

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat kepentingan dan kepuasan adalah faktor yang menentukan pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta kualitas nilai jasa dari customernya. Penyampaian layanan yang kurang memuaskan akan membuat para customer beralih ke perusahaan yang menawarkan layanan/produk sejenis. Tak ayal perusahaan akan kehilangan segelintir customernya atau mungkin sebagian besar dari customernya. Hal ini merupakan salah satu tantangan yang besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaannya agar dapat mempertahankan dan menambah customernya dengan jalan memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya mengetahui bagaimana karakteristik perilaku customer dalam membeli, menggunakan, dan mengevaluasi layanan jasa/produk dalam rangka pemenuhan kepuasan kebutuhan.

PT TELKOM merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi yang terbesar di Indonesia. Perusahaan ini tidak hanya bergerak di bisnis fix phone tapi juga sudah mengepakan sayapnya di bisnis seluler melalui produk TELKOM Flexi. TELKOM Flexi adalah layanan jasa telekomunikasi suara dan data berbasis akses fixed wireless dengan teknologi CDMA (Code Division Multiple Access) 2000 1x yang beroperasi pada frekuensi 1900 MHz..Dengan hadirnya produk baru dari PT. TELKOM ini, diharapkan TELKOM Flexi dapat mengantisipasi meningkatnya kebutuhan akan sambungan komunikasi dan data, serta juga dapat meningkatkan penetrasi pengguna telepon di Indonesia.

Dengan menguasai lebih dari 85% pasar *fixed wireless*, saat ini TELKOM Flexi menjadi *market leader* dari operator CDMA di Indonesia. Hal ini tentunya tidak lepas dari peranan customer yang setia menggunakan TELKOM Flexi serta calon customer yang tertarik untuk menggunakan TELKOM Flexi. Terbukti dengan meningkatnya jumlah customer TELKOM Flexi secara keseluruhan. Pada tahun 2005 total customer Flexi di Indonesia mencapai 4,1 juta sambungan.

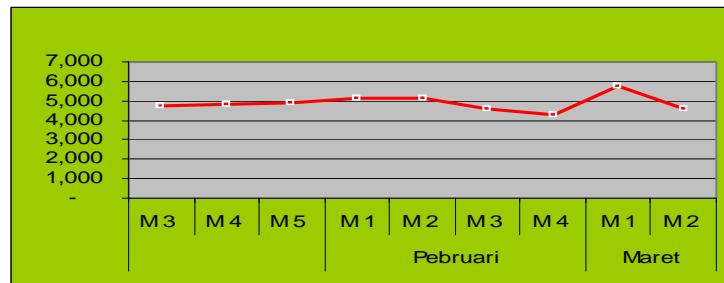
PT.TELKOM sudah mematok pertambahan customer Flexi secara nasional sebanyak tiga juta sambungan pada 2006, tetapi dari data yang ada hingga Quarter 3 2006, saat ini jumlah customer TELKOM Flexi mengalami kecenderungan penurunan, Dari jumlah sebanyak 2.895.000 customer pada akhir quarter 3 2005 menjadi 2.854.000 customer pada akhir Quarter 3 2006.

Berikut adalah data mengenai jumlah penjualan Flexi Trendy di kota Bandung :

Tabel 1.1 Sales Flexi Trendy Kota Bandung

SALES	JANUARY '07			FEBRUARY '07				MARCH '07	
	M 3	M 4	M 5	M 1	M 2	M 3	M 4	M 1	M 2
Trendy	4,778	4,809	4,918	5,162	5,112	4,564	4,251	5,755	4,596

Sumber : PT TELKOM DIVRE III



Gambar 1.1 Grafik Sales Flexi Trendy Kota Bandung

Sumber : PT TELKOM DIVRE III

Berdasarkan tabel 1.1 dan gambar 1.1 dapat dilihat pertumbuhan sales Flexi Trendy di kota Bandung mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini disebabkan oleh karena customer belum sepenuhnya puas terhadap variabel pelayanan yang disediakan.

Di samping itu, tidak sedikit juga customer yang mengeluh mengenai kualitas layanan TELKOM Flexi, seperti SMS tidak sampai, sambungan telepon yang *drop* di tengah percakapan, serta kesulitan untuk melakukan panggilan telepon karena jeleknya kualitas sinyal. Oleh karena itu, PT. TELKOM harus lebih berhati-hati akan hal ini karena tidak menutup kemungkinan bagi customer untuk pindah ke operator lain yang mereka anggap memiliki kualitas yang lebih bagus daripada TELKOM Flexi.

Dengan adanya penjelasan mengenai complain customer di atas, maka diperlukan sebuah layanan perbaikan yang harus diberikan oleh PT TELKOM untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga customer tidak berpindah ke operator lain. Pelayanan yang diberikan ini bisa menentukan jumlah customer yang akan bertahan menjadi customer atau bahkan menentukan bertambah dan berkurangnya customer pada perusahaan ini.

1.2. Perumusan Masalah

Pada saat memberikan pelayanan seringkali terjadi perbedaan persepsi kualitas antara yang diberikan oleh PT TELKOM dengan para customer. Besarnya perbedaan tersebut tergantung dari seberapa besar PT TELKOM dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para customer serta bergantung pada karakteristik perilaku customer dalam membeli, menggunakan, dan mengevaluasi layanan jasa/produk dalam rangka pemenuhan kepuasan kebutuhan.

Seiring dengan pandangan customer terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT TELKOM dikaitkan dengan penjelasan latar belakang di atas dapat dirumuskan hal-hal yang akan dijadikan acuan dalam pembuatan Tugas Akhir ini, yaitu :

1. Variabel-variabel manakah yang layanannya belum dapat memenuhi harapan customer.
2. Apa yang dapat dilakukan oleh pihak PT TELKOM Flexi untuk dapat meningkatkan kualitas layanan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui variabel-variabel yang layanannya belum dapat memenuhi harapan customer.
2. Memberikan usulan perbaikan tindakan operasional kepada PT TELKOM untuk dapat meningkatkan kualitas layanan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Dengan mengetahui variabel-variabel yang layanannya belum dapat memenuhi harapan customer, maka TELKOM Flexi dapat merencanakan tindakan perbaikan kualitas layanan.
2. Dengan diberikannya usulan perbaikan pihak TELKOM Flexi dapat segera melakukan tindakan perbaikan dengan harapan dapat meningkatkan minat customer untuk menggunakan Flexi Trendy kembali.

1.5. Batasan Masalah

Agar hasil penelitian lebih terarah maka ruang lingkup masalah dibatasi sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini tidak membahas hal yang bersifat teknis.