

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu bentuk organisasi yang salah satunya bergerak di bidang jasa yang berusaha melayani kebutuhan masyarakat selaku pelanggan (Permana, 2013). Jasa merupakan aktivitas manfaat atau kepuasan atau kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain (Donoriyanto, 2012). Jasa merupakan sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan (Nasution, 2005). Informasi merupakan kebutuhan primer masyarakat baik di negara maju maupun negara berkembang, seperti Indonesia komunikasi jarak jauh yang sebelumnya menjadi sesuatu yang mustahil saat ini dapat terwujud seiring berkembangnya jaman (Putriandari, 2011). Perusahaan perlu untuk selalu berusaha meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan. Komitmen pada kualitas jasa yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) merupakan salah satu cara untuk menunjang keberhasilan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Santoso, 2006).

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu strategi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat (Ramadhani, 2012). Pelayanan yang baik dan memuaskan pelanggan juga akan meningkatkan citra serta kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, seperti ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian produk dan jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka (Widodo et.al, 2016). Namun beberapa perusahaan masih belum memberikan apa yang diinginkan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan. Sebagai contoh menurut Yuliarimi & Riyasa (2007) menyatakan bahwa permintaan masyarakat akan air bersih semakin meningkat, namun kualitas pelayanan yang diberikan belum sebanding dengan pemenuhan permintaan dari masyarakat Hal

tersebut pada gilirannya mendasari timbulnya ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Tingkat kepuasan pelanggan dapat diketahui dari beberapa dimensi yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Sedangkan kepuasan pelanggan sangat berpengaruh dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Zeithaml dan Bitner dalam prosiding Ekasari dan Ciptomulyono (2012), terdapat lima dimensi utama *Service Quality* yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas jasa, yaitu bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*).

Penelitian ini akan dilakukan pada salah satu perusahaan jasa yaitu PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta yang bergerak dalam bidang informasi dan teknologi. Peneliti melakukan *pra survey* di PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta dengan melakukan wawancara terhadap *stakeholder*. Hasil yang didapatkan dari wawancara adalah banyaknya keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan seperti waktu menunggu pelayanan yang lama. Penelitian dilakukan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan saat menggunakan jasa pelayanan pada PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Service Quality* untuk mengetahui parameter kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, selain menggunakan *Service Quality* peneliti menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD). Input yang digunakan untuk perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah output yang dihasilkan oleh *service quality* yang nantinya akan menghasilkan atribut mana saja yang penting namun kinerja yang dilakukan masih dianggap kurang maksimal untuk menjadi prioritas perbaikan. Sehingga data dan analisa yang didapatkan dari perhitungan dengan metode IPA penulis gunakan sebagai referensi dalam peningkatan layanan yang dirancang dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD).

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan sangat diperlukan untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan sehingga mampu bersaing dengan perusahaan bidang jasa lainnya. Berdasarkan uraian masalah diatas peneliti mengambil judul “Inovasi Layanan

untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Sektor Publik dengan Studi Kasus PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta” yang nantinya hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk masukan sekaligus perbaikan terhadap kinerja perusahaan dalam menangani pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Mengukur seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta.
2. Merancang perbaikan layanan perusahaan yang sesuai dalam perrancangan peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan keinginan dari pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlalu meluas perlu difokuskan dan diberikan batasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya melakukan penelitian pada sektor pelayanan.
2. Objek penelitian ini hanya tingkat kepuasan pelanggan yang didapatkan dari penyebaran kuisisioner.
3. Penelitian ini tidak memperhatikan aspek biaya.
4. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality, Importance Performance Analysis*, serta *Quality Function Deployment*.
5. Penelitian ini hanya sebatas memberikan rekomendasi kepada perusahaan.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengatahui tingkat kepuasan pelanggan saat menggunakan jasa di PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta
2. Mengatahui perrancangan perbaikan apa saja yang sesuai dengan kondisi yang ada dan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan setelah menggunakan pelayanan di PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Dengan diterapkan sistem kualitas yaitu *service quality* terhadap industri jasa diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perusahaan dalam memberikan masukan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.
2. Mampu memberikan usulan untuk perusahaan dalam meningkatkan *quality service* bagi pelanggannya.
3. Mampu menguasai penggunaan integrasi antara *Service Quality, Importance Performance Analysis*, serta *Quality Function Deployment* untuk mengetahui kebutuhan pelanggan terhadap perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini disusun menjadi beberapa bagian bab dengan judul dan rincian dari tiap-tiap bab. Adapun struktur pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan struktur tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi kajian deduktif dan induktif yang menjadi landasan dalam penelitian dan menjelaskan posisi penelitian dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tahapan-tahapan penelitian yaitu alur penelitian yang digunakan untuk menjelaskan kerangka permasalahan dan proses penyelesaian masalah seperti analisis data, dan formulasi rancangan solusi yang ditawarkan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menunjukkan data yang telah diperoleh dan yang akan diolah dalam penelitian ini sesuai dengan metode yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan dari penelitian yang dilakukan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan pembahasan mengenai hasil analisis pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dengan mengacu pada teori dan alur penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan akhir dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dipaparkan diawal penelitian dan saran yang diajukan untuk pengembangan penelitian lanjutan yang sekiranya mampu dilakukan dengan memperbaiki atau menutupi keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

