito dan konsep kepuasan pelanggan berdasarkan teori Kotler. Bab ini juga memuat operasionalisasi konsep yang menjelaskan dimensi dan indikator variabel penelitian, perumusan hipotesis penelitian, serta kerangka berpikir yang mana menjelaskan hubungan antara variabel independen serta dependen.

3. BAB 3 (Metodologi penelitian):

Bagian ini, akan menjelaskan mengenai metode kemudian akan digunakan dalam penelitian ini. Meliputi paradigma penelitian positivisme, pendekatan penelitian kuantitatif, serta metode penelitian eksplanatif dengan metode survei. Selain itu, dijelaskan pula populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan data dan teknik sampling purposive, waktu dan lokasi penelitian, uji validitas dan uji reliabilitas instrumen, serta teknik analisis data.

4. BAB 4 (Temuan dan pembahasan):

Pada bagian ini akan disajikan berbagai hasil penelitian yang di dalamnya meliputi gambaran umum objek penelitian dan karakteristik responden. Selanjutnya juga akan dijelaskan pula hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen, diikuti dengan hasil dari uji asumsi klasik sebagai dasar dalam analisis data. Bab ini juga memuat hasil analisis statistik deskriptif serta hasil dari pengujian hipotesis yang mana menggunakan regresi linear sederhana. Kemudian dilakukan juga pembahasan hasil penelitian dengan mengaitkannya pada teori yang relevan dan hasil penelitian sebelumnya.

5. BAB 5 (Penutup):

Bab ini menjabarkan penutup dan kesimpulan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah dari penulisan ini berdasarkan berbagai hal yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya. itu, disajikan keterbatasan penelitian yang dihadapi selama proses penelitian, serta saran yang ditujukan kepada pihak perusahaan, peneliti selanjutnya, dan pihak-pihak terkait lainnya.