

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1.1.1 Profil singkat PT Telkom Indonesia

Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Dengan statusnya sebagai Perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di BEI, NYSE, LSE dan *Public Offering Without Listing* (“POWL”) di Jepang. Riwayat singkat Telkom dari tahun ke tahun dapat dilihat pada bagian “Sejarah Panjang Menempa Kami”.



**GAMBAR 1.1**

Logo PT Telkom Indonesia

Sumber : <http://www.telkom.co.id/>, 2017

Telkom melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom

juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler, e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

Bermula dari didirikannya sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf pada tahun 1882, layanan komunikasi dikonsolidasikan oleh pemerintah Hindia-Belanda ke dalam jawaban Post Telegraf (PTT). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856 dimulai pengoprasi-an layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buienzorg), momen tersebut dikemudian hari atau tepatnya tahun 2009 dijadikan sebagai hari lahir Telkom.

Pada tahun 1965 PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro, dan satunya lagi adalah Perusahaan Negara Telekomunikasi. Selanjutnya pada tahun 1974 Perusahaan Negara Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi atau Perumtel yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional.

Pada tahun 1980 seluruh saham PT. Indonesia Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diakuisisi oleh Pemerintah Indonesia dan dijadikan Badan Usaha Milik Negara atau BUMN untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari perumtel.

Pada tahun 1989 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi ditetapkan untuk mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi. Kemudian pada tahun 1991 Perumtel diubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan pada peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991. Penawaran umum perdana saham Telkom dilakukan pada tanggal 14 November 1995, maka sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) yang kemudian (BEJ dan BES) sekarang menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selain di BEI saham Telkom juga tercatat di Bursa saham New York (NYSE) dan Bursa saham London (LSE). Selain itu saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa saham Tokyo. Sejak tahun 1989

Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi disektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas, dengan demikian Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia. Pada tahun 1999 ditetapkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.

Pada tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT. Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat (sumber [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)). Duopoli penyelenggaraan telekomunikasi pun terjadi sejak bulan Agustus 2002. Kemudian peluncuran “New Telkom” yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan terjadi pada tanggal 23 Oktober 2009.

### **KEGIATAN USAHA**

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya Perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang meliputi:

#### **1. Usaha Utama**

Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual/ menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### **2. Usaha Penunjang**

Menyediakan layanan transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.

Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perusahaan, antara lain pemanfaatan aset tetap dan aset bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan. Sumber : <http://www.telkom.co.id>

### 1.1.2. Visi dan Misi PT Telkom Indonesia

Adapun Visi dan Misi dari PT Telkom Indonesia yaitu :

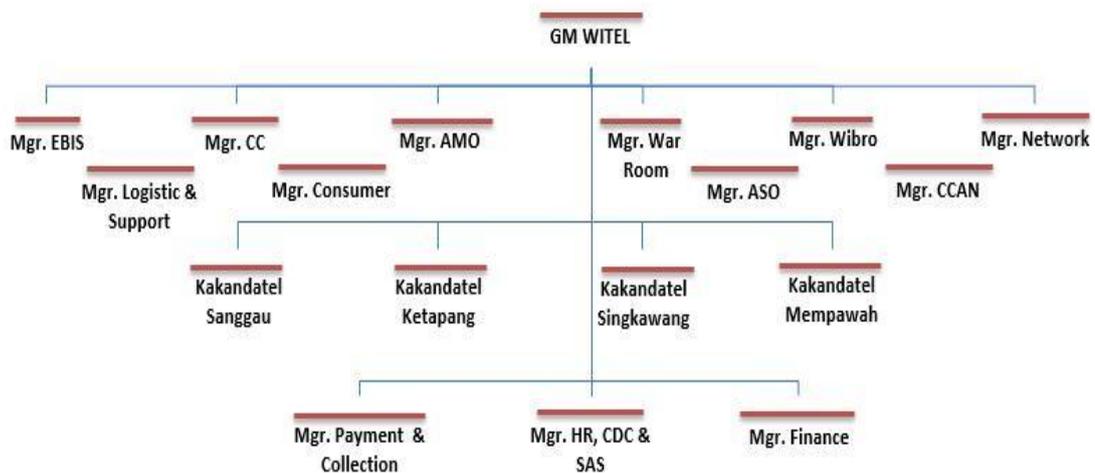
#### Visi

Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services (TIMES) di kawasan regional.

#### Misi

1. Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

### 1.1.3. Struktur organisasi PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat



**GAMBAR 1.2**

Struktur Organisasi PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat

*Sumber: Data Perusahaan PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak 2016*

## **1.2. Latar Belakang Penelitian**

Dalam fungsinya melayani kepentingan orang banyak terutama dalam hal kebutuhan akan informasi dan komunikasi baik lokal, regional maupun internasional serta peran sebagai pendukung pembangunan sektor lainnya, pembangunan dan pengembangan telekomunikasi merupakan unsur utama dalam menghadapi era globalisasi dan perdagangan bebas (Kartika 2015)

Di era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini kebutuhan seorang akan informasi dan komunikasi semakin meningkat, PT. Telkom Indonesia sebagai salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa komunikasi keberadaannya benar benar sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi dan komunikasi. Pada saat ini PT. Telkom dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan akan sarana dan pasarana telekomunikasi yang diperlukan oleh masyarakat khususnya konsumen atau pelanggan jasa Telkom .Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini telah melahirkan suatu persaingan yang sangat kompetitif antar negara. Hal ini tentu saja menuntut kemampuan manajemen pelayanan untuk memberikan sistem informasi yang cepat, tepat dan akurat kepada konsumen atau pelanggan (Kartika, 2015).

Kecepatan dalam pelayanan adalah merupakan suatu tuntutan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena dalam hal ini pelayanan yang lambat seiring dikaitkan dengan kemampuan dan bonafiditas perusahaan yang berdampak luas menyangkut citra perusahaan dan animo masyarakat luas yang menilai kinerja perusahaan, maka suatu perusahaan lambat dalam pelayanan kepada masyarakat, dikhawatirkan pelanggan tersebut akan lari dan pindah kepada perusahaan lain, karena kecepatan dalam melayani pelanggan khususnya masalah telpon merupakan salah satu dari keunggulan dalam pelayanan dan citra terbaik yang perlu dibanggakan (Kartika, 2015).

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom Indonesia atau Telkom) mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 50 juta.

Telkom merupakan salah satu BUMN yang sahamnya saat ini dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (51,19%) dan oleh publik sebesar 48,81%. Sebagian besar kepemilikan saham publik (45,58%) dimiliki oleh investor asing, dan sisanya (3,23%) oleh investor dalam negeri. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 9 anak perusahaan, termasuk PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel).

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Berikut ini adalah 5 dimensi pelayanan yaitu *emphaty* , *tangible* , *reliability* , *responsivines* , *assurance*.

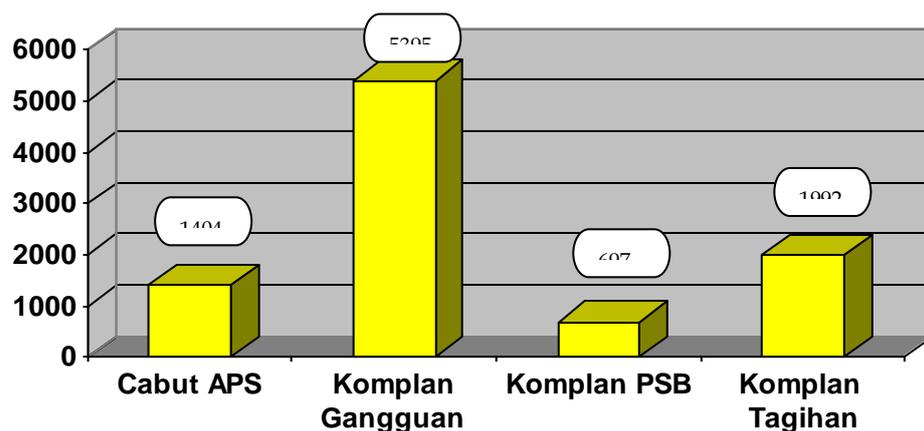
Mengingat betapa pentingnya pelayanan bagi perusahaan jasa maka sangat perlu diperhatikan kualitasnya yang baik bukan berarti kualitas tertinggi tetapi kualitas terbaik adalah kualitas pelayanan yang sesuai seperti yang mereka inginkan konsumen merasa kepuasan sebagai pemakai produk jasa pelayanan merasa telah terpenuhi dan bersedia mengeluarkan biaya berapapun guna memperolehnya dan bukan hanya itu saja berkeinginan untuk mendapatkan kembali diharapkan akan memberitahu kepada rekan-rekan mereka bahkan mengajak untuk menggunakan jasa tersebut, sehingga hal tersebut akan meningkatkan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan (Yudha Kartika, Ariawira 2015).

Sebagai salah satu sarana komunikasi yang banyak dipergunakan maka PT. Telkom diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada peranannya, terutama kuantitas dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan. Tetapi tak jarang kita temui banyaknya gangguan pada saat penggunaan produk Telkom, seperti yang kita ketahui setiap hari di plasa Telkom bahkan divisi-divisi PT. Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak selalu didatangi pelanggan yang ingin mengeluh atas layanan yang tidak sesuai yang diberikan oleh PT. Telkom Witel Kalimantan Barat Kota

Pontianak. Hasil pengamatan, survei dan wawancara pada pihak perusahaan membuktikan bahwa banyaknya pelanggan yang mengeluhkan gangguan jaringan dan pembayaran yang tidak sesuai dengan pemakaian produk jasa yang telah dibeli.

Dari kasus yang sudah ada penulis mencoba melihat perbandingan pemasangan dan keluhan pelanggan yang telah tercatat di PT. Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak untuk menjadi sampel pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Dapat kita lihat pada data yang ada jumlah data cabut APS sebanyak 1404 pada tahun 2016 memberikan kesan bahwa konsumen merasa tidak puas akan layanan yang di berikan PT. Telkom Witel Kalimantan Barat.



**GAMBAR 1.3**

Data Keluhann Layanan

*Sumber: data perusahaan PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat 2016*

Dengan adanya data yang resmi yang penulis dapat dari perusahaan komponen yang sangat terganggu adalah pada keluhan Gangguan sebanyak 5391 keluhan pelanggan dalam setahun sehingga dengan latar belakang masalah tersebut maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis pelayanan PT. Telkom writel Kalimantan Barat Kota Pontianak**".

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak?
2. Bagaimana persepsi pelanggan atas pelayanan yang diberikan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak.
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan atas pelayanan yang diberikan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak?

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Adapun kegunaan penelitian ini dilihat dari aspek teoritis adalah sebagai berikut :

##### **a. Bagi penulis**

Untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah didapat selama perkuliahan di Telkom University, menambah wawasan mengenai tingkat pelayanan yang telah di berikan PT Telkom Writel Kalimantan Barat Kota Pontianak kepada pelanggan dan membantu memecahkan masalah yang terjadi pada layanan PT Telkom Writel Kalimantan Barat Kota Pontianak.

##### **b. Bagi pihak lain**

Hasil penelitian diharapkan memberikan ilmu pengetahuan mengenai kualitas pelayanan PT Telkom Writel Kalimantan Barat, bahwa kualitas pelayanan terhadap konsumen merupakan bagian yang penting untuk kepuasan pelanggan, serta menjadi bahan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan saran bagi perusahaan dan menjadi pertimbangan perusahaan dalam memperbaiki kualitas pelayanan, sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan pada PT Telkom Writel Kalimantan Barat.

### **1.6. Sistematika penelitian**

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan lima bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang landasan teori yang mendasari penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang jenis penelitian, variabel variabel penelitian, tahapan penelitian, populasi dan penentuan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas serta teknik analisis.

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasannya sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan dari penelitian

#### **BAB V : PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian , serta saran yang dapat dijadikan masukan bari para pembuat kebijakan dan bagi peneliti selanjutnya.