

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era ini, teknologi berkembang dengan sangat pesat (Kusuma dan Setiawan, 2017). Perkembangan teknologi membuat segala hal yang dilakukan oleh manusia dari yang memiliki beberapa atau bahkan banyak proses menjadi instan (Salami, 2018). Perkembangan teknologi informasi juga dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas (Wardiana, 2002). Perkembangan teknologi informasi juga membuat berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi semakin banyak bermunculan, yaitu salah satunya adalah *e-commerce* (Wardiana, 2002).

Di era yang semakin canggih dan serba modern ini, untuk mencapai keuntungan dan keunggulan secara menyeluruh, perusahaan tidaklah lepas dari penyediaan atau layanan produk dan jasa yang berkualitas (Sriwidodo dan Indriastuti, 2010). Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (Yamit, 2010), Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*) (Kotler, 1987). Sebuah jasa dapat dikatakan berkualitas jika jasa tersebut memenuhi atau bahkan sampai melampaui harapan konsumen, jasa tersebut memberikan kepuasan kepada pelanggannya bukan hanya satu kali namun berulang kali (Riani, 2003).

Semakin hari kebutuhan konsumen semakin meningkat dan konsumen semakin kritis dalam menerima sebuah pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepadanya (Hadiati & Ruci, 1999). Konsumen membandingkan kualitas pelayanan perusahaan mana yang lebih baik atau

lebih buruk. Ketidakpuasan konsumen terjadi karena pembeli atau pengguna merasa adanya ketidaksesuaian antara kinerja produk dengan keinginan dan kebutuhan yang diharapkan, sehingga hal tersebut mendorong mereka untuk memberikan respon berupa sikap negatif maupun positif terhadap produk atau perusahaan (Hidayah dan Sumiyarsih, 2018). Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (*Service Quality*) kepada pelanggan (Yamit, 2010). Maka dari itulah, kualitas pelayanan menjadi sangat penting bagi sebuah perusahaan penyedia produk maupun jasa karena kualitas pelayanan yang diberikan dalam layanan jasa suatu perusahaan sangatlah penting karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dan sikap pelanggan tersebut dan kemudian juga berpengaruh dalam pencapaian keunggulan dan keuntungan perusahaan.

Menurut Zeithamal (1990) terdapat lima dimensi kualitas layanan yang meliputi dimensi *tangible* (atribut yang nampak), *reliability* (dapat diandalkan), *assurance* (kemampuan dipercaya), *emphaty* (kepedulian), dan *responsiveness* (daya tanggap). Hal tersebutlah yang menjadi dasar dalam mengukur kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan kepada pelanggannya. Kualitas layanan yang memenuhi harapan konsumen tidak hanya memuaskan konsumen saja namun juga secara tidak langsung akan memberi manfaat untuk perusahaan. Menurut Simamora (2013) kualitas pelayanan dapat memberi beberapa manfaat bagi perusahaan yaitu dengan membuat para konsumen menjadi loyal, konsumen yang loyal tidak hanya potensial dalam penjualan produk yang sudah ada tetapi juga untuk produk-produk baru dari perusahaan. Konsumen yang terpuaskan juga merupakan sumber informasi positif bagi perusahaan, bahkan mereka dapat menjadi pembela bagi perusahaan khususnya dalam menangkal isu-isu negatif tentang perusahaan. Dengan begitu, kualitas pelayanan yang baik juga secara tidak langsung menghemat biaya-biaya seperti biaya untuk memperoleh konsumen baru, karena beberapa konsumen lama yang

terpenuhi harapannya mungkin akan menyarankan produk dari perusahaan yang pernah ia pakai kepada orang lain (Sari dan Rushadiyati, 2018). Selain itu kualitas layanan yang baik juga secara tidak langsung akan menghemat biaya untuk memperbaiki kesalahan yang perusahaan lakukan karena konsumen lama yang puas akan layanan yang diberikan akan menangkal isu-isu negatif tentang perusahaan dan kemudian akan membangun kembali citra perusahaan. Manfaat tersebut secara tidak langsung juga mempengaruhi penjualan yang berpengaruh pada pendapatan perusahaan.

Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi (Kotler & Keller, 2009). Apabila kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan merasa senang, namun, tidak jarang juga perusahaan membuat konsumen merasa tidak puas dan kecewa, hal tersebut dapat terjadi apabila kinerja sebuah produk tidak memenuhi ekspektasi. Konsumen yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan akan mendatangkan manfaat bagi perusahaan seperti yang telah dijelaskan pada uraian paragraf di atas. Sedangkan, konsumen yang tidak puas akan mendatangkan bencana bagi perusahaan. Beberapa konsumen yang tidak puas dengan pelayanan perusahaan kepadanya akan diam saja dan tidak mengulangi pembeliannya dikemudian hari, namun beberapa konsumen menceritakan mengenai ketidakpuasan dan keburukan pelayanan perusahaan kepada orang lain, hal tersebut tentu dapat mempengaruhi sudut pandang orang tersebut yang kemudian akan menjatuhkan reputasi perusahaan dan berpengaruh pula pada jumlah konsumennya nanti. Ada lima faktor utama yang harus diperhatikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya (Lupiyoadi, 2001).

Di Indonesia, banyak sekali perusahaan jasa yang mulai sadar akan pentingnya kualitas pelayanan. Salah satu perusahaan yang bergerak di

bidang jasa adalah PT. Telkom sebagai penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. PT. Telkom merupakan penyedia pelayanan telekomunikasi pertama dan terbesar di Indonesia. PT. Telkom memiliki anak perusahaan yang termasuk salah satunya adalah Telkomsel, yaitu penyedia jasa operator jaringan selular. Telkomsel termasuk dalam salah satu penyedia operator jaringan selular terkemuka di Indonesia. Telkomsel memiliki jaringan layanan yang ada diseluruh Indonesia, tidak hanya kota-kota besar, namun juga kota kota kecil, dengan begitu, layanan Telkomsel menjadi mudah untuk diakses. Telkomsel selalu berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggannya, bahkan Telkomsel pernah meraih standar ISO 9001:2008 yang merupakan standar mutu Internasional perusahaan. Telkomsel juga membuat kumpulan kebijakan-kebijakan yang disebut dengan manual mutu yang mana manual mutu tersebut dibuat untuk menciptakan Sistem Manajemen Mutu untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan guna menaati peraturan dan perundangan yang ada dengan menggunakan Sistem Manajemen mutu yang efektif (Salami, 2018).

Dalam kebijakan mutu yang sudah ditetapkan oleh manajemen perusahaan secara nasional, Telkomsel berkomitmen melaksanakan Operational Excellence untuk mencapai Great Customer Experience melalui 6K (Kemudahan, Kecepatan, Keamanan, Keterjangkauan, Konsistensi, dan Ketepatan Solusi) dengan semangat peningkatan pelayanan yang berkesinambungan dan senantiasa mematuhi peraturan perundangan yang berlaku (Salami, 2018). Meskipun sudah menetapkan berbagai kebijakan bahkan telah meraih standar internasional, tidak menutup kemungkinan bahwa Telkomsel akan memberikan ketidakpuasan bagi beberapa konsumennya. Ditambah lagi konsumen yang semakin hari semakin kritis dalam menilai pelayanan yang diberikan perusahaan apalagi jika konsumen tersebut menemukan kesalahan atau kekurangan dari pelayanan yang diberikan perusahaan, hal ini tentu semakin memungkinkan untuk menimbulkan kekecewaan pada konsumen Telkomsel. Menurut

Salami (2018), beberapa pengguna Telkomsel masih mengeluhkan tentang pelayanan yang diberikan kepadanya, seperti kurang profesionalnya petugas GraPARI dalam melayani pelanggannya karena masih harus mengalihkan permintaan dan keluhan pelanggan kepada petugas yang lain. Pelanggan juga merasa terabaikan karena menurut mereka staf GraPARI masih belum mengerti cara yang baik untuk melayani pelanggannya.

Pelanggan Telkomsel tidak lepas dari sifat rasional atau tidak pernah puas, mereka selalu mengharapkan kesempurnaan dari suatu pelayanan yang diberikan oleh Telkomsel kepadanya. Maka dari itu, Telkomsel sebagai perusahaan jasa yang sangat bergantung pada kepuasan pelanggannya, sangat penting bagi Telkomsel untuk selalu memonitor kualitas pelayanannya melalui tingkat kepuasan pelanggannya, karena hal tersebut sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dikemudian hari. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Jika kualitas pelayanan pada suatu perusahaan baik maka kualitas pelayanan akan meningkat dan sebaliknya.

Pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Tabaku & Cerri (2016), meneliti tentang kualitas layanan yang ditawarkan oleh hotel-hotel di pantai Albania dan juga pengaruh kualitas layanan pada kepuasan pelanggan hotel. Penelitian tersebut menggunakan metode skala likert 5. Hasil analisis statistik dari data yang dikumpulkan penelitian ini menunjukkan pentingnya persepsi para wisatawan tentang kualitas layanan dan dampak signifikan dari kualitas layanan yang dirasakan pada kepuasan pelanggan untuk tamu hotel. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Jahmani (2017), melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan *Royal Jordan Airlines* terhadap kepuasan penumpangnya. Penelitian ini menemukan bahwa semua dimensi kualitas layanan memiliki hubungan positif pada kepuasan penumpang. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan penumpang. *Royal Jordan* harus dapat

memahami pentingnya elemen kualitas layanan untuk memenuhi kepuasan penumpang. Begitupula dengan penelitian Minh (2015), meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam studi kasus industri hotel di Vietnam. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memainkan peran penting sebagai pendorong tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dalam layanan hotel. Berdasarkan penjabaran di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Telkomsel Kota Klaten”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana harapan yang diinginkan konsumen terhadap kualitas pelayanan Telkomsel Kota Klaten?
2. Bagaimana Kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Telkomsel Kota Klaten?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel Kota Klaten?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Telkomsel Kota Klaten.
2. Untuk mengetahui kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Telkomsel Kota Klaten.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki Telkomsel Kota Klaten.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Pihak Manajemen Telkomsel

- a. Untuk meningkatkan mutu pelayanan pada Telkomsel Kota Klaten

- b. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Telkomsel Kota Klaten agar tercipta kepuasan konsumen.

2. Peneliti

- a. Bahan penerapan ilmu manajemen operasional terkait bidang kualitas pelayanan.
- b. Sebagai bahan literatur tambahan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tema yang sama.

