

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan penyedia jasa telekomunikasi merupakan perusahaan yang erat kaitannya dengan teknologi yaitu teknologi telekomunikasi itu sendiri dan teknologi informasi yang mempunyai peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Pada era globalisasi sekarang ini persaingan di bidang telekomunikasi akan semakin sengit, akan semakin banyak perusahaan penyedia jasa telekomunikasi baik yang berupa fix line maupun seluler, tentunya dengan munculnya perusahaan telekomunikasi baru akan menguntungkan pelanggan akan informasi yang dibutuhkan.

Adanya globalisasi mengharuskan suatu perusahaan harus mampu bersaing mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam memberikan layanan informasi yang dibutuhkan pelanggan. Oleh karena itu, PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang sebagai perusahaan nomor satu di kota Semarang yang bergerak di bidang telekomunikasi dan informasi terus berusaha meningkatkan pelayanan dengan tujuan agar masyarakat dapat mengetahui berbagai pusat pelayanan yang diberikan oleh PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang. Salah satu layanan yang ditawarkan oleh PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang adalah jasa layanan informasi 108. Dimana layanan informasi 108 ini merupakan salah satu bidang usaha dari PT Telkom untuk menyelenggarakan pelayanan sarana telekomunikasi untuk umum didalam negeri.

Layanan ini mempunyai manajer dan staff tersendiri, khusus melayani jasa informasi 108. Layanan ini mampu memberikan informasi nomor telepon pelanggan melalui media telepon lewat operator. Pelanggan dapat langsung menghubungi nomor pusat layanan informasi 108 dengan menekan 108 dari telepon rumah, warung telepon (wartel), telepon umum dan lain-lain.

Dengan persaingan yang semakin ketat, kualitas jasa informasi yang disediakan oleh suatu perusahaan tersebut didukung oleh sumber daya manusia yang baik serta cukup dari segi jumlahnya untuk melayani pelanggan. Jasa mempunyai karakteristik tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, tidak berubah-ubah dan tahan lama. Pengertian jasa menurut Kotler (1996) jasa adalah kegiatan atau manfaat yang bisa ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak bisa dan tidak menghasilkan pemilikan apapun. Produksinya mungkin dikaitkan atau mungkin tidak dikaitkan pada produk fisik.

Kebutuhan manusia akan jasa informasi merupakan bagian yang penting. Informasi selalu berkembang, dan semakin kompleks teknologi yang dibutuhkan manusia. Keadaan ini yang mengharuskan PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang harus terus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan posisinya di masyarakat sebagai perusahaan telekomunikasi dan informasi. Ini dapat dilihat dari banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan berusaha menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Selain itu banyak perusahaan yang menyadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tuntutan dari pelanggan

sehingga perusahaan mau tidak mau harus memberikan atau mewujudkan dengan berbagai macam strategi agar dapat mempertahankan pelanggan.

Pelanggan pada umumnya, mempunyai ukuran kepuasan yang dapat dilihat dari kualitas pelayanan, kecepatan pelayanan, keramahan, keinginan untuk membantu pelanggan. Bagi perusahaan, pengembangan kualitas pelayanan menjadi kekuatan utama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Ini berarti hanya merupakan salah satu faktor utama dalam keberhasilan usaha bagi perusahaan itu sendiri. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang sebagai perusahaan jasa telekomunikasi menawarkan jasa kepada masyarakat yang membutuhkan layanan untuk memenuhi kebutuhan jasa telekomunikasi. Untuk dapat memberikan layanan jasa informasi 108 yang terbaik kepada masyarakat, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang perlu memperhatikan tingkat keterampilan, kedisiplinan dan cara kerja pegawainya. Agar kepuasan pegawai dapat dicapai, berbagai upaya telah dilakukan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang, yaitu adanya unit kerja pelayanan dan pelanggan. Pelayanan didalam struktur organisasi mencerminkan keunggulan tersebut. Kedua unit kerja ini dalam tugasnya langsung bersentuhan dengan pelanggan melalui media telepon.

Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi pola perilaku pelanggan dalam memanfaatkan jasa layanan informasi 108 yaitu berusaha meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan. Menurut Wychof kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan

(Fandy Tjiptono,1999:30). Baik buruknya kualitas jasa tergantung dari kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang yang menawarkan jasa layanan informasai 108 mempunyai kinerja yang relatif baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil survey melalui data call trafik dari bulan Januari sampai bulan Desember tahun 2004 seperti tampak pada tabel berikut.

Tabel 1.1. Hasil Persentase Keberhasilan Layanan Jasa Informasi

Bulan	Pengguna Jasa	Terjawab		Data Tidak ada		Operator Sibuk		Penelpon masuk tidak terjawab	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
		Januari	839100	837503	99.81	1359	0.16	56	0.01
Pebruari	762672	761631	99.86	917	0.12	32	0.00	92	0.01
Maret	806075	801457	99.43	947	0.12	3517	0.44	154	0.02
April	803111	801984	99.86	1002	0.12	6	0.00	119	0.01
Mei	846485	844962	99.82	881	0.10	212	0.03	430	0.05
Juni	853717	852786	99.89	856	0.10	22	0.00	53	0.01
Juli	924603	923612	99.89	730	0.08	172	0.02	89	0.01
Agustus	851368	850419	99.89	692	0.08	36	0.00	221	0.03
September	856666	855586	99.87	797	0.09	21	0.00	262	0.03
Oktober	87167	86440	99.17	645	0.74	51	0.06	31	0.04
Nopember	781976	777728	99.46	1583	0.20	1982	0.25	683	0.09
Desember	924065	919837	99.54	1514	0.16	2363	0.26	351	0.04
Rata-rata	778083.8	776162	99.71	994	0.17	706	0.09	222	0.03

Sumber : Data PT Telekomunikasi Tbk,AWG Semarang 2004

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa rata-rata keberhasilan dalam melayani pelanggan setiap bulannya mencapai 99,71%. Ditinjau dari kegagalan dalam menjawab, diperoleh data bahwa 0,17% karena data tidak tercatat, 0,09%

karena operator sibuk dan 0,03% tidak terjawab. Meskipun tingkat keberhasilan dalam melayani pelanggan relatif tinggi, namun pihak perusahaan tidak boleh mengabaikan kegagalan dalam melayani pelanggan meskipun dalam skala kecil, kepuasan pelanggan akan menentukan pemasukan selanjutnya. Adanya gap dalam pelayanan yang dirasakan, yaitu persepsi antara jasa yang diberikan dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akan menentukan pemasukan selanjutnya. Jika jasa yang diterima lebih baik dari jasa yang diharapkan atau jasa yang diharapkan sama dengan jasa yang diterima, maka perusahaan akan menerima citra atau dampak yang positif. Akan tetapi jika jasa yang diterima lebih rendah dari jasa yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan. Secara singkat Zeithaml dan Bitner yang disadur oleh Soeratno dan Lincoln Arsyad (1998, 43) menyebutnya sebagai gap kualitas jasa yang mencakup 5 gap yaitu:

1. Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen
2. Gap antara persepsi manajemen dengan harapan akan kualitas jasa
3. Gap antara kualitas jasa yang diharapkan dengan penyampaian jasa
4. Gap antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal kepada konsumen
5. Gap antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang diterima.

Pemahaman tentang hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan penting bagi perusahaan, karena perusahaan sebagai penyedia pelayanan

perlu mengetahui tujuan perusahaan yang sesungguhnya. Hal ini penting karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

Dalam menilai suatu kualitas pelayanan, para pengguna layanan biasanya akan menilai dari 5 (lima) kriteria sebagaimana dikatakan Fandy Tjiptono (1997) tentang dimensi kualitas pelayanan yakni :

1. Bukti fisik atau berwujud (tangibles) adalah bukti fisik dari jasa. Bagian nyata dari jasa meliputi fasilitas fisik, perkakas, dan peralatan yang digunakan untuk menghasilkan jasa.
2. Keandalan (reliability) adalah kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau kegagalan.
3. Daya tanggap (Responsiveness) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang segera.
4. Kepastian atau jaminan (Assurances) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menjaga kepercayaan. Karyawan yang berkeahlian yang memperlakukan pelanggan dengan hormat serta membuat mereka merasa bahwa mereka dapat mempercayai kepastian atau jaminan seperti ditunjukkan perusahaan.
5. Empati (Empathy) adalah memperhatikan pelanggan mereka secara individual. Perusahaan yang pegawainya mengenal pelanggan, memanggil mereka dengan nama dan belajar memahami tuntutan tertentu akan memberikan empati.

Berdasarkan latar belakang tersebut perlu diteliti secara empiris, bagaimanakah kelima faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dimensi kualitas mana

yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta strategi apa yang seharusnya digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada jasa layanan informasi 108 pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang. Oleh karena itu penulis mencoba menganalisisnya dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang terhadap Kepuasan Pelanggan”

(Studi Kasus PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang)

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan masalah yang akan ditentukan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa informasi 108 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Dimensi kualitas yang mana yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa layanan informasi 108 pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang?
3. Strategi pemasaran apakah yang seharusnya digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada jasa layanan informasi 108 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang ?

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar masalah yang diteliti dapat fokus dan dapat dihasilkan analisis yang baik, maka penulis menggunakan batasan masalah yang diteliti yaitu :

1. Karakteristik pelanggan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang yang menggunakan jasa informasi 108 pada tahun 2005, yang meliputi usia, pekerjaan, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan pendapatan.
2. Dimensi kualitas pelayanan PT Telkom AWG Semarang.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa informasi 108 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa layanan informasi 108 pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada jasa layanan informasi 108 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, AWG Semarang



### 1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan.

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan untuk mengadakan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa informasi 108.

2. Bagi Peneliti.

Memberikan pengalaman dalam hal melakukan riset bidang pemasaran, dan dapat sebagai wahana penerapan dan pengembangan teori yang diperoleh di bangku kuliah.

3. Bagi pihak lain.

Sebagai data penelitian lebih lanjut bagi yang akan mengadakan penelitian tentang kualitas pelayanan.

