

---

## Peran Komunikasi Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Profit di Sampono Perfumery

Fika Anilda<sup>1</sup>, Sabrina Putri Lestari<sup>2</sup>, Ricky Firmansyah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Ars, Bandung, Indonesia

Email: <sup>1</sup>fika10121768@digitechuniversity.ac.id, <sup>2</sup>sabrina10121644@digitechuniversity.ac.id, <sup>3</sup>ricky@ars.ac.id

### Abstract

*The Role of Business Communication on Customer Satisfaction in increasing profits at Sampono Perfumery. This research is to determine the role of customer satisfaction in increasing profits in the company. There are several things that you want to pursue so that this research data is collected properly, with the aim of knowing the development of business communications that are always applied in increasing profits at Sampono perfumery in each of its offline stores. The method used is a qualitative method using data collection techniques or questionnaires. The data that will be generated is the role of business communication on customer satisfaction and convenience such as the location of the offline shampoo store in Cimahi on Jalan Raya Cibabat and the newest offline store in Bandung, precisely Jalan Braga, providing the best and comfortable facilities so that pedestrians who are traveling in the city can visit the store, in the shampoo perfumery shop, they provide free facilities such as massage chairs and free coffee to provide comfort to every visitor who comes, provide good quality products, employees who always give a good attitude towards customers, so that satisfaction can create added value and increase consumer convenience when shopping at Sampono Perfumery and always provide customer loyalty in every problem or consumer complaint against the company so that it can be repaired and improved, so that Sampono Perfumery can further improve the service back at each of each store.*

**Keywords:** Business, Communication, Customer, Profit, Satisfaction

### Abstrak

Peran Komunikasi bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan dalam meningkatkan profit di Sampono Perfumery. Penelitian ini untuk mengetahui peran serta kepuasan pelanggan dalam meningkatkan profit dalam perusahaan tersebut. Beberapa hal yang ingin ditekuni sehingga data penelitian ini terkumpul dengan baik, dengan tujuan untuk mengetahui perkembangan komunikasi bisnis yang selalu diterapkan dalam meningkatkan profit pada Sampono perfumery di setiap offline storenya. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data atau kuesioner. Data yang akan dihasilkan yaitu Peran komunikasi bisnis terhadap kepuasan dan kenyamanan pelanggan seperti lokasi offline store sampono yang berada di Cimahi itu di Jalan Raya Cibabat dan offline store terbaru di Bandung tepatnya Jalan Braga, Menyediakan fasilitas yang terbaik juga nyaman sehingga bagi para pejalan kaki yang tengah berwisata di kota tersebut bias berkunjung di store tersebut, di dalam toko sampono perfumery memberikan

fasilitas gratis seperti kursi pijat serta free coffe guna untuk memberikan kenyamanan pada setiap pengunjung yang datang, memberikan produknya dengan kualitas yang baik, karyawan yang selalu memberikan sikap yang baik terhadap pelanggan, sehingga kepuasan tersebut dapat menjadikan nilai lebih dan meningkatkan kenyamanan konsumen ketika berbelanja pada Sampono Perfumery serta selalu memberikan loyalitas pada pelanggan dalam setiap permasalahan atau pengaduan konsumen terhadap perusahaan agar dapat diperbaiki dan ditingkatkan, sehingga Sampono Perfumery bisa lebih meningkatkan kembali pelayanan pada setiap masing-masing toko.

**Kata kunci:** Bisnis, Komunikasi, Kepuasan, Pelanggan, Profit.

## **PENDAHULUAN**

Situasi ekonomi persaingan perusahaan berada di era globalisasi. Wirausahawan dituntut untuk dapat membuat dan menyimpan tugas dalam berbagai kompetisi bersama dengan kompetisi lainnya. Semakin cepat pertumbuhan dan perubahan ekonomi dan perusahaan, semakin banyak pengusaha membutuhkan strategi dan komunikasi yang baik. akurat dan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, terutama dalam mencapai tujuan yang diperlukan konsumen agar perusahaan tetap berjalan. (Thabroni, 2022)

Bisnis serta komunikasi adalah dua kata yang tidak bisa dipisahkan. Komunikasi merupakan suatu aktivitas penyampaian informasi (Siadari, 2019). Kualitas pelayanan adalah faktor yang paling penting untuk meningkatkan persaingan dunia bisnis di era globalisasi ini. Harapan dari setiap pelanggan yaitu selalu memberikan pelayanan yang terbaik agar tingkat kepuasan pelanggan pun meningkat.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling utama dan sangat penting didalam perusahaan untuk meningkatkan suatu profit ataupun keuntungan, kinerja karyawan pun perlu ditingkatkan agar kepuasan konsumen selalu meningkat sehingga tidak terjadinya perasaan yang mengecewakan pada konsumen. Keuntungan akan didapatkan perusahaan, serta pelayanan yang terbaik akan didapat oleh pelanggan. Pelayanan baik terhadap konsumen merupakan faktor utama yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan pembelian di suatu perusahaan dan pelanggan juga selalu menilai pelayanan di suatu perusahaan dengan cara menilai dari satu perusahaan hingga ke perusahaan lainnya

Memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Meningkatkan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan profit juga, perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu karena pelanggan lebih sering membeli produk, membeli dalam jumlah yang lebih banyak dan cenderung mencoba produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan, yang menurunkan biaya pemasaran dan penjualan melalui kata positif dari mulut ke mulut. Peningkatan kepuasan pelanggan ini diharapkan dapat meningkatkan upaya mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan menghasilkan profit yang lebih besar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Bisnis**

Menurut Merriam Webster bisnis merupakan suatu aktivitas pembelian, pembuatan dan penjualan barang serta jasa kemudian dipertukarkan dengan uang; aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan; Jumlah aktivitas yang telah diselesaikan oleh toko, perusahaan, pabrik dan lain. (Astuuti, 2020)

### **Komunikasi**

Komunikasi adalah bagian penting dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh manusia, komunikasi juga disebut dengan proses penyampaian informasi dari pihak satu

kepihak lain, guna untuk mendapatkan hasil penyampaian yang benar. (Widyananda, 2020)

### **Pelanggan**

Pelanggan adalah orang-orang yang mempunyai kegiatan membeli serta menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa. Pelanggan. (Safithri, 2022)

### **Profit**

Profit merupakan suatu keuntungan yang didapatkan dari hasil dan kinerja sebuah perusahaan, tetapi tidak disebut profit apabila dalam sebuah perusahaan tersebut hasil penjualannya menurut serta tidak adanya pembalikan modal yang telah direncanakan diawal anggaran sebuah perusahaan. (Himma, 2022)

### **Kepuasan**

Menurut Lovelock dan Wirtz kepuasan adalah suatu penilaian tentang sebuah keistimewaan produk serta jasa, dan produk itu sendiri. Kepuasan menyediakan tingkat kesenangan terhadap konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut. Kepuasan konsumen didapatkan dan diciptakan melalui suatu kualitas, nilai serta pelayanan. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan yaitu memberikan nilai pelanggan yang tinggi serta yang luas

### **METODE**

Metode penelitian yang kami ambil dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu menyajikan hasil penelitian ke dalam bentuk tertulis atau lisan perilaku yang diamati oleh masyarakat atau individu dan peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaparkan karakteristik penelitian itu sendiri, yaitu menjelaskan tentang peran komunikasi bisnis terhadap kepuasan pelanggan, khususnya untuk meningkatkan profit di sampono perfumery. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara langsung dan juga secara online melalui google form dan informasi deskriptif yang relevan melalui situs web serta penelitian kepustakaan dengan mencari referensi atau teori yang berkaitan dengan topik atau masalah yang sedang dipelajari

Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan obyek secara ilmiah, pengumpulan data yang dipakai dilakukan bersifat induktif dan kualitatif guna untuk memahami makna yang tepat, keunikan yang baik, serta memenuhi kontruksi fenomena dan menemukan suatu hipotesis. (Hakim, 2020)

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sampono Perfumery yang berasal dari nama Aromania Perfumery saat ini menjadi Sampono Perfumery yang berasal dari bahasa minang yang artinya yakni “ Sempurna “, dengan tujuan adanya perubahan nama tersebut berharap ingin menjadi salah satu refill terbaik di Indonesia .

Sampono Perfumery didirikan oleh Bapak Wendra Friadi, berdiri sejak tanggal 19 Mei 1998 di Jalan Simpang No 27 Cimahi, bergerak di bidang retail kategori refill parfume. Awal berdiri membuka toko ukuran 2,5m x 4m dengan modal terbatas, karena pada saat itu Bapak Wendra Friadi ialah salah satu mahasiswa di universitas swasta Universitas Jendal Ahmad Yani di jurusan teknik mesin. awal mula adanya usaha ini ditekuni sejak ia kuliah semester VI. Bapak Wendra selalu menjual productnya dengan sistem door to door dan kepada beberapa kawan bisnis di tempat ia kuliah. Seiring berjalanya waktu, dari tahun ke tahun perusahaan yang dimiliki Bapak Wendra ini semakin maju dan berkembang bahkan saat ini memiliki cabang di beberapa kota besar maupun kecil yang berada di Indonesia.

Minat masyarakat terhadap parfum terus mengalami peningkatan. Banyak merk lokal parfum di Indonesia yang kini turut meramaikan industri minyak wangi dalam negeri, yang tentu tak lepas dari peran parfum isi ulang alias refill. Berbicara parfum refill, kini warga Kota Bandung bisa turut menjajal minyak wangi yang tepat untuk semua kebutuhan di Sampono Perfumery yang baru membuka gerainya di Jalan Braga, Kota Bandung. Sampono Perfumery sendiri mengklaim menyediakan minyak wangi yang lengkap.

Sasaran yang ingin dicapai untuk meningkatkan perusahaan ini, tentunya hal yang paling utama yaitu melakukan pengelolaan arus dana di dalam perusahaan secara efisien agar tercapainya target yang maksimal. Untuk mengetahui peranan implementasi teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan pada sampono perfumery dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik contohnya di setiap toko adanya struck berupa print agar tidak terjadinya kecurangan, semakin meningkatnya perkembangan zaman pada saat itu Sampono Perfumery menggunakan sistem tertulis manual, dengan berjalannya waktu. Sampono perfumery saat ini sudah menggunakan sistem Foliopos dalam transaksi di setiap toko untuk melakukan pencatatan yang baik sehingga tidak terjadinya kesalahan, guna untuk mencapai kepuasan pelanggan sampono perfumery. Mengetahui kualitas pelayanan pelanggan adalah hal yang paling utama Sampono Perfumery untuk meningkatkan kepuasan kepada konsumen-konsumen, dimana Sampono Perfumery di cabang terbesar yaitu Sampono Braga, Sampono Simpang dan Sampono Cibabat yang tidak hanya menyediakan fasilitas terbaik selain membeli parfum adanya Free Coffee, serta minuman lainnya juga disediakan Kursi Pijat gratis untuk konsumen yang datang ke toko tersebut, serta tempat yang luas.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seluruh toko Sampono Perfumery selalu mengadakan diskon tiap bulan pada hari-hari tertentu, membuka peluang untuk menjadi reseller dengan diberikan harga tertentu, bukan hanya di Offline store saja tetapi di Online pun sama. Hingga pada saat ini Sampono Perfumery banyak yang menjadi mitra-mitra Sampono Perfumery atau yang disebut dengan Franchise.

Sampono Perfumery memiliki macam-macam kualitas yang ada seperti silver, gold dan premium ada harga tertentu yang sudah ditetapkan. Tetapi untuk silver sudah jarang dipasarkan dikarenakan kualitas yang standar. Contoh jika harga bibit tersebut Rp 2.500/ml dan harga botol Rp 10.000 maka hitungannya yaitu :

$Rp\ 2.500 \times 20ml + Rp\ 10.000 = Rp\ 60.000$  ( Apabila menggunakan botol ukuran 30 ml )  
Jadi, untuk harga jual parfum tersebut yaitu Rp 60.000 dengan kualitas gold. Apabila kualitas premium maka dikalikan dengan sesuai ukuran botolnya.

**Tabel 1.** Harga dan Perbandingan Bibit (Ukuran botol 30ml)

Harga bibit	Gold	Premium
Rp 2.500	60.000	85.000
Rp 3.000	70.000	100.000
Rp 3.500	80.000	115.000

## PENUTUP

Sasaran yang ingin dicapai untuk meningkatkan perusahaan ini, tentunya hal yang paling utama yaitu melakukan pengelolaan arus dana di dalam perusahaan secara efisien agar tercapainya target yang maksimal. Saat ini Sampono perfumery sudah menggunakan sistem Foliopos dalam transaksi di setiap toko untuk melakukan pencatatan yang baik sehingga tidak terjadinya kesalahan, guna untuk mencapai kepuasan pelanggan sampono perfumery. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seluruh toko Sampono Perfumery selalu mengadakan diskon tiap bulan pada hari-hari tertentu, membuka peluang untuk

menjadi reseller dengan diberikan harga tertentu, bukan hanya di offline store saja tetapi di online pun sama

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuuti, N. P. (2020). <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-dari-tujuan-hingga-jenisnya-klm.html?page=2>.
- Hakim. (2020). [http://repository.upi.edu/58184/6/S\\_JKR\\_1505964\\_Chapter3](http://repository.upi.edu/58184/6/S_JKR_1505964_Chapter3).
- Himma, F. (2022). <https://majoo.id/solusi/detail/profit-adalah>.
- Kurniawan, B. (2022). <https://kmerce.id/blog/kepuasan-pelanggan-adalah/>.
- Putri, A. M., & Ruliana, P. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TENANT. *Journal of Creative Communication*, 4.
- Safithri, M. N. (2022). [https://docs.google.com/document/d/1ovNpJIT7j2M2aUMIXPYt6MCjK0d6h7mbCJIC\\_EYcqo/edit#](https://docs.google.com/document/d/1ovNpJIT7j2M2aUMIXPYt6MCjK0d6h7mbCJIC_EYcqo/edit#).
- Siadari, C. (2019). <https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html>.
- Sumartini, C., & Tias, F. A. (2019). nalisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan KedaiKopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118.
- Thabroni, G. (2022). <https://serupa.id/kualitas-pelayanan-pengertian-indikator-dimensi-faktor-prinsip/>.
- Widyananda, R. F. (2020). <https://www.merdeka.com/jatim/komunikasi-adalah-proses-penyampaian-makna-pada-orang-lain-ketahui-tujuan-dan-fungsi-klm.html>.