

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Bluder Cokro adalah salah satu produk roti legendaris dari kota Madiun, Jawa Timur. Di bawah Cokro Group Bluder Cokro berusaha mempertahankan rasa istimewa mereka sejak dulu. Pada tahun 1989 pendiri Bluder Cokro yaitu ibu Suzana mendirikan usaha pertamanya di Jl. Cokroaminoto no 36 Kota Madiun. Logo awal yang dimiliki Cokro Group terinspirasi dari senjata dewa Krisna. Pada tahun 2018 Cokro Group melakukan pembaruan dari logo hingga kemasan produk dan menambah pabrik baru serta fasilitas untuk dapat bersaing di zaman yang semakin berkembang. Saat ini outlet resmi dari Bluder Cokro beralamat di jalan Hayam Wuruk no. 51-53, Kota Madiun, Jawa Timur dengan logo terbaru dari Bluder Cokro sebagai berikut :



Gambar 1.1 Logo Bluder Cokro

Sumber : Cokrogroup.com

1.1.2 Produk Perusahaan

Produk perusahaan Bluder Cokro diproduksi melalui resep yang telah ada turun temurun untuk menjaga rasa dan tekstur roti tersebut tetap orisinal. Roti-roti tersebut masih diproduksi menggunakan keterampilan tangan dari baker dan ketepatan saat mengolah adonan menjadi poin penting untuk menghasilkan tekstur roti yang lembut. Produk yang dimiliki oleh Bluder Cokro sangat beragam jenisnya yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu bluder, spiku, dan kue. Roti Bluder dibagi menjadi bluder single, bluder krispi, bluder sobek, bluder kasur, dan bluder krumpul. Roti spiku dibagi menjadi spiku 1 slice, spiku half, dan pinggiran spiku. Kue dibagi menjadi kue nanas, kue brownies, kue taro, kue kopi, dan kue matcha. Berikut merupakan gambar dari roti bluder yang menjadi ciri khas dari perusahaan Bluder Cokro :



Gambar 1.2 Roti Bluder

Sumber : Cokrogroup.com

1.2 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya teknologi semakin banyaknya pembaruan dan kemudahan yang terjadi di segala bidang. Salah satunya pembaruan yang terjadi pada bidang bisnis, di mana setiap perusahaan berusaha untuk menunjukkan keunggulannya untuk dapat bersaing di dunia bisnis yang semakin ketat akibat dari adanya kemudahan teknologi tersebut. Selain keinginan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan usahanya, konsumen juga memiliki keinginan untuk mendapatkan hasil dari kegiatan bisnis tersebut seperti produk dan layanan terbaik sesuai dengan kebutuhan yang mereka miliki. Maka dari itu, fokus bisnis dalam perkembangan teknologi tidak hanya dari segi produksi tetapi juga harus berfokus untuk mempertahankan usaha melalui kepuasan konsumen dari pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Salah satu jenis usaha yang mulai berkembang adalah bisnis dalam bidang makanan. Dapat dikatakan berkembang berdasarkan data yang diberikan oleh Kementerian Perindustrian bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman pada kuartal III-2022 sebesar 3,57% lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya di mana sebesar 3,49% (Kemenperin.go.id, 2022). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa industri makanan di Indonesia mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Meningkatnya industri makanan tersebut disebabkan oleh adanya perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis yang menghasilkan banyaknya jenis makanan dan minuman melalui inovasi yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya di tengah persaingan yang ketat.

Jenis makanan yang menjadi tren dan berkembang di Indonesia adalah roti. Perkembangan usaha roti mengalami peningkatan yang pesat sehingga menghasilkan banyak variasi baru. Salah satu variasi tersebut dengan adanya tren roti jadul yang berkembang dan banyak diminati masyarakat Indonesia (Kompas.com, 2022). Roti jadul berkembang di Indonesia karena rasa rindu masyarakat pada makanan zaman dulu (Kumparan.com, 2020). Head Pastry Chef Arief Maulana dalam Kompas.com (2022) berpendapat bahwa pada tahun 2022 tren roti di Indonesia masih terpengaruh oleh budaya luar.

Salah satu bisnis roti jadul di Indonesia yang bertahan hingga saat ini adalah usaha roti Bluder. Menurut idntimes.com (2022) roti ini sudah ada dan berkembang sejak

era kolonial Belanda di Indonesia. Salah satu bisnis yang juga bertahan hingga saat ini adalah Bluder yang dikembangkan oleh Cokro Group atau biasa disebut Bluder Cokro. Bisnis ini berdiri di Kota Madiun pada tahun 1989 dan terus mengalami perkembangan melalui pembaruan logo hingga kemasan dan penambahan fasilitas produksi mereka. Bluder Cokro memiliki outlet resmi yang berada di jalan Hayam Wuruk no. 51-53 kota Madiun. Produk yang dihasilkan dari perusahaan Cokro Group ini seperti bluder, spiku dan berbagai jenis roti lainnya (Cokrogroup.com).

Bluder Cokro untuk mempromosikan produknya menggunakan bantuan media sosial Instagram. Pada tanggal 29 Desember 2022 Bluder Cokro sudah memiliki lebih dari 50.000 pengikut di Instagram. Berikut adalah beberapa komentar dari pelanggan Bluder Cokro di Instagram terkait postingan @bludercokro yang membahas varian rasa yang dikeluarkan di tanggal tertentu :



Gambar 1.3 Komentar Pelanggan Bluder Cokro di Instagram

Sumber : Instagram @bludercokro

Pelanggan pertama dengan akun @noovra berkomentar terkait di mana outlet Bluder Cokro di Kota Semarang. Pelanggan kedua dengan akun @anitafrans_21 berkomentar terkait kesukaannya pada bluder dengan rasa strawberry, blueberry, tropicana, dan smoke beef. Pelanggan ketiga dengan akun @ala_shara21 berkomentar

terkait bagaimana cara pemesanan dari luar daerah. Dari ketiga komentar tersebut dapat dilihat bahwa Bluder Cokro memberikan kepuasan terhadap pelayanan produk mereka terlihat dari banyaknya peminat yang tidak hanya berasal dari Madiun tetapi juga dari luar Kota Madiun.

Bluder Cokro merupakan pelopor atau perusahaan produsen bluder pertama yang ada di Kota Madiun. Roti ini banyak disukai masyarakat mulai dari anak-anak hingga lansia karena memiliki tekstur yang lembut dan biasa dikonsumsi untuk pengganti sarapan atau jika sedang tidak ingin makan terlalu berat. Karena semakin banyaknya peminat, roti ini menjadi salah satu makanan khas dan digunakan sebagai oleh-oleh dari kota Madiun (Idntimes, 2022). Karena banyak diminatinya roti bluder tersebut, mulai banyak bermunculan bisnis makanan pesaing yang menjual produk sejenis. Berikut adalah beberapa bisnis sejenis yang menjual produk roti bluder di Kota Madiun :

Tabel 1.1 Usaha Bluder Sejenis

No.	Nama Usaha	Tahun Berdiri
1.	Bluder Moju	2015
2.	Bluder Metro	2015
3.	Bluder Kresna	2017
4.	Bluder Koe	2017

Sumber : Idntimes.com (2022)

Dengan mulai banyaknya pesaing bisnis tersebut Bluder Cokro harus terus mengeluarkan inovasi baru untuk dapat mempertahankan bisnis mereka. Inovasi yang diberikan oleh Bluder Cokro adalah dengan menyesuaikan varian rasa yang dianggap kekinian seperti bluder rasa tiramisu, green tea, taro, nutrisari, nutella, gold cheese dan ovomaltine (Cokrogroup.com). Selain membuat inovasi baru perusahaan juga harus mampu untuk mempertahankan konsumen dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan baik kepuasan produk atau pelayanan dalam menjalankan bisnis tersebut. Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul baik senang atau perasaan

kecewa yang muncul dari diri seseorang hasil dari perbandingan antara suatu hasil atau kinerja produk yang mereka harapkan (Tjiptono, 2019:123)

Harapan yang dimiliki konsumen tersebut akan meningkat sesuai dengan meningkatnya suatu pengalaman yang telah dilalui. Menurut Tjiptono (2019:117) konsumen yang merasa puas akan memiliki potensi bahwa mereka akan loyal terhadap produk atau perusahaan yang sama. Selain itu akan terbentuk kesediaan dari konsumen dalam melakukan pembayaran dengan harga tinggi dan mereka tidak mudah untuk beralih kepada produk dari perusahaan lainnya. Dengan terciptanya suatu kepuasan dari pelanggan akan sangat memberikan manfaat bagi perusahaan karena adanya suatu loyalitas atau kesetiaan pada produk dari perusahaan tersebut (Priansa, 2021:196). Maka dari itu, kepuasan pelanggan pada Bluder Cokro sangat dibutuhkan untuk dapat mempertahankan perusahaan ditengah banyaknya bisnis sejenis.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya perusahaan diharuskan untuk dapat memajukan kualitas pelayanan. Pelayanan tersebut dapat berupa komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli produk. Salah satu caranya melalui komunikasi interpersonal yang tercipta dari proses komunikasi karyawan yang bekerja di perusahaan kepada pelanggan yang melakukan pembelian produk. Menurut DeVito (Ngalimun, 2018:2) komunikasi interpersonal adalah proses dalam penyampaian pesan kemudian diterima di mana pelaku komunikasi berjumlah dua orang bahkan juga lebih kemudian dapat segera mendapatkan *feedback*. Dalam melakukan komunikasi interpersonal terdapat hal yang diperlukan yaitu keterbukaan, empati, sikap yang mendukung, sikap yang positif, dan kesetaraan (DeVito, 2018:285). Di mana hal tersebut akan menimbulkan efektifitas serta kerja sama dalam hubungan interpersonal. Dari komunikasi interpersonal dalam perusahaan tersebut akan menghasilkan efektifitas di mana dalam penelitian ini efektifitas tersebut berasal dari kepuasan dari pelanggan Bluder Cokro.

Sesuai fenomena dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan objek Bluder Cokro yang belum pernah diteliti menggunakan variabel komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hardianti (2016) yang membahas tentang pengaruh dari komunikasi interpersonal *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Kaltim Syariah yang berada di cabang Pembantu Juanda di Kota Samarinda. Penelitian

mendapatkan hasil berupa pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan sebesar 77%. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Perdana, Hairunnisa, dan Aransyah (2020) yang membahas tentang pengaruh dari komunikasi interpersonal pengemudi *Go-Ride* terhadap kepuasan konsumen *Go-Ride* di Kecamatan Sambutan. Penelitian tersebut mendapatkan hasil berupa komunikasi interpersonal berpengaruh sebesar 40,40% terhadap kepuasan konsumen *Go-Ride*. Dapat dilihat dari kedua penelitian relevan pada penelitian Hardianti (2016) menghasilkan pengaruh terbesar sebesar 77% yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti menggunakan variabel yang sama.

Dari hasil penelitian tersebut, sebagaimana juga dinyatakan dalam beberapa konsep komunikasi interpersonal dari beberapa ahli, dapat terlihat peran serta pentingnya komunikasi interpersonal yang efektif terutama dalam komunikasi yang sifatnya terkait dengan pelayanan terhadap pelanggan. Hal ini yang mendasari peneliti untuk menggali lebih banyak informasi terkait seberapa besarkah pengaruh kemampuan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan dengan melakukan penelitian pada subjek yang berbeda dengan jenis pelayanan yang juga berbeda yaitu di bidang bisnis makanan. Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui besaran pengaruh dari kemampuan komunikasi interpersonal khususnya yang dilakukan karyawan bagian pelayanan yang langsung berhadapan dengan pelanggan, terhadap kepuasan pelanggan yang dilayani olehnya. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka peneliti ini berjudul: “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan bagian Pelayanan Bluder Cokro terhadap Kepuasan Pelanggan”.

1.3 Identifikasi Masalah

Sesuai fokus penelitian dan juga latar belakang dalam penelitian, maka identifikasi masalah yang diambil adalah “Seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal karyawan bagian pelayanan Bluder Cokro terhadap kepuasan pelanggan?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui besaran pengaruh komunikasi interpersonal karyawan bagian pelayanan Bluder Cokro terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pemahaman, wawasan, dan pengembangan ilmu pengetahuan seperti dapat digunakan sebagai panduan oleh peneliti selanjutnya terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya komunikasi yang terjadi secara interpersonal yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

1.5.2 Praktis

Diharapkan hasil yang dilakukan dari penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi perusahaan khususnya pada bisnis makanan untuk mengembangkan komunikasi interpersonal mereka dengan memperhatikan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat mempertahankan bisnis mereka.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan				
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Mencari tema dan topik penelitian	■	■			
Penyusunan Bab I-III		■			
Desk Evaluation			■		
Pengolahan data				■	
Penyusunan Bab IV-V				■	■
Pendaftaran sidang skripsi					■

Sumber : Diolah peneliti (2022)