

sBAB I

PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Terhadap Obyek Studi

a. Telkom Speedy

Speedy adalah brand dari layanan akses internet *end-to-end* untuk penggunaan di residensial atau bisnis kecil dan menengah yang berbasis akses kabel tembaga yang menggunakan teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)*.

Layanan ini memberikan jaminan kecepatan sesuai dengan paket layanan yang digunakan pelanggan sampai ke BRAS (*Broadband Remote Acces Server*) dengan pilihan kecepatan akses mulai dari 384 kbps hingga 3 Mbps. Sebagai perbandingan, kecepatan akses dial-up yang digunakan oleh layanan Telkomnet Instan adalah 56 kbps.

Penelitian ini mengambil obyek Telkom Speedy, dimana Telkom Speedy merupakan incumbent *ISP (Internet Service Provider)* di Indonesia dan menjadi patokan bagi pelanggan untuk jasa internet. (www.telkomspeedy.com)

Dalam mendapatkan pelanggan Speedy sendiri membuat program dimana Telkom Speedy meluncurkan Speedy multipaket. Di bawah ini adalah tabel perbandingan harga antara Telkom Speedy Multipaket dengan ISP lainnya yaitu First Media :

TABEL 1.1

PERBANDINGAN PAKET SPEEDY DENGAN FIRST MEDIA 2010

Speedy			First Media		
Paket	Up To	Tarif	Paket	Up To	Tarif
Familia	1 Mb	295.000,-	Express	1,5 Mb	335.000,-
Biz	3 Mb	650.000,-	Premium	3 Mb	635.000,-

Sumber: Olah data penulis

Dengan variasi layanan dan harga inilah membuat Speedy menarik untuk di teliti, khususnya terkait dengan kepuasan pelanggan.

1.2 Latar Belakang Masalah

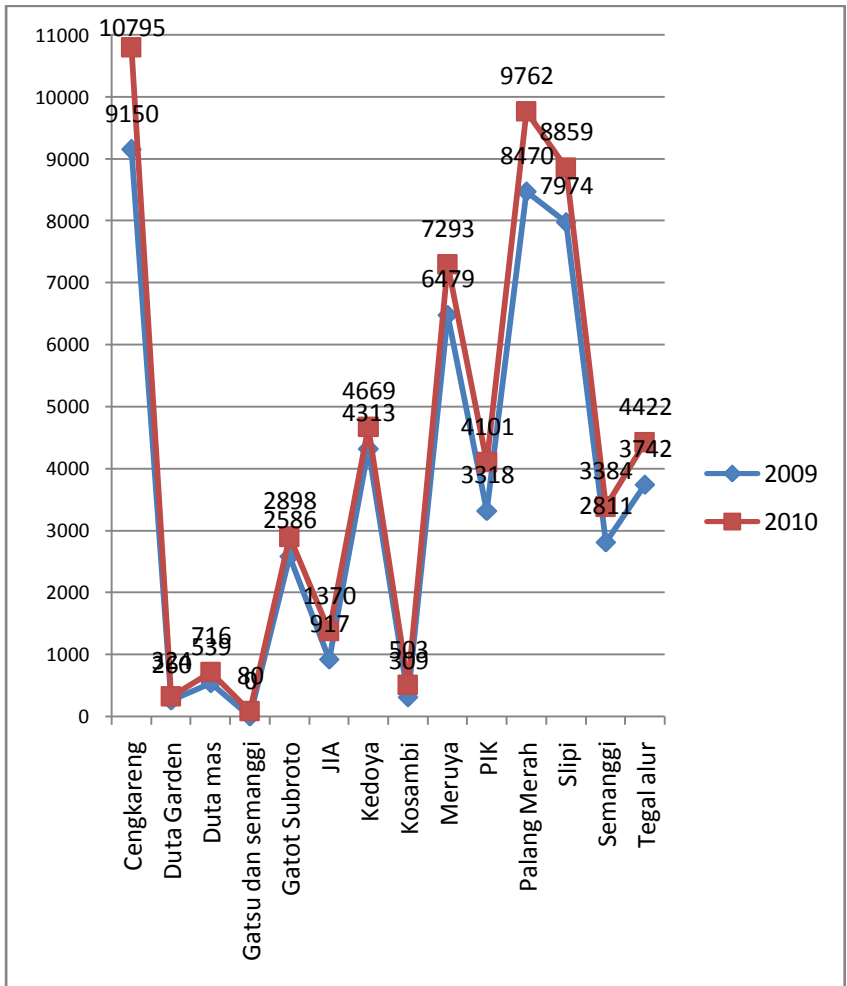
Di zaman globalisasi yang didorong oleh kemajuan pesat di bidang teknologi, terutama teknologi telekomunikasi, menyebabkan semakin banyak masyarakat yang membutuhkan telekomunikasi untuk mendapatkan informasi dan saling berhubungan. Dengan permintaan pasar yang terus meningkat akan jasa telekomunikasi akan memicu peningkatan investasi di bisnis telekomunikasi, yang sekaligus memicu persaingan di industri ini. Persaingan industri telekomunikasi regional dan global yang mengakuisisi saham penyelenggara telekomunikasi lokal. Hal ini menunjukkan bahwa industri telekomunikasi penuh tantangan sekaligus peluang pertumbuhan bisnis ini menjadi besar.

Penyelenggara telekomunikasi akan bersaing di pasar dengan menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan pelanggan yang ada, mendapatkan pelanggan baru, dan terus melakukan penetrasi pasar dengan mengandalkan penanganan hubungan pelanggan secara khusus, diferensiasi produk, harga yang bersaing, dan penyediaan pelayanan yang menyeluruh. Dengan semakin banyak operator yang menyediakan ISP di

Indonesia membuat pihak Telkom sebagai incumbent dengan produknya “Speedy” semakin membuat inovasi-inovasi akan produk Speedy, diantaranya pada tanggal 1 April 2009 Telkom Speedy mengeluarkan Speedy Multipaket. Dengan Speedy Multipaket ini diharapkan pelanggan Speedy dapat merasakan kenyamanan akan layanan yang dikeluarkan oleh pihak Telkom Speedy, dikarenakan Speedy Multipaket ini dapat memberikan keleluasan kepada pelanggan untuk memilih bandwidth yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan dikeluarkan Speedy Multipaket, Telkom sendiri telah mempunyai pelanggan tetap di Jakarta Barat cukup banyak dengan jumlah pelanggan ini pihak Telkom Speedy sendiri akan terus berusaha membuat pelanggannya merasa kenyamanan dan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan Telkom Speedy, data yang di peroleh untuk Jumlah Pelanggan Telkom Speedy sebagai berikut:

GAMBAR 1.1

GRAFIK PERBANDINGAN PELANGGAN SPEEDY DI TIAP DAERAH
JAKARTA BARAT



Sumber : Olah data Penulis

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa adanya peningkatan yang cukup berarti dari jumlah pelanggan Speedy dari tahun 2009 ke 2010 sekitar 16% (jumlah pelanggan 2010 – jumlah pelanggan 2009 : jumlah pelanggan 2009 (59176-50868): 50868 x 100% = 0.16 => 16%)) di wilayah Jakarta Barat. Peningkatan jumlah pelanggan sangat bervariasi di tiap wilayah yang ada. Program multipaket yang dilakukan oleh Speedy ini adalah salah satu faktor yang memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah pelanggan Speedy. Program Speedy Multipaket adalah suatu program yang memberikan suatu layanan Internet dengan harga yang lebih hemat. Sebagaimana diketahui bahwa masyarakat akan lebih tertarik dengan penawaran barang atau jasa dengan harga yang murah ataupun berkompetitif. Dengan memberikan harga yang rendah dan manfaat produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas atas kebutuhannya. Jadi jika perusahaan memberikan suatu pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan atau bahkan melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Dan sebaliknya, jika kinerja yang diberikan dibawah harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas akan layanan yang diberikan (Kotler dan Keller, 2009:138)

Dalam perkembangannya, ternyata masih ada keluhan pelanggan Speedy atas pelayanan yang diberikan. Tetapi jika dilihat data jumlah pelanggan speedy dari tahun 2009 sampai 2010 mengalami peningkatan yang cukup berarti. Berikut ini data tentang berapa banyak keluhan yang ada di Jakarta Barat tentang jaringan internet Speedy:

TABEL 1.2
TOTAL GANGGUAN SPEEDY DI JAKARTA BARAT TAHUN 2009

NO	DATEL	SEGMENT	TOTAL
1	Barat	Akses lambat	9
2	Barat	Bandwidth Management	6
3	Barat	Billing	179
4	Barat	Bras	1
5	Barat	Bukis & Isolir	541
6	Barat	CPE	12771
7	Barat	DNS Server Telkom	38
8	Barat	DSLAM	1335
9	Barat	Email	89
10	Barat	Gateway	2
11	Barat	Info Usage	4
12	Barat	Jaringan Lokal	544
13	Barat	Metro Ethernet	1
14	Barat	OS3	12
15	Barat	P/D	4921
16	Barat	Radius	30
17	Barat	Router PE/P	85
18	Barat	Speedy - Retail	21
19	Barat	Transmisi/Transport	21
20	Barat	Lain-lain	30
TOTAL			20640

Sumber: Data Internal Perusahaan

TABEL 1.3
TOTAL GANGGUAN SPEEDY DI JAKARTA BARAT TAHUN 2010

NO	DATEL	SEGMENT	TOTAL
1	Barat	Akses lambat	3256
2	Barat	Bandwidth Management	677
3	Barat	Billing	2443
4	Barat	Bras	366
5	Barat	Bukis & Isolir	9124
6	Barat	CPE	94234
7	Barat	DNS Server Telkom	541
8	Barat	DSLAM	21514
9	Barat	Email	826
10	Barat	Gateway	345
11	Barat	Info Usage	51
12	Barat	Jaringan Lokal	6465
13	Barat	Metro Ethernet	2623
14	Barat	OS3	32
15	Barat	P/D	24336
16	Barat	Radius	682
17	Barat	Router PE/P	285
18	Barat	Speedy - Retail	16
19	Barat	Transmisi/Transport	239
20	Barat	IPS	243
21	Barat	ISP Non Telkom	39
22	Barat	Link Radius Ke Bras	2
23	Barat	Lain-Lain	473
TOTAL			168812

Sumber: Data Internal Perusahaan

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “*Analisis Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy*”.

1.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian di atas adalah sebagai berikut:

- a. Adakah pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat?
- b. Adakah pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat ?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat.
- b. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy di Jakarta Barat.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

- a. Bagi Peneliti

Bagi penulis, penelitian ini berfungsi sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah pengalaman yang berhubungan dengan penerapan ilmu pemasaran di bidang harga dan pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

- b. Bagi Yayasan Pendidikan Telkom

Dapat digunakan sebagai literatur maupun bahan rujukan bagi Institut Manajemen Telkom mengenai pemasaran jasa.

c. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain, penelitian ini dapat di jadikan bahan untuk menambah pengetahuan khususnya tentang pemasaran jasa.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Agar dapat melakukan evaluasi secara terperinci dan sistematis dengan maksud untuk mempermudah penalaran masalah, serta mempermudah pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam penelitian ini, maka sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai metode penelitian, operasionalisasi variabel, jenis data dan teknik penelitian, populasi dan sampel, analisis data, dan pengujian hipotesis.

d. BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini jelaskan mengenai analisis dan pembahasan dari hasil data-data yang telah diolah menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan disimpulkan hasil dari penelitian serta memberikan saran-saran yang berguna kepada instansi.