

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS LAYANAN JASA WIFI.ID PADA WIFICORNER  
PT.TELKOMDI KOTA BANDUNG

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF THE QUALITY OF SERVICE WIFI.ID WIFICORNER  
PT.TELKOMDI BANDUNG

Satrio Pratomo Brahim<sup>(1)</sup> Abdulloh<sup>(2)</sup>

Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1)</sup>[Satriopratomobrahim@yahoo.com](mailto:Satriopratomobrahim@yahoo.com), <sup>2)</sup>[abdullah@telkomuniversity.ac.id](mailto:abdullah@telkomuniversity.ac.id)

**ABSTRAK**

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini, kebutuhan akan komunikasi telah menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat. Hampir seluruh kehidupan sehari-hari bersinggungan dan bahkan bergantung pada komunikasi dengan menggunakan layanan telekomunikasi, dan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi, layanan internet menjadi salah satu kebutuhan wajib masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja, harapan, serta tingkat kepuasan konsumen mengenai kualitas layanan Wifi.id pada Wificorner Pt.Telkom di kota Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, menggunakan metode purposive sampling kepada 384 pengguna layanan Wifi.id. Penelitian ini menggunakan metode Importance performance Analysis (IPA) untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing masing atribut tersebut. Hasil penelitian kinerja dari perusahaan yang diberikan kepada pelanggan mengenai kualitas layanan adalah 69,5%. Harapan dari konsumen mengenai kualitas layanan Wifi.id pada Wificorner Pt.Telkom di kota Bandung adalah 71,1%. Berdasarkan analisis tingkat kepuasan penilaian kepuasan dalam kategori tidak puas karena memiliki indeks sebesar 0,974. Hasil dari Importance Performance Analysis (IPA) terdapat 4 atribut yang harus diprioritaskan untuk di perbaiki oleh Wifi.id pada Wificorner Pt.Telkom di kota Bandung.

**KATA KUNCI:** Analisis Kepuasan Konsumen, IPA, Kualitas Layanan

**ABSTRACT**

In the development of the modern world and globalization, the need for communication has become important for a society. Almost all of daily activities in our life intersect and even depend on communication by using a telecommunication service, also internet service has become a necessity for a society as the people's mobility is getting higher. The purpose of this study is to determine the performance, expectation, and the level of customer's satisfaction toward the service quality of Wifi.id at PT. Telkom's Wificorner in Bandung.

This study is a quantitative study. Sample was collected by distributing questionnaires, using purposive sampling method to 384 users of Wifi.id service. This study also uses Importance performance analysis (IPA) to determine the importance level of various relevant attributes and the performance level of the company on each attribute. Based on this study, the company performance given to the customers in term of service quality is 69.5 %, and the customer's expectation in Wifi.id service quality at a PT. Telkom's Wificorner in Bandung is 71.1 %. Based on the satisfaction level analysis, the satisfaction's rating is on the unsatisfied category because it has index of 0.974. Importance Performance Anaysis (IPA) resulted in 4 attributes that should be prioritized to be improved by Wifi.id at PT. Telkom's Wificorner in Bandung.

**Keywords:** Customer Satisfaction Analysis, IPA, Quality of Service

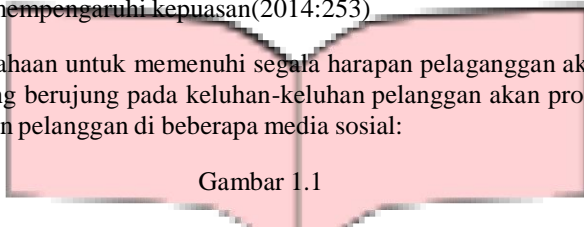
**1. PENDAHULUAN**

Indonesia WiFi (WiFiid) merupakan jaringan akses wireless broadband yang menjadi media untuk menikmati layanan internet berkecepatan tinggi serta berbagai layanan multimedia lainnya. Menggunakan teknologi Wireless Fidelity (WiFi) terbaru berdasarkan pada spesifikasi IEEE 802.11 yang populer digunakan untuk menghubungkan antar komputer, smartphome, laptop dan perangkat lainnya, serta menghubungkan komputer dan

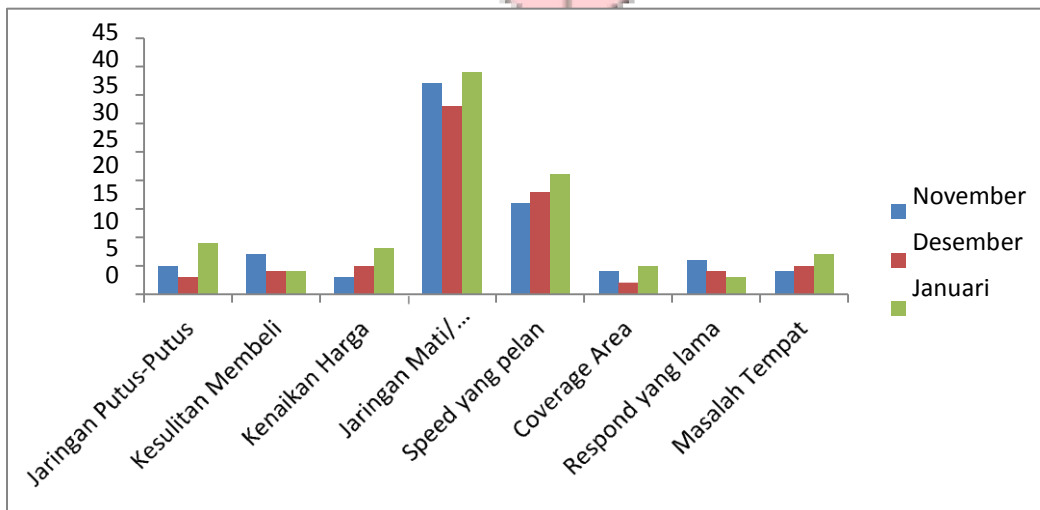
perangkat lain ke internet atau ke jaringan kabel (ethernet) LAN. Teknologi ini sudah dilengkapi dengan sistem kontrol dan monitoring terpadu menjadikan Indonesia WiFi dapat menyalurkan lebih dari satu layanan broadband dengan tingkat kualitas masing-masing yang dapat dijamin. (my.telkom.co.id.2015)

Harapan konsumen yang menggunakan layanan dari wifiid tidak hanya berfokus pada harga dan fitur yang ditawarkan, tetapi juga melihat kualitas yang ditawarkan oleh produk tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Kotler dan Armstrong bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Serta kualitas merupakan bagian penting dari atribut produk yang mempengaruhi kepuasan(2014:253)

Ketidak mampuan perusahaan untuk memenuhi segala harapan pelanggan akan layanan yang ditawarkan menyebabkan ketidakpuasan yang berujung pada keluhan-keluhan pelanggan akan produk tersebut. Berikut adalah keluhan-keluhan yang disampaikan pelanggan di beberapa media sosial:



Gambar 1.1



Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa para pelanggan tidak merasa puas dengan kinerja yang diberikan perusahaan karena tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan mengeluhkan kecepatan, kesulitan untuk membeli paket, Wifi.id yang diakses sedang mengalami gangguan/mati,dll. Pelanggan mengungkapkan kekecewaannya terhadap perusahaan dengan memberikan komentar-komentar di media sosial yang berbentuk keluhan, jika hal tersebut terus terjadi maka akan berdampak buruk bagi image perusahaan, sehingga akan menciptakan keengganan untuk menggunakan produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa wifiid masih memiliki banyak kekurangan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang penelitian, didapat pertanyaan penelitian yang mendasari dibuatnya penelitian ini, berikut adalah pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan berdasarkan latar belakang penelitian ini:

1. Bagaimana harapan konsumen mengenai kualitas layanan jasa Wifi.id pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung?
2. Bagaimana kinerja layanan jasa Wifi.id pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung?
3. Bagaimana kepuasan konsumen mengenai kualitas layanan jasa Wifi.id pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung?
4. ?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN METEDOLOGI

### 2.1 TINJAUAN PUSTAKA

Perusahaan menciptakan layanan jasa dengan mengeluarkan biaya, waktu serta sumber daya, dimana hal tersebut harus dilakukan dengan sebaik-baiknya dan seefisien mungkin. Dengan biaya, waktu serta sumber daya

yang dikeluarkan oleh perusahaan maka jasa yang diciptakan harus mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Kinerja dari layanan yang diberikan oleh perusahaan harus diatas harapan pelanggan agar memberikan rasa puas bagi pelanggan serta memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Konsep kualitas pelayanan selalu berkembang dari waktu ke waktu. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan yang dibuat oleh pelanggan, perbandingan antara harapan akan jasa yang mereka terima dengan kinerja dari jasa tersebut ketika dikonsumsi. Sebuah perusahaan jasa dituntut untuk dapat memahami dan mengerti kebutuhan pelanggan mereka. Memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan merupakan kunci untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Kotler & Keller (2009:143) menyatakan, "Kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Dapat dikatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tetapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (atau tingkat) kualitas." Untuk memperkuat teori diatas, Parasuraman et al dalam Sumarwan et al(2011:236), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai "seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh"

Wifi.id memiliki harga yang beragam serta lebih murah dibandingkan dengan kompetitornya serta memiliki kuota unlimited yang lebih menguntungkan pengguna. Akan tetapi hal tersebut tidak mengurangi kekurangan yang dimiliki oleh layanan secara keseluruhan, hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya keluhan yang diterima perusahaan. Mulai dari Masalah jaringan yang mati sehingga tidak dapat digunakan, speed yang pelan, coverage area, hingga masalah tempat.

Dalam kerangka pemikiran penelitian ini, penulis akan mengukur dimensi-dimensi yang dimiliki oleh layanan wifi.id pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung. Dimensi kualitas pelayanan tersebut antara lain adalah:

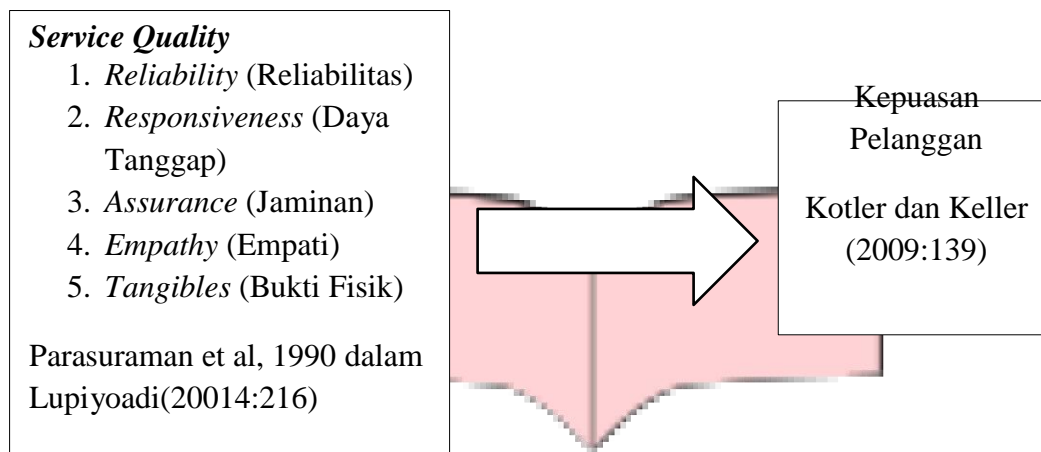
1. Tangibles (Bukti fisik)
2. Empathy (Empati)
3. Reliability (Reliabilitas)
4. Responsiveness (Daya tanggap)
5. Assurance (Jaminan)

Melalui hasil analisis menggunakan Importance Performance Matrix maka akan diketahui sejauh mana kepuasan pelanggan akan kualitas pelayanan Wifi.id pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung dan atribut-atribut apa saja dari kualitas pelayanan Wifi.id pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan performance-nya sehingga dapat menciptakan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:139) secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap harapan mereka. Jika kinerja gagal memenuhi harapan, pelanggan akan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang. Sedangkan Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Sangadji dan Sophiah (2013: 180), kepuasan konsumen merupakan evaluasi konsumen akan suatu barang atau jasa apakah barang atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan dan ekpektasi.

Berdasarkan berbagai teori diatas, penulis akan meneliti atribut-atribut pada kualitas pelayanan yang perlu dievaluasi sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena ini, berdasarkan pemikiran tersebut dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti berikut ini:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



**2.2 METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis *importance-performance analysis*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 384 responden yang menggunakan layanan Wifi.id pada wificorner di kota bandung.

Suharsaputra (2012:38) penelitian dskriptif menggambarkan suatu situasi/ fenomena secara detail dan lebih menekankan pada menjawab pertanyaan How(bagaimana) dan Who(siapa). *Purposive sampling* yaitu teknik yang dilakukan apabila populasi terlalu banyak dan tidak diketahui, serta adanya beberapa pertimbangan (Taniredja *et al*, 2011:37). Adapun pertimbangan – pertimbangan tersebut adalah:

1. Responden adalah pengunjung WiFiCorner PT.Telkom
2. Responden yang menggunakan layanan Wifiid pada WiFiCorner

Penelitian ini menggunakan Indeks Kepuasan Pelanggan dan *Importance-Performance Analysis*. Indeks Kepuasan Pelanggan digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Lalu, *Importance-Performance Analysis* digunakan untuk pemetaan setiap indikator dalam masing-masing dimensi. *Importance-performance analysis* dapat menunjukkan posisi setiap indikator dalam empat kuadran yang memiliki karakteristik masing-masing

---

**3. PEMBAHASAN**

Menurut data responden dari 384 responden yang diteliti, pengguna terbanyak berdasarkan “Jenis Kelamin” adalah Laki-laki sebanyak 56,0%, berdasarkan “Usia” yang terbanyak adalah 20-30 tahun sebesar 62,5%, berdasarkan “Pendidikan Terakhir” yang terbanyak adalah Sma sebesar 79,2%,

Setelah melakukan analisis garis kontinum, hasil perhitungan untuk harapan dan kinerja mengenai kualitas layanan, dapat dilihat pada **Tabel 3.1** berikut:

Tabel 3.1

## Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harapan Konsumen

No	Dimensi Kualitas Layanan	Harapan (Expectation)		Kinerja (Performance)	
		Skor Total	Presentase	Skor Total	Presentase
1	Berwujud (Tangible)	9544	71,0%	9344	69,5%
2	Reliabilitas	7006	73,0%	6875	71,6%
3	Ketanggapan (Responsiveness)	2505	65,2%	2319	60,4%
4	Jaminan dan Kepastian (Assurance)	2787	72,6%	2764	72,0%
5	Empati (Emphaty)	2746	71,5%	2724	70,9%
Total		24588	71,1%	24026	69,5%

**Tabel 3.1** di atas menggambarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai harapan dan kinerja Responden Terhadap Kualitas Layanan Wifi.id pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Kinerja Layanan Wifiid pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung adalah 24026 atau 69,5% dari skor ideal 34560 (berada dalam kategori setuju). Sedangkan skor total untuk Harapan kualitas Layanan Wifiid pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung adalah 24588 atau 71,1% dari skor ideal 34560 (berada dalam kategori penting).

Setelah melakukan perhitungan pada Indeks Kepuasan, didapatkan Indeks Kepuasan terendah terletak pada atribut Tangible yang berkaitan dengan penerangan yang baik yaitu sebesar 0,665. Namun Indeks Kepuasan tertinggi pun terletak pada atribut Tangible yang berkaitan dengan Kejelasan cara penggunaan layanan dalam interface web yaitu sebesar 1,142.

Untuk mengetahui nilai kinerja, akan dilakukan pengurutan prioritas atribut yang harus diperbaiki berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA). Berikut adalah hasil dari pemetan yang telah dilakukan:

1. Kuadran I, Atribut-atribut pada kuadran I adalah atribut-atribut yang harus ditingkatkan dengan prioritas yang tinggi, karena harapan pelanggan tinggi namun kinerja perusahaan masih rendah yaitu yang berkaitan dengan penerangan yang baik, terlindung dari cuaca, signal kuat, signal yang diterima konsisten, hal-hal tersebut harus ditingkatkan karena harapan pelanggan masih tinggi sedangkan kinerja perusahaan masih rendah.

2. Kuadran II, Atribut-atribut pada kuadran II adalah atribut-atribut yang harus tetap dipertahankan karena harapan pelanggan tinggi akan atribut-atribut ini dan memiliki kinerja yang tinggi juga sehingga merupakan sebuah keunggulan bagi perusahaan yaitu yang berkaitan dengan kebersihan tempat, kemudahan akses ke sumber listrik, ketersediaan meja, ketersediaan kursi, jangkauan signal wifi yang luas, kecepatan internet sesuai yang dijanjikan, layanan selalu tersedia, sms pembelian sampai dengan cepat, keamanan tempat terjaga dengan baik, sms balasan pembelian layanan selalu sampai, Jam oprasional bersahabat 24 jam sehari 7 hari seminggu, hal-hal tersebut harus dipertahankan oleh perusahaan.

3. Kuadran III, Atribut-atribut pada kuadran III adalah atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, tetapi harus tetap dipertimbangkan oleh perusahaan karena berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan, yaitu berkaitan dengan pelanggan yang melakukan keluhan cepat ditangani oleh petugas.

4. Kuadran IV, Atribut-atribut pada kuadran IV adalah atribut-atribut yang tidak terlalu penting di mata pelanggan, dan dapat dikurangi oleh perusahaan, yaitu berkaitan dengan kejelasan cara penggunaan layanan dalam interface web dan petugas menanggapi keluhan dengan serius.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung maka dapat diambil kesimpulan dan diharapkan dapat memberi jawaban terhadap tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan tanggapan responden, skor total untuk Harapan adalah 24588 atau 71,1% dari skor ideal 34560 sehingga kualitas Layanan Wifiid pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung berada dalam kategori penting.
2. Berdasarkan tanggapan responden, skor total untuk Kinerja adalah 24026 atau 69,5% dari skor ideal 34560 sehingga Kualitas Layanan Wifiid pada WiFiCorner PT.Telkom di kota Bandung berada dalam kategori setuju.
3. Perhitungan indeks kepuasan pelanggan/konsumen (IKP), rata-rata nilai yang didapat dari perhitungan IKP adalah 0,974. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung merasa tidak puas mengenai atribut produk yang diberikan oleh perusahaan.

### 4.2 Saran

Berdasarkan *Importance Performance Analysis*, terdapat aspek-aspek yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan peningkatan atau perbaikan pelayanan oleh PT.Telkom yaitu:

- a. Penerangan yang baik
- b. Terlindung dari cuaca
- c. Signal kuat
- d. Signal yang diterima konsisten

Atas atribut-atribut yang perlu dievaluasi diatas, maka penulis dapat memberikan saran bagi PT.Telkom yaitu:

1. Perusahaan harus meningkatkan aspek-aspek yang mendukung kenyamanan pelanggan saat menggunakan layanan, penerangan yang kurang serta kurang terlindungnya pelanggan dari cuaca dapat menyebabkan kenyamanan pelanggan terganggu, maka kedua hal tersebut harus diperhatikan dan ditingkatkan.
2. Perusahaan harus meningkatkan aspek-aspek yang merupakan pokok dari layanan itu sendiri karena layanan ini menyediakan fasilitas akses internet berbasis hotspot area, maka kekuatan signal serta konsistensinya harus diperhatikan serta ditingkatkan karena hal tersebut dinilai masih kurang oleh pelanggan.