BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Customer relations tidak dapat dipisahkan dari peran seorang *public relations* pada kegiatannya, sebab keduanya saling berkaitan. *Customer relations* adalah suatu fungsi dari seorang *public relations* yang memiliki peran penting ketika berkaitan dengan lingkungan eksternal serta dalam memberikan pelayanan terhadap publik pada sebuah instansi. Pelayanan *customer relations* ini bisa menjadikan wadah bagi publik eksternal untuk menyampaikan segala bentuk pengaduan terhadap lembaga guna mendapatkan kepuasan terhadap informasi yang dtuhkan.

Kantor Pertanahan Kota Bandung sebuah lembaga pemerintah yang melaksanakan kegiatan *customer relations* di bidang pertanahan dengan berusaha memberikan yang terbaik terhadap *customer* melalui manajemen cu*stomer relations*. Pandangan masyarakat saat ini terhadap pengurusan kelegalan tanah di kantor pertanahan merupakan hal yang sulit dan masih sangat minim kepercayaan, banyak faktor yang menyebabkan hal tersebut, jika tidak diperhatikan dengan serius maka pelayanan terhadap *customer* tidak akan berjalan dengan baik.

Tingginya keluhan masyarakat pada pelayanan publik berkaitan pada proses pelayanan yang lama, adanya pungli hingga ketidakramahan pegawai menjadi celah memburuknya reputasi lembaga. Upaya menghilangkan citra kurang baik, memulihkan tingkat kepercayaan, dan mengoptimalkan pelayanan publik

diperlukan adanya seorang *public relations* melalui *customer relations* yang bisa mengelola permasalahan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan bahwa Kantor Pertanahan Kota Bandung berupaya untuk melaksanakan perubahan yang berdampak kepada masyarakat melalui *Media Center* sebagai wadah pengelolaan pengaduan masyarakat serta diseminasi informasi melalui media sosial menjadi cara lembaga dalam menyelesaikan permasalahan sehingga mampu mengubah persepsi masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan.

Upaya manajemen *customer relations* telah dilakukan namun kenyataannya masih ada pengaduan yang disampaikan, seperti yang diposting oleh salah satu pengguna instagram pada media sosial milik Kantor Pertanahan Kota Bandung yaitu @kantahkotabandung awal bulan Mei 2021 serta pada beberapa postingan lainnya. Kantor Pertanahan Kota Bandung telah berupaya dalam segi pelayanan publik untuk menampung segala aspirasi maupun pengaduan melalui layanan *customer relations* yang telah disediakan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Berdasarkan data awal yang ditemukan bahwa sejak 2019 Kantor Pertanahan Kota Bandung memiliki lima jenis pelayanan yang tercatat dengan jumlah rata-rata layanan perbulan tinggi yaitu pada pelayanan pengecekan sertipikat (3.100), hak tanggungan (1.016),peralihan hak-jual beli (1.039), roya (730) dan surat keterangan pendaftaran tanah (703) dengan jumlah pelayanan yang setiap tahun mengalami kenaikan maka untuk meningkatkan pelayanan pada tanggal 19 Januari 2021 Kantor Pertanahan Kota Bandung telah meluncurkan suatu aplikasi yang bernama “PASTI (Pelayanan *Online* Sertifikat

Terintegrasi) dan *website* “Curhat BPN” yang berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik agar semua alur permohonan pelayanan, pengaduan, atau layanan aspirasi yang ditujukan kepada Kantor Pertanahan Kota Bandung akan dilayani secara satu sistem.

Kantor Pertanahan Kota Bandung dapat dikategorikan sebagai suatu lembaga yang memiliki hubungan yang baik dengan para *customer* serta senantiasa menjalin kehamonisan baik dengan internal maupun eksternal sebagai bentuk dari pelayanan prima, hal tersebut dktikan berdasarkan dokumen yang peneliti melihat bahwa diterimanya penghargaan yang didapatkan pada 13 September 2021 dengan predikat A pada pelayanan prima berdasarkan hasil evaluasi kinerja pelayanan publik pertanahan oleh tim evaluator kementerian ATR/BPN dan Kemenpan RB diberikannya penghargaan tersebut sebagai bentuk kepercayaan *customer* terhadap Kantor Pertanahan Kota Bandung.

Manajemen *customer relations* dalam memberikan pelayanan diperlukan proses yang tidak bisa diacuhkan begitu saja, perlu adanya rancangan yang dikelola seorang *public relations* untuk membina suatu hubungan baik dan berkelanjutan yang di *manage* dengan baik. Menerapkan proses yang dimanfaatkan sedemikian rupa sesuai dengan apa yang sudah direncanakan dapat meningkatkan nilai yang dirasakan oleh para *customer* sehingga kesetiaan dan loyalitas antara *customer* dan lembaga pun dapat terjalin

Lembaga pemerintah perlu melaksanakan tata pemerintahan yang terbuka dan transparan sehingga dituntut untuk terus melakukan peningkatan pelayanan. Pelayanan publik yang terus berkembang seiring kemajuan

teknologi dan informasi menjadi alasan kemudahan masyarakat melakukan aktivitas untuk memenuhi segala bentuk kebutuhannya pada suatu lembaga, mendengarkan serta memberikan tanggapan terhadap keluhan pelanggan dengan cara yang cepat dalam menanggapi masalah hingga memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi tugas yang harus diperhatikan oleh setiap *customer relations*.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasar pada latar belakang yang telah peneliti tulis maka pada penelitian ini memiliki fokus terhadap "Manajemen *Customer Relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung*"*, dengan begitu diajukan beberapa pertanyaan penelitian mengenai:

1. Bagaimana perencanaan (*planning*) yang dilakukan oleh *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung dalam manajemen *customer relations*?
2. Bagaimana *people* (orang) dikoordinir dalam upaya manajemen *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung?
3. Bagaimana proses (*process*) pelaksanaan pada manajemen *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar pada fokus pertanyaan yang telah peneliti tulis diatas, maka pada penelitian yang peneliti lakukan memiliki beberapa tujuan:

1. Untuk mengetahui perencanaan yang dilakukan oleh *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung dalam manajemen *customer relations*.
2. Untuk mengetahui *people* (orang) dikoordinir dalam upaya manajemen *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui proses pelaksanaan pada manajemen *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Kegunaan secara teoretis yaitu diharapkan penelitian yang dilakukan peneliti ini dapat memberikan kontrsi dan sumbangsih dalam memahami kajian ilmu komunikasi hubungan masyarakat serta sebagai bentuk perkembangan ilmu komunikasi hubungan masyarakat, khususnya pada pelayanan publik oleh seorang *customer relations*, dengan disajikannya beberapa temuan dan cara secara faktual dan deskriptif.

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis dari adanya hasil penelitian yang dilakukan peneliti, berharap penelitian ini dapat menjadi evaluasi serta masukan bagi Kantor Pertanahan Kota Bandung sebagai upaya untuk selalu memberikan pelayanan publik melalui *customer relations* agar tetap menjaga keutuhan hubungan antara publik eksternal.

1.5 Hasil Penelitian yang Relevan

1.5.1 Penelitian Sebelumnya

Studi kepustakaan yang peneliti lakukan pada penelitian ini diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu meskipun terdapat perbedaan namun peneliti menganggap memiliki relevansi atau persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Peneliti mengumpulkan beberapa dari penelitian tersebut lalu mengklasifikasinya, seperti persamaan dan perbedaannya. Berdasarkan hal tersebut, maka telah peneliti kumpulkan beberapa referensi yaitu:

Pertama, penelitian yang diteliti oleh Uni Rahmandani, Imron Rosyidi, dan Khoiruddin Muchtar (2018) yang berjudul "*Customer Relations* melalui Pelayanan Prima". Hasil pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada perencanaan pemberian informasi terkait lembaga telah dilakukan melalui berbagai tahapan mulai dari penyediaan fasilitas, pengawasan, dan pemberian motivasi terhadap petugas. Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Madya Pabean A Bandung juga memberikan *customer* pelayanan yang prima melalui tata cara dan prosedur yang sesuai berdasarkan SLA (*Service Level Agreement*).

Perbedaan penelitian tersebut dengan yang akan peneliti lakukan terletak pada fokus dan objek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Uni Rahmandani, Imron Rosyidi, dan Khoiruddin Muchtar berfokus pada bagaimana perencanaan, pengelolaan, serta prosedur pada pelayanan prima untuk meningkatkan kinerja *customer relations*, sedangkan dalam

penelitian ini lebih berfokus pada manajemen dari *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung dalam mencapai pelayanan prima.

Kedua, penelitian yang diteliti oleh Bramantyo Wisnu Wardana (2017) yang berjudul "*Customer Relations* dan kepuasan nasabah (studi tentang pelayanan *customer relations* terhadap kepuasan nasabah BRI KCP Ketanggungan Brebes)". Hasil pada penelitian tersebut ialah adanya korelasi antara variabel dengan hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kepuasan nasabah dengan pelayanan *customer relations*, adanya hubungan positif memiliki arti hubungan yang searah, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pelayanan *customer relations* akan membuat kepuasan nasabah.

Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu yang diteliti oleh Bramantyo Wisnu Wardana dalam penelitiannya dilakukan dengan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara pelayanan *customer relations* dengan kepuasan nasabah bank BRI di Kantor cabang pembantu ketanggungan Brebes, sedangkan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan dilakukan dengan metode kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen dari *customer relations* dalam mencapai pelayanan prima, selain itu dalam penelitian terdahulu menggunakan studi kasus, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan studi deskriptif.

Ketiga, penelitian yang diteliti oleh Aulia Jasmine Kusnadi (2019) yang berjudul "Strategi *Customer Relations* PT. Bhinneka Mentari Dimensi

dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada *Business to Consumer* PT. Bhinneka Mentari Dimensi)".

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dari *customer relations* pada PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pelanggan ialah melalui kegiatan berupa *event*, mengembangkan media sosial yang dimiliki, melakukan *acquiring new member*, dan program dalam mempertahankan pelanggan.

Perbedaan pada penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu terletak pada tujuan, konsep dan objek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Jasmine lebih berfokus pada strategi *customer relations* yang dilakukan oleh PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pada pelanggan dan menggunakan konsep strategi, *customer relations*, dan loyalitas pelanggan, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada manajemen *customer relations* dalam mencapai pelayanan prima di Kantor Pertanahan Kota Bandung.

Keempat, penelitian sebelumnya yang digunakan oleh peneliti adalah yang diteliti oleh Nyoman Suparmanti Asih pada tahun 2016, yang berjudul Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja. Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara pelayanan prima secara parsial terhadap kepuasan pelanggan salon Agata Singaraja serta pengaruh dari pelayanan prima berupa sikap, perhatian, tindakan, kemampuan,

penampilan, dan tanggung jawab berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan salon Agata Singaraja.

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada metode dan objek penelitiannya, yang mana penelitian terdahulu membahas lebih condong terhadap pengaruh pada pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan salon Agata Singaraja melalui metode kuantitatif dengan pendekatan survey, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen dari *customer relations* pada mencapai pelayanan prima Kantor Pertanahan Kota Bandung dengan metode kualitatif.

Kelima, penelitian yang berjudul Fungsi *public relations* dalam meningkatkan citra RSUD DR. H. Moch Ansari Saleh melalui Pelayanan Prima, yang diteliti oleh Ratih Faulina, Murdiansyah Herman, dan Ade Atika Sari pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana fungsi dari *public relations* dalam meningkatkan citra melalui pelayanan prima yang diberikan terhadap pasien dengan hasil setelah diteliti yaitu menunjukan bahwa dalam meningkatkan citra, seorang humas dari RSUD Dr.H. Moch Ansari Saleh telah menjalankan fungsi dari *public relations* sebagai *communicator*, *relationship*, *back-up management* dan *good image maker* serta dalam memberikan pelayanan prima kepada masyarakat seorang humas tidak bekerja sendiri melainkan didukung dan dibantu oleh petugas medis maupun non medis ketika berhadapan langsung dengan pasien, yaitu melalui pelayanan dengan prinsip 5S yaitu Sopan, Santun, Salam, Sapa, dan Senyum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada bagaimana peran dan fungsi humas RSUD Dr. H. Moch Ansari Saleh Banjarmasin melalui analisis fungsi *public relations* (*communicator*, *relationship*, *backup management* dan *good image*) dalam meningkatkan citra lembaga, sementara itu penelitian yang akan peneliti lakukan terfokus terhadap bagaimana manajemen dari *customer relations* ketika mencapai pelayanan prima melalui studi deskriptif.

No	**Nama Peneliti**	**Judul**	**Metode Penelitian**	**Hasil Penelitian**	**Perbedaan Penelitian**	**Relevansi**
1	Uni Rahmandani, Imron Rosyidi, dan Khoiruddin Muchtar (2018) UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jurnal Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Volume 3, Nomor	*Customer Relations* melalui Pelayanan Prima	Studi Kasus fenomenologi	Pada perencanaan pemberian informasi terkait lembaga telah dilakukan melalui berbagai tahapan mulai dari penyediaan fasilitas, pengawasan, dan pemberian motivasi terhadap petugas. Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai	Perbedaan penelitian tersebut dengan yang akan peneliti lakukan terletak pada fokus dan objek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Uni Rahmandani, Imron Rosyidi, dan Khoiruddin Muchtar berfokus pada bagaimana perencanaan, pengelolaan, serta prosedur pada	Memberikan sumbangsing pemikiran mengenai *customer relations* dalam kegiatan pemerintah ketika memberikan pelayanan bagi masyarakat.

	3, 2018, 40-59			Madya Pabean A Bandung juga memberikan pelayanan prima terhadap *customer* melalui tata cara dan prosedur yang sesuai berdasarkan SLA (*Service Level Agreement*).	pelayanan prima untuk meningkatkan kinerja *customer relations*, sedangkan dalam penelitian ini lebih berfokus pada manajemen dari *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung dalam mencapai pelayanan prima	
2	Bramantyo Wisnuwardana, Universitas Sebelas Maret (2017)	*Customer Relations* dan kepuasan nasabah (studi tentang pelayanan *customer relations* terhadap kepuasan nasabah BRI KCP Ketangg	korelasi	Adanya korelasi antara variabel dengan hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kepuasan nasabah dengan pelayanan *customer relations*, adanya hubungan	Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu yang diteliti oleh Bramantyo Wisnuwardana dalam penelitiannya dilakukan dengan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui	Memberikan sumbangsing pemikiran mengenai *customer relations* dalam kegiatan sebuah lembaga ketika memberikan pelayanan terhadap *customer*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

		ungan Brebes)		positif memiliki arti hubungan yang searah, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pelayanan *customer relations* akan membuat kepuasan nasabah	apakah terdapat hubungan yang signifikan antara pelayanan *customer relations* dengan kepuasan nasabah bank BRI di Kantor cabang pembantu ketanggungan Brebes, sedangkan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan dilakukan dengan metode kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen dari *customer relations* melalui pelayanan prima, selain itu dalam penelitian terdahulu menggunaka	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

					n studi kasus, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan studi deskriptif	
3	Aulia Jasmine Kusnadi, UPN Veteran Jakarta (2019)	Strategi *Customer Relations* PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada *Business to Consumer* PT. Bhinneka Mentari Dimensi)	Deskriptif	Strategi dari *customer relations* pada PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pelanggan ialah melalui kegiatan berupa *event*, mengembangkan media sosial yang dimiliki, melakukan *acquiring new member*, dan program dalam mempertahankan pelanggan	Perbedaan pada penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu terletak pada tujuan, konsep dan objek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Jasmine lebih berfokus pada strategi *customer relations* yang dilakukan oleh PT. Bhinneka Mentari Dimensi dalam membangun loyalitas pada pelanggan	Memberikan sumbangsih pemikiran mengenai bagaimana *customer relations* dalam melayani *customer*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

					dan menggunakan konsep strategi, *customer relations*, dan loyalitas pelanggan, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada manajemen customer *relations* dalam mencapai pelayanan prima di Kantor Pertanahan Kota Bandung.	
4	Nyoman Suparmanti Asih, Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi Vol.7 Nomor. 2	Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja	Survei dengan menggunakan kuesioner	Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara pelayanan prima secara parsial terhadap kepuasan pelanggan salon Agata Singaraja serta pengaruh	Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada metode dan objek penelitiannya, yang mana penelitian terdahulu membahas lebih condong terhadap pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan	Memberikan sumbangsih pemikiran mengenai bagaimana pelayanan prima yang dilakukan oleh seorang *customer relations pada* sebuah lembaga

	Tahun.2016			dari pelayanan prima berupa sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan, dan tanggung jawab berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan salon Agata Singaraja	salon Agata Singaraja melalui metode kuantitatif dengan pendekatan survey, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen dari *customer relations* pada pemberian pelayanan prima Kantor Pertanahan Kota Bandung dengan metode kualitatif	
5	Ratih Faulina, Murdiansyah Herman, dan Ade Atika Sari (2020)	Fungsi *public relations* dalam meningkatkan citra RSUD DR. H. Moch Ansari Saleh melalui Pelayanan Prima	Deskriptif	Dalam meningkatkan citra, seorang humas dari RSUD Dr.H. Moch Ansari Saleh telah menjalankan fungsi dari *public relations* sebagai *communica*	Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada bagaimana peran dan fungsi humas RSUD Dr. H. Moch Ansari Saleh Banjarmasin	Memberikan sumbangsihpemikiran mengenai bagaimana pelayanan prima yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam ranah seorang *public relations*

				tor, *relationship*, *back-up management* dan *good image maker* serta dalam memberikan pelayanan prima kepada masyarakat seorang humas tidak bekerja sendiri melainkan didukung dan dibantu oleh petugas medis maupun non medis ketika berhadapan langsung dengan pasien, yaitu melalui pelayanan dengan prinsip 5S yaitu Sopan, Santun, Salam, Sapa, dan Senyum	melalui analisis fungsi *public relations* (*communicator*, *relationship*, *back-up management* dan *good image*) dalam meningkatkan citra lembaga, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan terfokus pada bagaimana manajemen dari *customer relations* dalam mencapai pelayanan prima melalui studi deskriptif	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Sumber: Data olahan peneliti

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoretis

Landasan teoretis yaitu penalaran alur logika yang berisi kumpulan konsep, definisi teori, dan proporsi yang kemudian disusun secara sistematis. Sementara landasan teoretis deskriptif merupakan telaah kepustakaan yang relevan serta mengandung acuan dalam proses penyelesaian masalah dalam sebuah penelitian.

Penelitian ini membahas mengenai manajemen *customer relations* yang memiliki tujuan dalam menjalin hubungan yang baik agar hubungan tersebut terjalin secara jangka panjang, serta seorang *customer relations* diperlukan sebuah manajemen untuk mengetahui apa saja yang diinginkan oleh *customer*, sehingga dari informasi tersebut dapat mencapai pelayanan prima yang bertujuan membangun kualitas serta kepercayaan *customer* terhadap lembaga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Penyelenggaraan pelayanan publik pada lembaga pemerintah merupakan suatu upaya Negara untuk memenuhi hak dasar serta kebutuhan dari masyarakat, dktikan pada lembaga pemerintah Kantor Pertanahan Kota Bandung yang senantiasa memberikan pelayanan terbaik melalui *customer relations*. Mukarom (2018: 101) menjelaskan bahwa penyelenggaraan pelayanan publik perlu dilakukan oleh suatu Negara agar kebutuhan dari setiap warganya terpenuhi demi mencapai kesejahteraan sebab hal tersebut

ditentukan pada baik buruknya bagaimana penyelenggaraan pelayanan publik. *Customer relations* pada kegiatan tersebut berperan pada proses perencanaan yang disebut dengan manajemen *customer relations*, penyelenggaran program akan terwujud ketika didukung oleh sebuah perencanaan yang baik.

Berdasarkan pada latar belakang serta data pra penelitian yang telah diperoleh peneliti, maka peneliti menggunakan pendekatan yang digagas oleh Johnson dan Weistern (2001:53) dalam *Customer Relationship Management*. Pendekatan tersebut mengenai *Customer Relationship Management* menyatakan bahwa manajemen hubungan pelanggan ialah suatu strategi yang melibatkan upaya untuk mengelola hubungan-hubungan pelanggan serta upaya untuk menyeleksi dalam mengoptimalkan nilai jangka panjang dari perusahaan atau lembaga.Mengembangankan proses dalam *customer relations* melalui pengelolaan hubungan tersebut dapat merespons apa yang dtuhkan oleh pelanggan, membangun kerjasama antar lembaga dan pelanggan serta mampu mengakomodasi apa yang menjadi tuntutan pelanggan.

Berbagai cara dilakukan oleh lembaga dalam mendapatkan loyalitas pelanggan, sebab pada akhirnya loyalitas pelanggan akan memberikan dampak yang baik bagi lembaga. Manajemen *customer relations* melalui konsep CRM (*Customer Relationship Management*) dalam buku komunikasi pelayanan publik Saleh (2021:58) *Customer Relationship Management* merupakan proses mengembangkan, mendapatkan, dan

mempertahankan pelanggan dimana bertujuan untuk memberikan keuntungan melalui suatu cara dan proses jasa yang menghasilkan nilai tersendiri terhadap pelanggan sehingga mendapatkan loyalitas dari pelanggan.

Terdapat tiga dimensi yang perlu dilalui untuk mencapai tujuan tersebut untuk mendapatkan keuntungan yaitu *planning* (perencanaan), *people* (orang), dan *process* (proses):

1. ***Planning*** (perencanaan), keberhasilan dalam sebuah lembaga atau perusahaan dapat terjamin apabila telah melalui manajemen *customer relations* yang baik melalui rangkaian perencanaan yang telah dat. Pada Kantor Pertanahan Kota Bandung sebagaimana sebagai lembaga pemerintah yang bertugas untuk memberikan pelayanan publik diperlukan perencanaan yang sudah terorganisir dengan baik, seperti yang telah peneliti lihat ketika mencari data pra penelitian dimana untuk memberikan pelayanan terbaik dilakukan tahapan perencanaan melalui rapat internal, proses identifikasi pengaduan maupun jenis pelayanan lain seperti halnya dalam mengidentifikasi pengaduan yang ada telah disiapkan.
2. ***People*** (orang), pada bagian ini semua pihak *customer relations* maupun seluruh bagian dari lembaga harus mampu menyamakan tujuan melalui upaya *customer relations* melalui kemampuan untuk bekerja sama demi mencapai pelayanan prima. Pada tahap ini *customer relations* harus mampu mengikuti strategi yang sudah direncanakan dan disusun

melalui proses komunikasi yang baik serta pemberian tindakan secara nyata sesuai fakta kepada publik agar meminimalisir adanya persepsi buruk yang diberikan publik kepada lembaga. Menurut Nora (data pra penelitian april 2021) masyarakat yang datang ke Kantor Pertanahan Kota Bandung sehari bisa datang hampir 300 berkas roya yang membutuhkan pelayanan ditambah masyarakat lainnya yang membutuhkan pelayanan dalam urusan yang berbeda-beda, jika pada pelaksanaannya tindakan komunikasi yang dilakukan tidak diatasi dengan baik maka sudah pasti akan banyak keluhan hingga reputasi yang buruk bagi kantor. Penulis melihat respon dari *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung selalu memberikan sapaan yang baik dengan senyuman dan respon yang ramah meskipun keadaan masyarakat yang saat itu menggebu-gebu dalam meminta pelayanan, dengan begitu *customer relations* sudah mampu membangun *image* yang baik sehingga pastinya menimbulkan rasa senang kepada masyarakat yang berdampak pada tercapainya pelayanan prima.

3. ***Process*** (proses), mengenai bagaimana *customer* menghubungi lembaga yang mana haruslah dengan jelas, padat dan singkat agar pesan yang ingin disampaikan tersampaikan dan menghindari adanya persepsi yang berbeda selain itu, pesan baik berbentuk pengaduan, saran, ataupun kritik perlu lembaga kaji agar pada prosesnya bentuk pelayanan seperti itu bisa teratasi dengan baik oleh lembaga. Sejalan dengan proses tersebut peneliti lihat ketika mencari data pra penelitian yang mana

Kantor Pertanahan Kota Bandung telah melakukan proses melalui perencanaan yang sudah didiskusikan sebelumnya misalnya dalam mengatur pengaduan yang ditujukan pada kantor pertanahan. telah dibentuk cara seperti langsung diidentifikasikan bentuk pengaduan, penyebab pengaduan tersebut serta solusinya yang terdapat pada ruangan reformasi birokrasi Kantor Pertanahan Kota Bandung.

1.6.2 Landasan Konseptual

1. *Customer Relations*

Customer relations memiliki tujuan untuk menjalin bagaimana hubungan jangka panjang bisa terjadi serta memberikan manfaat untuk lembaga ketika memiliki hubungan jalinan yang harmonis dengan *customer* seperti memahami dan mengetahui informasi apa yang diinginkan oleh *customer,* melalui informasi tersebut sehingga *customer* dapat merasakan atas pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kepercayaan *customer* terhadap suatu lembaga.

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Customer relations merupakan bagian dari kegiatan *public relations* yang bertujuan untuk mengatur serta memelihara hubungan dengan para pelanggan agar hubungan yang terjalin selalu berada pada situasi yang baik. Pelayanan yang baik dilakukan oleh seorang *customer relations* salah satunya melalui pemberian pelayanan yang berkualitas yaitu menurut Nasrudin (2018:11) pelayanan yang berkualitas ialah yang bersumber dari dalam diri sendiri yang mana mencerminkan nilai, sudut pandang, emosi dan keyakinan. Hubungan yang baik untuk mencapai keberhasilan suatu

lembaga dapat ditempuh salah satunya untuk memberikan dan memahami keinginan

Lembaga atau perusahaan menggunakan *customer relations* yang berperan sebagai pemeran utama ketika dihadapkan dengan *customer*, *customer relations* tidak hanya sebagai komunikator melainkan sebagai seseorang yang turut serta membantu mempertahankan bahkan menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi lembaga melalui pemberian pelayan prima (*service excellent*) sebab, *customer* merupakan aset yang penting untuk dijaga keharmonisannya.

2. Manajemen *Customer Relations*

Manajemen *customer relations* penting sekali untuk diperhatikan oleh seorang *public relations*, sebab hal ini merupakan awal mula terbentuknya sebuah hubungan yang baik antara lembaga dengan publiknya. Lembaga pemerintah khususnya pasti berorientasi pada pelayanan yang harus mampu memenuhi apa yang menjadi kebutuhan *customer*. Menurut Moore dan Moore (2005:4) dengan cara mengakui *customer* sebagai seorang individu, suatu lembaga atau perusahaan dapat memperlakukan mereka dengan cara seperti bagaimana yang mereka ingin diperlakukan, maka melalui manajemen *customer relations* setiap *customer* ialah seorang individu-individu yang memiliki kebutuhan, aspirasi, serta keinginan.

Manajemen merupakan proses yang berkaitan dengan kegiatan pengoganisasian, perencanaan, pengendalian, dan pengarahan yang

dilakukan dengan tujuan mencapai target atau sasaran yang dtuhkan oleh lembaga atau perusahaan. Menurut Lukas (2001:45) manajemen *customer relations* memiliki tujuan untuk mengetahui pelanggan, mendapatkan pelanggan, merubah persepsi pelanggan, dan mempertahankan pelanggan. Pada dasarnya manajemen *customer relations* memiliki tujuan ketika beradaptasi antara perusahaan dengan pelanggan melalui sebuah program yang telah dirancang serta pada penerapannya tidak hanya *customer relations* saja melainkan seluruh bagian dari perusahaan.

Hubungan yang sudah terjalin dengan *customer* dengan baik harus selalu terjaga dengan dibina melalui proses yang disebut dengan manajemen *customer relations* Kasmir (2005: 95) melalui etiket yang sudah direncanakan oleh seorang *customer relations* pada lembaga dapat berdampak pada hubungan dengan nasabah menjadi lebih harmonis yang berdampak pada keloyalitasan dari seorang *customer*.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Langkah-langkah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada sebuah lembaga pemerintah yaitu Kantor Pertanahan Kota Bandung, jalan Soekarno Hatta No.586, Sekejati, Kecamatan. Buah Batu, Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian ini memilih lokasi tersebut sebab informan yang berperan penting dalam berjalannya manajemen *customer relations* berada pada lokasi tersebut.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan cara pandang peneliti ketika melihat suatu kondisi dengan menggunakan sebuah dasar tertentu. Ruslan (2017:218) menyatakan paradigma merupakan kumpulan mengenai asumsi yang secara logis dianut oleh bersama, proposisi atau konsep mengacu pada bagaimana cara berpikir dalam suatu penelitian. Berdasar latar belakang yang telah peneliti kemukakan sebelumnya telah disampaikan pada penelitian ini dengan menggunakan paradigma konstruktivis yang memandang sebuah realitas yang ada merupakan hasil konstruksi dari berbagai individu.

Analisis terhadap paradigma konstruktivis ialah bagaimana menemukan suatu realitas atau peristiwa yang dikonstruksi dengan membentuk konstruksi itu sendiri. Penelitian ini peneliti memandang manajemen *customer relations* dalam menangani aduan yang telah dilakukan oleh Kantor Pertanahan Kota Bandung telah dilakukan dengan baik melalui pelayanan prima hal tersebut dktikan dengan diraihnya prestasi sebagai pemberi pelayanan prima dengan predikat A. Berdasarkan kondisi tersebut penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis untuk dapat mengetahui bagaimana manajemen *customer relations* dari Kantor Pertanahan Kota Bandung dalam memberikan pelayanan prima terhadap aduan dari *customer*.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah kualitatif dengan pendekatan interpretif yang memandang aktivitas dari seorang *public relations* sebagai hasil dari pemaknaan yang memiliki tujuan untuk

menggambarkan hingga mendeskripsikan fenomena sosial yang ada dan terjadi berupa permasalahan atau keunikan sesuai pada realita yang ada, yaitu bagaimana manajemen dari *customer relations* dalam mencapai pelayanan yang terbaik terhadap pengaduan.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif ialah suatu metode sebagai gambaran yang terperinci berisi setting sosial, hubungan atau situasi tertentu.Sukmadinata (2017:72) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu metode dengan bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi, baik berupa fenomena buatan maupun alamiah yang bersumber dari manusia mencakup peristiwa aktivitas, hubungan, karakteristik, perubahan, perbedaan, dan kesamaan antara fenomena satu dengan lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, sebab peneliti akan memberikan berupa gambaran serta menjelaskan mengenai manajemen *customer relations* dalam memberikan pelayanan prima terhadap pengaduan yang dilakukan oleh Kantor Pertanahan Kota Bandung. Konteks dalam penelitian ini berfokus pada manajemen *customer relations* sehingga dalam metode penelitiannya memberikan penjelasan mengenai proses bagaimana Kantor Pertanahan Kota Bandung memberikan pelayanan prima melalui *customer relations*.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. **Jenis Data**

   Data yang akan diperlukan oleh peneliti pada penelitian ini merupakan data kualitatif. Adapun jenis data yang akan dideskripsikan dan diperlukan oleh peneliti yaitu:

   a. Data dari Kantor Pertanahan Kota Bandung yaitu ada pada *media center* mengenai perencanaan yang dilakukan oleh *customer relations.*

   b. Data dari Kantor Pertanahan Kota Bandung mengenai proses mengkoordinir *people* (orang) dan proses pelaksanaan dalam upaya manajemen *customer relations* sehingga pemberian pelayanan berjalan dengan baik.

   c. Data dari Kantor Pertanahan Kota Bandung mengenai proses pelaksanaan pelayanan *customer*.

2. **Sumber Data**

   Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut:

   a. Sumber Data Primer

      Sumber data primer adalah sumber data untuk penelitian yang didapatkan langsung dari sumbernya, yaitu humas Kantor Pertanahan Kota Bandung yang berperan sebagai *customer relations*, khususnya yang bertanggung jawab dalam menangani aduan *customer*. Sumber data primer disini digunakan untuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

mengetahui dan mencari jawaban pertanyaan peneliti meliputi: peran, fungsi sampai dengan manajemen *customer relations* dalam memberikan pelayanan prima terhadap pengaduan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang didapatkan dengan tujuan untuk melengkapi jawaban dari sumber data primer dalam arti sebagai penunjang data primer, agar jawaban yang dihasilkan pada penelitian memiliki penguatan dari fakta-fakta yang telah ditemukan. Data sekunder didapatkan dari data digital yang bersumber dari *hotline* dengan nama Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Masyarakat (LAPOR).

1.7.5 Informan atau Unit Analisis

Pemilihan informan dilakukan dnegan menggunakan teknik terkait pada prosesnya langsung pada pelaksanaannya, syarat serta kriteria ketika mennetukan informan terdapat beberapa poin, menurut Mulyana (2011: 54) dalam menentukan informan pada sebuah penelitian kualitatif terdapat dua jenis informan yaitu sebagai berikut :

a. Informan kunci : Pelaksanaan dari manajemen *customer relations* yang dilakukan, yaitu Kepala Sub Bagian Tata Usaha Kantor Pertanahan Kota Bandung.
b. Informan Pelengkap : *Customer Relations Officer* merupakan seseorang yang berperan sebagai *customer relations* di Kantor Pertanahan Kota Bandung.

c. Informan Pelengkap : Staff Analisis pengadministrasian umum dan pelayanan informasi

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan atas data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka diperlukan beberapa teknik pengumpulan yang sesuai agar sesuai dengan data yang diharapkan peneliti, yaitu:

a. Wawancara mendalam

Penelitian ini dalam pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam terhadap informan dengan tujuan untuk menggali data secara mendalam dan langsung. Moleong (2005: 186) dijelaskan bahwa wawancara dengan mendalam diartikan sebuah proses penggalian informasi yang diajukan secara mendalam, bebas dan mendalam terkait fokus penelitian. Teknik melalui wawancara mendalam dilakukan dengan tanya jawab dari pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh peneliti secara langsung di Kantor Pertanahan Kota Bandung maupun secara virtual mengingat situasi dan kondisi masih dalam masa pandemi Covid-19.

Tahapan wawancara mendalam ini peneliti akan memberikan pertanyaan mengenai konsep dari *customer relationship management* (CRM) yaitu bagaimana proses manajemen meliputi *planning* (perencanaan), *people* (orang), dan *process* (proses).

Proses pengumpulan data yang peneliti lakukan sesuai dengan pedoman wawancara yang telah peneliti buat dilihat pada lembar lampiran pada halaman 148.

b. Observasi Pasif Partisipatoris

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan terjun langsung dalam mengamati apa yang ada dan terjadi dilapangan. Penelitian ini peneliti mengamati bagaimana manajemen dari c*ustomer relations* dalam mencapai pelayanan terhadap pengaduan dari *customer*. Sugiyono (2007: 66) Observasi pasif dijelaskan bahwa peneliti hanya mengamati kegiatan yang di tempat penelitian, namun tidak terlibat pada kegiatan tersebut. Observasi pasif ini dilakukan peneliti di Kantor Pertanahan Kota Bandung agar mendapatkan gambaran mengenai bagaimana proses manajemen *customer relations* yang dilakukan disana ketika akan memberikan pelayanan terhadap *customer*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

c. Dokumentasi

Dokumentasi pada teknik analisis data merupakan salah satu pengumpulan data pada metode data kualitatif dilakukan melalui cara menghimpun lalu menganalisis dokumen yang ada. Menurut Sukmadinata (2007: 221) dokumentasi merupakan suatu teknik dalam analisis data yan terdapat pada proses pengumpulan data dengan cara mengumpulkan lalu menganalisis baik dokumen yang berupa tertulis, elektronik, maupun gambar.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik penentuan keabsahan data triangulasi. Menurut Ruslan (2017:234) menyatakan triangulasi merupakan analisis jawab dari subjek dengan cara meneliti kebenarannya dengan data epmiris atau lainnya yang mana data yang ada dipastikan oleh data yang tersedia seperti sumber, waktu, teori dan metode. Penentuan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi melalui data dari berbagai sumber yang berbeda-beda misalnya dengan melakukan wawancara, observasi, dan lain sebagainya.

Teknik penentuan keabsahan data triangulasi pada penelitian kualitatif Patton (1987 :329) yakni dengan proses memanfaatkan penggunaan sumber, penyidik, konsep maupun teori serta metode. Pada penelitian ini penelitian ini memakai triangulasi untuk membandingkan dan menguji kembali keabsahan suatu data yang didapatkan ditempuh dengan cara memeriksa data pengamatan melalui hasil wawancara, memeriksa perkataan dengan bahasa yang sesuai, memeriksa perkataan orang terkait keadaan penelitian dengan apa yang diutarakan informan sepanjan waktu penelitian, memeriksa keadaan dan cara pandang seseorang, dengan berbagai pandangan serta pendapat berbagai lapisan masyarakat dan memeriksa hasil wawancara yang telah diperoleh dengan data maupun isi.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Data pada penelitian kualitatif dilakukan dengan teknik analisis data yaitu menyajikan data melalui adanya kumpulan hasil observasi,

wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti. Teknis analisis data merupakan suatu proses dalam mencari data, menyusun secara sistematis berdasarkan yang telah diperoleh melalui cara mengorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkannya dalam bagian-bagian, memilih pola dengan menyusun bagian penting, serta membuat kesimpulan sehingga hasil tersebut akan lebih mudah untuk dipahami. Penelitian yang peneliti lakukan dengan menggunakan teknik analisis data yang digagas oleh Creswell (1998: 86) berikut penjelasannya:

1. Pengolahan data, pada bagian ini peneliti memulai dengan mendeskripsikan pengalamannya dalam meneliti secara menyeluruh. Melalui proses pengolahan data ini peneliti mendeskripsikan berdasarkan pengalamannya.
2. Mengingat serta membaca data, yaitu peneliti menemukan pernyataan dalam wawancara yang telah dilakukan mengenai bagaimana memahami topik, secara terperinci pernyataan tersebut, dan mengembangkan rincian dari pernyataan yang setara dengan tidak melakukan pengulangan (*non repetitive*) maupun tumpang tindih (*non overlapping*).
3. Menggambarkan data, yaitu pernyataan-pernyataan yang ada kemudian dikelompokkan kedalam unit-unit makna, melakukan perincian oleh peneliti, dan menuliskan menjadi sebuah penjelasan dalam teks mengenai pengalamannya, termasuk contoh-contohnya.

4. Mengklasifikan data, pada penelitian tersebut peneliti merefleksikan hasil pemikirannya melalui deskripsi struktural atau variasi imajinatif, mencari makna yang memungkinkan secara keseluruhan melalui perspektif divergen, serta melakukan pertimbangan atas kerangka tujuan sesuai dengan gejala yang ada dan mengkonstruksikannya bagaimana gejala tersebut dapat terjadi.
5. Interpretasi data, yaitu peneliti melakukan konstruksi seluruh penjelasannya mengenai makna dan esensi pengalamannya.
6. Representasi dan visualisasi data, yaitu berdasarkan deskripsi dan struktural individu, pengalaman dari setiap informan, dan peneliti membuat *composite description*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.7.9 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Jul	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Jun
1	Tahap Pertama: Penyusunan Proposal Penelitian										
	Pengumpulan Data Pra Penelitian										
	Penyusunan Proposal Penelitian										
	Bimbingan Proposal Penelitian										
	Revisi Proposal Penelitian										
2	Tahap Kedua: Seminar Usulan Proposal Penelitian										
	SUPS										
	Revisi SUPS										
3	Tahap Ketiga: Penyusunan dan Pelaksanaan Penelitian										
	Bimbingan Skripsi										
	Pelaksanaan Penelitian										
	Olah Data dan Analisis										
	Penyusunan Skripsi										
	Bimbingan Skripsi										
4	Tahap Keempat: Sidang Skripsi										
	Bimbingan Akhir Skripsi										
	Sidang Skripsi										

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG