

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pembangunan telekomunikasi di Indonesia telah memasuki babak baru dengan semakin berkembang pesatnya industri teknologi Informasi. Jangkauan telepon seluler pun sudah mencapai seluruh propinsi di Indonesia sehingga jarak dan batas teritorial suatu negara tidak menjadi hambatan lagi dengan adanya teknologi telekomunikasi. Penyelenggara jasa telekomunikasi juga semakin banyak dengan semakin banyaknya jenis telekomunikasi yang disediakan seperti telepon tetap, telepon bergerak, internet dan sebagainya. Bicara tentang penyelenggara telekomunikasi, terjadi perkembangan jumlah penyelenggara jaringan tetap yang pada tahun 2009 meningkat 34,3% dari 64 operator (tahun 2008) menjadi 86 operator (tahun 2009) dan sampai dengan tahun 2010 semester I masih mengalami peningkatan sebesar 5,8%. Sedangkan untuk penyelenggara jaringan bergerak tidak terdapat peningkatan jumlah penyelenggara pada semester I tahun 2010 setelah pada tahun sebelumnya meningkat sebesar 31,8%. (*Sumber: Depkominfo, 2010*)

Telekomunikasi berbasis jaringan bergerak seluler yang saat ini masih terus berkembang adalah teknologi GSM dan CDMA. Adapun kelebihan teknologi berbasis GSM di Indonesia terletak pada *coverage* yang luas dan *roaming* jelajah yang sangat luas baik dalam negeri bahkan seluruh dunia. Dilain sisi, kelebihan yang ditawarkan CDMA antara lain kualitas suara dan data, harga atau tarif yang lebih murah, investasi yang lebih kecil, dan memiliki keamanan dalam berkomunikasi (tidak mudah disadap). (*Sumber: Deris Stiawan, Teknologi seluler CDMA dan GSM, 2003*)

Salah satu indikator yang menunjukkan perkembangan dan dinamika industri telekomunikasi adalah jumlah dan pertumbuhan pelanggan telekomunikasi. Dibawah ini tabel yang menunjukkan pertumbuhan jaringan GSM dan CDMA di Indonesia.

Tabel 1.1 Perkembangan Jaringan Tetap Nirkabel 2005 - Semester I 2010 (Sumber : Depkominfo, 2010)

Jaringan	Jenis Infrastruktur	2006	2007	2008	2009	2010*
GSM	PT. Telkomsel	35.597.000	47.890.000	65.299.991	81.643.532	88.950.000
	Indosat	16.704.729	24.545.422	36.510.246	33.136.521	39.100.000
	XL-Axiata	9.527.970	15.469.000	26.015.517	31.438.377	32.924.000
	Mobile 8	1.825.888	3.012.801	2.701.914	2.805.842	2.805.842
	STI	134.713	310.464	784.343	636.868	636.868
	Natrindo	12.715	4.788	3.234.800	4.105.156	4.105.156
	Hutchison	N.A	2.039.406	4.500.609	7.311.000	7.311.000
	Smart	N.A	115	1.530.823	2.599.665	2.599.665
CDMA	PT. Telkom Flexi	4.175.853	6.363.000	13.305.181	15.139.057	15.918.000
	PT. Indosat StarOne	358.98	627.934	761.589	594.133	679.045
	PT. Bakrie Tel-Esia	1.479.198	3.820.701	7.304.543	10.585.701	10.606.901
	PT. Mobile-8**	N.A	N.A	332.53	332.53	66.763

*) Sampai kuartal I tahun 2010

**) Mulai beroperasi tahun 2008

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk jaringan GSM terdapat tiga operator utama yang memiliki jumlah pelanggan dalam jumlah besar yaitu Telkomsel (47,8%), Indosat (22,8%), dan XL-Axiata (19,2%) dengan wilayah konsentrasi pelanggan terbesar di Pulau Jawa dan Sumatera. Sedangkan untuk pangsa pasar telepon tetap nirkabel (CDMA) masih didominasi oleh dua operator utama, yaitu Telkom dengan produk Flexi-nya (58,4%) dan Bakrie dengan produk Esia (38,8%). Kedua operator CDMA tersebut menguasai lebih dari 90% pangsa pasar pelanggan telepon tetap nirkabel hingga kuartal I tahun 2010. Jika dibandingkan dengan GSM, tampak bahwa pertumbuhan jumlah pelanggan CDMA jauh lebih meningkat. Ini menandakan bahwa tampaknya masyarakat Indonesia menyambut baik dengan adanya jaringan telekomunikasi berbasis CDMA.

Salah satu produk Telkom yang diciptakan untuk menanggapi persaingan yang kompetitif dan tetap melihat perkembangan teknologi telekomunikasi adalah Telkom Flexi. Telkom Flexi merupakan layanan jasa telekomunikasi suara dan data berbasis akses tanpa kabel dengan teknologi CDMA yang sangat hemat karena biaya pemakaiannya mengacu pada tarif telepon rumah (PSTN Telkom). Untuk dapat memenuhi apa yang diinginkan pelanggannya, Telkom Flexi pun menawarkan produknya menjadi dua, yaitu untuk pelanggan pasca bayar (Telkom-Flexi Classic) dan untuk pelanggan prabayar (Telkom-Flexi Trendy).

Adapun salah satu tujuan utama dari Telkom Flexi sebagai operator jasa telekomunikasi yaitu menciptakan kepuasan pelanggan dan menumbuhkan loyalitas

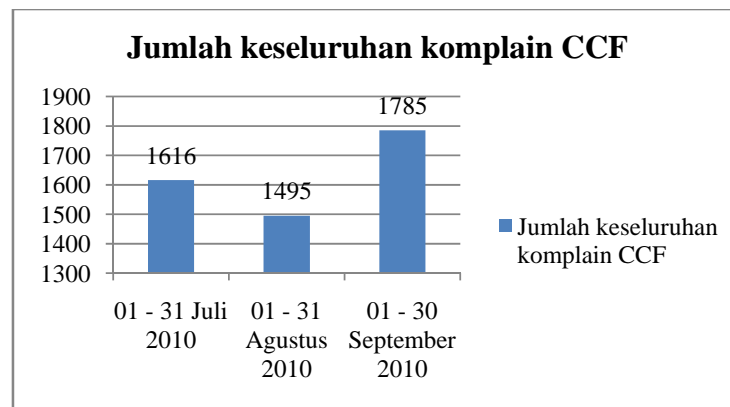
pelanggan. Salah satu yang menjadi indikasi kepuasan adalah dengan terus meningkatnya jumlah pelanggan serta total komplain yang relatif kecil.

Tabel 1.2 Persentase peningkatan jumlah pelanggan tiap tahunnya

Operator	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010*
Telkom flexi	52,37%	109,1%	13,78%	5,14%
Bakrie-Esia	158,29%	91,8%	44,9%	0,2%

Berdasarkan tabel 1.2. meskipun jumlah pengguna Telkom Flexi lebih besar dari operator lain namun ternyata perkembangan dari tahun 2009 – kuartal I 2010 terjadi penurunan peningkatan jumlah pelanggan untuk Telkom Flexi, sedangkan untuk pelanggan Esia mengalami peningkatan yang besar dari awal 2006 - 2008. Dari sini, PT. Telkom harus lebih berhati – hati terhadap kompetitor CDMA lainnya, khususnya Bakrie-Esia.

Hingga saat ini, pelayanan secara nyata oleh para pelanggan yang pernah melakukan keluhan kepada Telkom Flexi, ternyata masih belum memuaskan. Ini dibuktikan dari hasil survei terhadap jumlah keluhan yang terjadi di Customer Care Flexi, sampel wilayah Dago-Bandung. Berikut rincian hasil survei yang dilakukan pada bulan Juli-September 2010 :

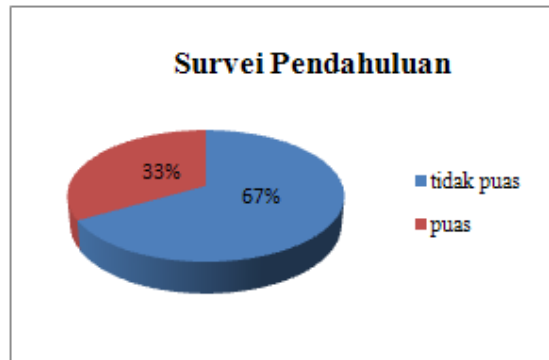


Gambar 1.1 Jumlah keseluruhan keluhan CCF

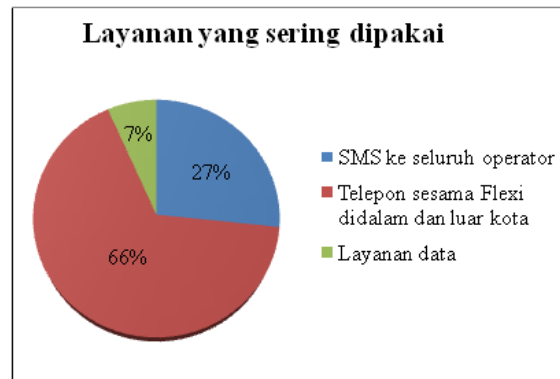
Sumber : Customer Care Telkom Flexi, Bandung (Jl. Ir. H. Juanda No. 155, Dago)

Berdasarkan data keluhan di atas, jika dirata – ratakan maka terdapat minimal 55 pelanggan yang melakukan keluhan layanan tiap harinya. Ini mengindikasikan bahwa pelanggan belum sepenuhnya puas terhadap layanan yang telah diberikan Telkom Flexi. Adapun keluhan yang dilakukan pelanggan seputar layanan utama {seperti : *billing, content, coverage, fim, gangguan, sms, routing, voice*} dan layanan pendukung {seperti : *combo, data, fitur, transfer, transaksi 147, voucher*}.

Pada penelitian kepuasan pelanggan mahasiswa IT Telkom yang berstatus pelanggan Telkom Flexi-Trendy dilakukan survei pendahuluan kepada beberapa mahasiswa yang memakai jasa Flexi-Trendy. Tujuan dilakukan survei untuk mencari gambaran secara umum tentang pandangan mahasiswa IT Telkom terhadap layanan Flexi-Trendy. Berikut rincian dari hasil survei :



Gambar 1.2 Grafik Hasil Survei Pendahuluan



Gambar 1.3 Layanan yang sering dipakai

Dari survei pendahuluan kepada 30 sampel mahasiswa IT Telkom, didapat sekitar 67% yang merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan dan hanya 33% saja yang merasa puas. Sedangkan untuk jenis layanan yang sering dipakai didominasi oleh penggunaan telepon sesama flexi baik digunakan dalam kota ataupun luar kota. Berdasarkan permasalahan dan beberapa fakta tersebut dapat diindikasikan bahwa PT. Telkom memerlukan adanya suatu evaluasi terhadap kepuasan pelanggan Telkom Flexi-Trendy. Evaluasi ini perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang telah diberikan Telkom kepada pelanggan, apakah sudah memenuhi *customer expectations* atau belum, serta untuk mengetahui perbaikan apa saja yang harus dilakukan.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan judul atau latar belakang penelitian sebagaimana tersebut diatas, maka permasalahan yang akan diajukan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Flexi Trendy terhadap layanan Telkom-Flexi Trendy?
2. Usulan program apa saja yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan Flexi-Trendy?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Flexi Trendy terhadap performansi layananan Telkom-Flexi Trendy.
2. Memberikan usulan program perbaikan yang mungkin dilakukan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan Flexi Trendy.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Setelah melakukan penelitian, manfaat yang diharapkan bagi peneliti adalah sebagai berikut :

1. Sebagai acuan bagi unit pelayanan untuk meningkatkan layanannya demi mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Membantu unit pemasaran dalam mengenal kebutuhan pelanggan Telkom Flexi-Trendy sehingga dapat dilakukan tindakan-tindakan untuk mempertahankan pelanggan.
3. Bagi penulis adalah untuk menambah pengetahuan dan wawasan di bidang kepuasan pelanggan yang diaplikasikan secara langsung pada perusahaan yang bersangkutan.

1.5 BATASAN MASALAH

Agar dapat lebih fokus maka dibuat pembatasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini difokuskan pada hal – hal yang berhubungan dengan produk Flexi Trendy dan dibatasi pada hal – hal yang berhubungan dengan analisis kepuasan pelanggan Flexi Trendy.

2. Objek penelitian ini adalah pengguna jasa dan produk FlexiTrendy di IT Telkom, Bandung, dimana penelitian dilakukan sekitar dua bulan dari bulan Februari – Maret 2011.
3. Penelitian terhadap variabel penelitian dibatasi pada persepsi pelanggan yang diukur berdasarkan penilaian pelanggan terhadap layanan yang telah dirasakan pelanggan, layanan harapan dan layanan minimum, serta data - data tersebut diperoleh dari hasil kuesioner.

1.6 METODOLOGI PENELITIAN

Langkah yang akan ditempuh dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini diantaranya adalah :

1. Studi Literatur

Pencarian dan pengumpulan literatur-literatur serta bahan teori yang merupakan landasan pembahasan penelitian ini, yang berkaitan dengan masalah yang ada pada Tugas Akhir ini, baik berupa artikel, buku referensi, internet, dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah kepuasan dan metode ZOT.

2. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Yaitu peninjauan langsung ke perusahaan yang akan diteliti untuk memperoleh data primer. Data primer ini dapat meliputi :

- a. Wawancara, dilakukan terhadap manajer lapangan dan staf karyawan perusahaan yang berhubungan dengan objek yang diteliti.
- b. Data perusahaan, yaitu dengan mengumpulkan data dan mencatat data tertulis yang diperoleh dari catatan yang terdapat di perusahaan, termasuk didalamnya mengenai data komplain pelanggan.
- c. Observasi yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang dituju, termasuk didalamnya observasi tempat penelitian dan produk.

3. Pengumpulan data

Berkaitan dengan mencari data – data seputar persepsi pelanggan terhadap produk layanan Telkom-Flexi Trendy dengan menggunakan kuesioner dan disebarakan kepada mahasiswa IT Telkom angkatan 2004 - 2009.

4. Analisis data

Data – data yang didapat dari hasil kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan SPSS 17 dan bantuan excel 2000. Pada bagian ini juga dilakukan

perhitungan *MSA (Measure of Service Adequate)* dan *MSS (Measure of Service Superiority)* serta menentukan posisi *ZOT (Zone of Tolerance)*.

5. Pengambilan kesimpulan

bertujuan untuk menarik kesimpulan setelah melakukan analisis.

1.7 SISTEMATIKA PENULISAN PENELITIAN

Secara garis besar sistematika penulisan Tugas akhir ini terdiri atas beberapa bagian yang menjadi satu kesatuan mulai dari pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan. Penjelasan yang muncul mengenai permasalahan yang muncul dalam produk Telkom-Flexi Trendy, yaitu berkaitan dengan atribut layanannya.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori – teori yang mendukung dan melandasi penulisan tugas akhir ini, yaitu mengenai konsep dasar jasa dan kepuasan pelanggan, hingga teori mengenai penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas mengenai proses perancangan penelitian dan menentukan langkah – langkah dalam melakukan penelitian pengukuran kepuasan layanan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi teknik – teknik pengumpulan data mentah serta pengolahannya yang disesuaikan dengan model penelitian yang digunakan.

BAB V ANALISIS DATA

Berisi pembahasan mengenai analisis hasil penelitian terhadap atribut pelayanan Telkom-Flexi Trendy yang diamati. Analisis dilakukan terhadap hasil perhitungan nilai *MSA (Measure of Service Adequate)*, *MSS (Measure of Service Superiority)* dan posisi *ZOT (Zone of Tolerance)* untuk tiap – tiap atribut layanan

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan kesimpulan akhir dari analisis yang telah dilakukan serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.