

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1.Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah PT. Telekomunikasi Cabang Godean yang beralamat di Jalan Saroni Dipoyo Godean Sleman Yogyakarta.

3.2.Gambaran Umum Perusahaan

3.2.1. Sejarah Perseroan Telekomunikasi

Pada tahun 1884, pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan swasta yang bergerak dibidang ekspedisi surat menyurat untuk domestik dan jasa layanan telegraf Internasional. Pada tahun 1961, jasa pos dan telekomunikasi baru berdiri dengan bentuk perusahaan pemerintah pertama agar menjaga pos dan telekomunikasi di wilayah Sumatra, dimana mulai terbentuk pada tahun 1970 secara nasional.

Pemerintah mulai memisahkan jasa pos dengan telekomunikasi pada tahun 1965 kedalam Dua perusahaan milik negara, yaitu Perusahaan Negara Pos dan Perusahaan Negara Telekomunikasi. Pada tahun 1980 bisnis Telekomunikasi. Pada tahun 1980 bisnis telekomunikasi Internasional di pindahkan dari Perumtel ke Indosat, pada 1991 pemerintah mengubah Perumtel dari “ Perusahaan Umum “ menjadi Perusahaan Negara dengan layanan untuk masyarakat umum sebagai tujuan utama perusahaan, yaitu “ Persero ” dan berubah menjadi

Perusahaan Perseroan Perusahaan Telekomunikasi Indonesia yang juga dikenal dengan TELKOM. Disyahkan pada tahun 1995 yang semua kegiatan dikontrol oleh TELKOM pusat di Bandung yang membawahi 12 unit operasi regionalnya.

3.2.2. Visi dan Misi PT TELKOM

3.2.2.1. Visi PT TELKOM

Menjadi pedoman infocom player di kawasan regional.

3.2.2.2. Misi PT TELKOM

Memberikan layanan “one stop infocom” dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, mengelola usaha dengan cara yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, dengan teknologi yang kompetitif dan business partner yang sinergi.

3.2.3. Tugas dan Usaha PT TELKOM

PT TELKOM merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diatur oleh Peraturan Pemerintah No. 21 tahun 1984, mempunyai tugas membangun, mengembangkan dan mengusahakan telekomunikasi untuk umum dalam negeri guna mempertinggi kelancaran hubungan masyarakat. Atas pemahaman itu maka pembangunan telekomunikasi berdasarkan atas :

1. Landasan Ideal yaitu Pancasila.
2. Landasan Konstitusional yaitu UUD 1945.
3. Landasan Operasional yaitu GBHN dan Tap MPR.

Untuk mencapai tujuan tersebut PT TELKOM memiliki ruang lingkup yang terdiri dari :

1. Menyelenggarakan dan melayani telekomunikasi umum dalam negeri dengan menggunakan sarana telepon, telegram, telex dan sarana lainnya dengan mengindahkan kebijaksanaan pemerintah.
2. Merencanakan membangun dan memperluas sarana-sarana telekomunikasi beserta usaha-usaha lain yang akan menunjang tercapainya tujuan.

Sarana-sarana telekomunikasi meliputi :

- a. Sarana teknik berupa operasi telepon, telegraf, transmisi, jaringan dan catu daya.
- b. Sarana non teknik berupa tata usaha, keuangan dan perlengkapan.

3.2.4. Jenis Pelayanan PT TELKOM

PT TELKOM mengusulkan berbagai unit pelayanan telekomunikasi untuk masyarakat yang terdiri dari :

1. Pelayanan Jasa Telepon
 - a. Sambungan Lokal
 - b. Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ)
 - c. Sambungan Langsung Internasional
2. Pelayanan Jasa Telegraf
 - a. Telegraf Regular
 - b. Telegraf Indah

Bentuk pelayanan untuk mengirimkan informasi dari petunjuk telepon yang diajukan pelanggan jasa telex secara langsung kepada nomor telexnya antara lain :

1. Pelayanan Jasa Leared Chanel

Leared chanel adalah sirkuit sewa yaitu saluran yang disewakan untuk mengadakan hubungan telepon, telegraf, telex data dan sebagainya.

2. Pelayanan Jasa Faximile, Telecopyer dan Telephoto

Pelayanan ini disediakan oleh PT TELKOM untuk masyarakat yang menginginkan pengiriman informasi dalam bentuk naskah dan gambar.

3.2.5. Struktur Organisasi PT TELKOM

Dalam pengelolaan organisasinya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk mewakili sebuah Dewan Komisaris yang terdiri dari 1 (satu) dan 4 (empat) orang anggota Dewan Direksi lainnya yang memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda seperti Direktorat Sumber Daya dan Bisnis Pendukung / CIO, Direktur Bisnis Jaringan Telekomunikasi, Direktur Bisnis dan Jasa Telekomunikasi dan Direktur Keuangan / CFO.

Dalam menjalankan operasi perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk telah mengelompokkan unit-unit yang ada dalam organisasi ke dalam bentuk divisi. Secara umum divisi yang ada terbagi dua kriteria besar yaitu Divisi Inti (Core Division) dan Divisi Pendukung (Support Division).

Core Division dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah sebagai berikut :

1. Divisi Regional 1 untuk wilayah Sumatera
2. Divisi Regional 2 untuk wilayah Jabotabek Sekapur
3. Divisi Regional 3 untuk wilayah Jawa Barat dan Banten
4. Divisi Regional 4 untuk wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta
5. Divisi Regional 5 untuk wilayah Jawa Timur
6. Divisi Regional 6 untuk wilayah Kalimantan
7. Divisi Regional 7 untuk wilayah Bali, Nusa Tenggara, Sulawesi dan Kawasan Timur Indonesia
8. Divisi Network
9. Divisi Multimedia

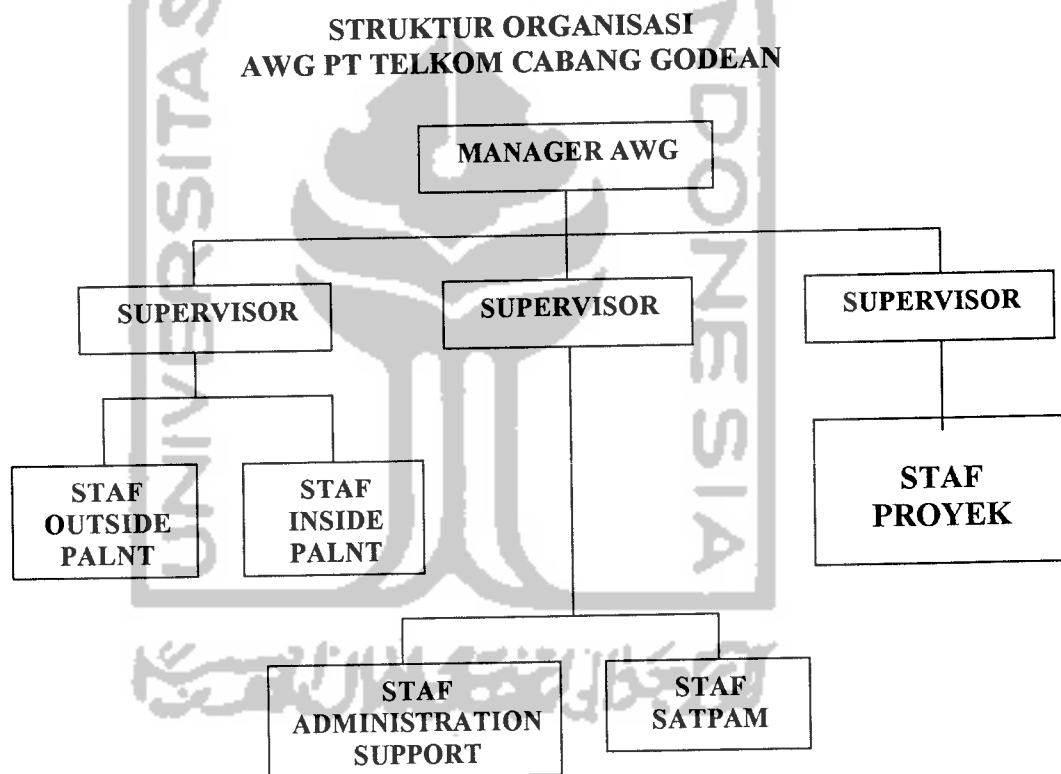
Sedangkan untuk Support Division dari PT Telekomunikasi Tbk adalah sebagai berikut :

1. 15 Center
2. Divisi Pelatihan
3. Divisi Riset dan Teknologi Informasi
4. Divisi Pembangunan
5. Divisi Atelir
6. Divisi Properti

Organisasi kantor perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk di Bandung Jawa Barat. PT TELKOM cabang Godean (AWG Godean) merupakan salah satu cabang dari Distrik Yogyakarta (Distrik

Telekomunikasi Yogyakarta), di dalam wilayah Divisi Regional IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Untuk memperlancar tugas-tugas dalam pelayanan, maka koncatel Godean atau AWG (Area Work Group) Godean menyusun struktur organisasi untuk mempermudah dan mempercepat pelaksanaan tugasnya. Adapun struktur organisasi untuk AWG Godean dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : PT Telkom Cabang Godean

3.3. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan konsep dimensi kualitas pelayanan jasa menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (Yamit, 2002, hal. 10), yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati
6. Kepuasan

3.4. Karakteristik Responden

Yaitu adanya perbedaan psikologis dan biologis (fisik) seseorang di bagi menjadi:

a. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

b. Usia Responden

- 20 – 29 th
- 30 – 39 th
- 40 – 49 th
- > 50 th

c. Pekerjaan

- Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta

- TNI / Polri
 - Pelajar / Mahasiswa
- d. Tingkat Pendapatan Responden.
- Dibawah Rp. 1.000.000,00
 - Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.500.000,00
 - Di atas Rp. 1.500.000,00
- e. Status Responden
- Pemilik / Pemakai Telepon
 - Bukan Pemilik / Pemakai Telepon
 - Yang Berkunjung ke Kantor

3.5. Definisi Operasional Variabel

1. Bukti langsung (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Atribut yang akan dikemukakan adalah :
 - a. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.
 - b. Letak lokasi gedung yang strategis dan tempat parkir yang luas.
 - c. Memiliki sarana komunikasi dan informasi yang memadai.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Atribut yang akan dikemukakan adalah :
 - a. Perusahaan melakukan pekerjaan secara segera dengan waktu yang telah ditentukan.
 - b. Pelayanan dimulai secepatnya ketika Pelanggan datang.

- c. Perusahaan akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik seperti yang telah dijanjikan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Atribut yang akan dikemukakan adalah :
 - a. Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan.
 - b. Karyawan perusahaan selalu bersedia untuk memberikan bantuan kepada pelanggan
 - c. Karyawan Perusahaan dapat menyediakan waktunya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan.
 - d. Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
4. Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf sehingga para pelanggan bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan. Atribut yang akan dikemukakan adalah :
 - a. Karyawan Perusahaan memiliki rasa percaya diri dalam melayani pelanggan.
 - b. Pelanggan merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi.
 - c. Karyawan bersikap sopan dalam menghadapi pelanggan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan keinginan untuk memahami kebutuhan para pelanggan. Atribut yang akan dikemukakan adalah :

- a. Perusahaan mampu memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan.
 - b. Karyawan mengerti akan kebutuhan pelanggan.
 - c. Perusahaan memiliki media sarana atau media untuk menerima dan mendengarkan saran serta kritik pelanggan.
6. Kepuasan, yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya (Kotler, 1997).

3.6. Instrumen Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik penelitian dengan cara mengadakan tanya jawab langsung terhadap responden untuk memperoleh data yang lebih aktual sehubungan dengan masalah yang dibahas.

2. Kuesioner

Dilakukan dengan membuat suatu daftar pertanyaan untuk diisi responden yang akan diteliti sehingga penulis akan mendapatkan tanggapan dari konsumen terhadap masalah yang akan diteliti. Skala jawaban yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan Skala Likert. Skala likert merupakan prosedur penskalaan di mana skala mewakili suatu *continuum bipolar*. Pada ujung sebelah kanan (dengan angka tinggi) menggambarkan suatu jawaban yang positif, sedangkan ujung kiri (dengan angka kecil) menggambarkan yang negatif.

Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan atau harapan pelanggan dan kinerja yang diberikan perusahaan. Dalam hal ini, digunakan lima tingkat pembobotan yang diberi nilai satu hingga lima.

Penilaian terhadap tingkat kepentingan atau harapan pelanggan diberikan bobot sebagai berikut :

Sangat Penting	= 5
Penting	= 4
Cukup Penting	= 3
Kurang Penting	= 2
Tidak Penting	= 1

Sedangkan untuk kinerja yang diberikan oleh perusahaan diberikan bobot sebagai berikut :

Sangat Baik	= 5
Baik	= 4
Cukup Baik	= 3
Kurang Baik	= 2
Tidak Baik	= 1

3. Pengujian Data

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Keabsahan atau kesahihan suatu hasil penelitian sosial sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang dipakai tidak valid dan atau tidak

dapat dipercaya, maka hasil penelitian yang dilakukan tidak akan menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji keandalan (*test of reliability*) untuk menguji kesungguhan jawaban responden.

a. Uji Validitas (Keshahihan)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Alat ukur validitas yang tinggi berarti mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya. Untuk menguji validitas tersebut, digunakan teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson yang dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS ver. 10 pada menu *corelation pearson*.

Adapun kriteria atau pernyataan tersebut dapat dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasinya lebih besar dari taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 5%.

b. Uji Reliabilitas (Kehandalan)

Setelah dilakukan uji validitas atas pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan,

kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji kehandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang sudah valid. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS ver. 10, pada menu *Scale reliability analysis*.

Adapun kriteria atau pernyataan tersebut dapat dikatakan sah apabila nilai *alpha cronbach* yang dihasilkan memiliki nilai lebih besar dari 6%.

3.7. Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dikumpulkan data atau informasi yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, yaitu kuisioner kepada pelanggan dan data sekunder yang diperoleh dari pihak lain. Teknik pencarian data dilakukan dengan :

a. Data Primer

Data Primer diperoleh dari hasil penelitian pada masing – masing responden terhadap komponen – komponen yang mempengaruhi pengambilan keputusan responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek yang diteliti melalui studi pustaka yang relevan seperti majalah,

surat kabar, dan brosur yang berkaitan dengan pokok permasalahan dalam penelitian, data sekunder diperoleh dari :

- 1). Sejarah PT. TELKOM
- 2). Visi dan Misi PT. TELKOM
- 3). Struktur Organisasi PT. TELKOM

1. Metode library research

Mengumpulkan berbagai data yang diperoleh dari berbagai sumber penulisan, baik berupa buku-buku maupun tulisan yang terdapat di berbagai media, yang berhubungan dengan penelitian ini, serta yang berasal dari dalam perusahaan.

2. Metode field research

Dalam penelitian ini dikumpulkan data atau informasi yang berkaitan erat dengan penelitian, berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini PT. Telekomunikasi Cabang Godean Yogyakarta. Adapun instrumen pokok yang akan dipakai untuk mengambil data adalah dengan menggunakan kuisisioner yang didalamnya akan diajukan pertanyaan yang berhubungan dengan tema penelitian kepada sampel yang dituju. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dan dapat menunjang proses analisis data.

3.8. Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian menggunakan teknik sampling guna memperoleh data yang diperlukan.

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok unit analisis atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan PT. Telekomunikasi Cabang Godean Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi, jumlahnya lebih sedikit dari jumlah populasinya. Semakin banyak sampel yang diambil, semakin kecil kemungkinan kesalahan penelitian.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Convenience Random Sampling*. Untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini dipakai rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{(z)^2 \pi(1-\pi)}{\varepsilon^2}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

Z : Nilai tabel distribusi normal untuk derajat kepercayaan. Pada penelitian ini derajat kepercayaan 95%, maka Z = 1,96.

π : Perkiraan pelanggan yang datang. Diperkirakan 93% dari pelanggan yang datang ke PT. Telekomunikasi Cabang Godean.

ε : Kesalahan maksimum yang diderita pada penelitian ini, batas kesalahan maksimum adalah 5%.

Maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2(0,93)(1-0,93)}{(0,05)^2} \\ &= \frac{0,25008816}{(0,05)^2} \\ &= 100,035 \approx 101 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Jadi jumlah tersebut dibulatkan menjadi 101 sampel atau responden.

3.9. Alat Analisis

1. Analisis Deskriptif

Metode ini berdasarkan pada data yang diperoleh kemudian dianalisis tetapi tidak dalam bentuk angka-angka melainkan dalam bentuk penjelasan yang menggambarkan keadaan proses dan peristiwa tertentu.

2. Analisis Statistik

Metode ini merupakan alat analisa yang digunakan terhadap data yang dapat diukur secara statistik yang didasarkan pada angka, dengan perhitungan matematis serta sistematis.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.

Telekomunikasi Cabang Godean Yogyakarta, maka digunakan *Importance-Performance Analysis* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan (Supranto, 1997).

Metode analisis statistik yang digunakan meliputi :

a. Tingkat Kesesuaian

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi Cabang Godean Yogyakarta.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh notasi huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Di mana:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan digunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Di mana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

b. Diagram Kartesius

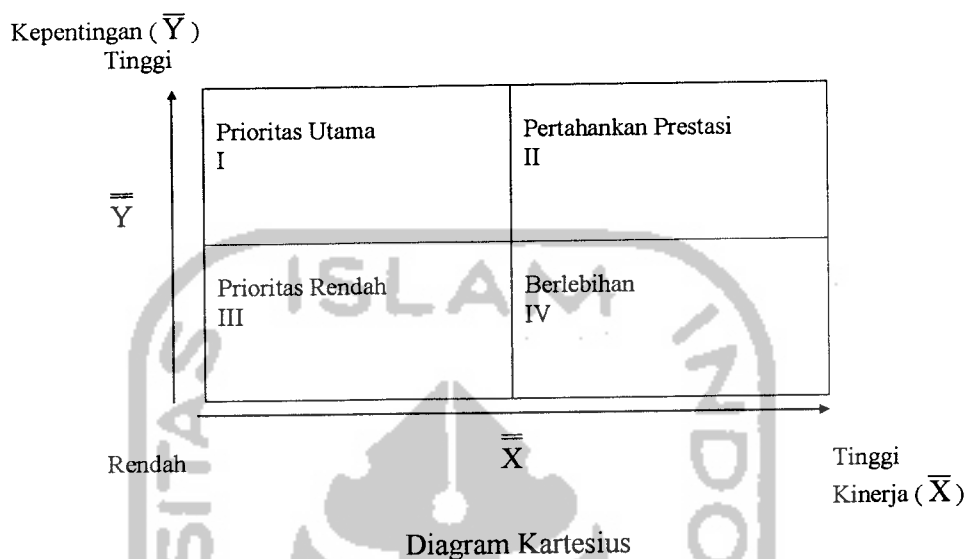
Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat buah bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik $(\bar{X}; \bar{Y})$, dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Di mana :

K = banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius sebagai berikut :



Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Kuadran I (Prioritas Utama)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan terus-menerus sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih

tinggi. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variable ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul di mata pelanggan.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

Kuadran IV (Berlebihan)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.