

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Tinjauan Terhadap PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

#### 1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang lebih dikenal dengan nama “TELKOM” sebagai penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia menyediakan layanan InfoComm, telepon kabel tidak bergerak (*fixed wireline*) dan telepon nirkabel tidak bergerak (*fixed wireless*), layanan telepon seluler, data dan internet, serta jaringan dan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan.

Telkom Sebagai salah satu Badan Umum Milik Negara (BUMN), Pemerintah Republik Indonesia merupakan pemegang saham mayoritas yang menguasai sebagian besar saham biasa Perusahaan sedangkan sisanya dimiliki oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (“BEI”), New York Stock Exchange (“NYSE”), London Stock Exchange (“LSE”) dan Tokyo Stock Exchange (tanpa listing). Berikut ini merupakan logo dari PT. TELKOM :

**Gambar 1.1**  
**Logo PT TELKOM**



Sumber : [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), 26 Mei 2011

PT.TELKOM telah mengalami banyak transformasi. Transformasi terakhir yang disebut dengan “*NEW Telkom*” Indonesia, adalah transformasi dalam bisnis, infrastruktur, sistem, model operasi dan sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan bersamaan dengan *New Corporate Identity* Telkom pada 23 Oktober 2009, hari ulang tahun Telkom ke-153. Telkom juga memiliki *tagline* baru, “*The World is in Your Hand*”.

Sumber : [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), 26 Mei 2011

### **1.1.2 Bidang Usaha Perusahaan**

Bidang usaha PT.TELKOM terbagi tiga, yaitu : (i) bidang usaha utama, (ii) bidang usaha terkait ,(iii) bidang usaha pendukung. Bidang usaha umum PT.TELKOM adalah menyelenggarakan jasa telepon lokal dan jarak jauh dalam negeri , sedangkan bidang terkait termasuk Sistem Telepon Bergerak Seluler (STBS) sirkuit langganan ,teleks penyewaan *transponder satelit* , VSAT dan jasa nilai tambah tertentu.

Sejak 1 Juli 1995 PT. TELKOM telah menghapuskan struktur Witel dan menggantikannya dengan struktur tujuh Divisi Regional dan satu Divisi Network. Masing-masing DIVRE mewakili wilayah sebagai berikut :

1. Divisi I, Sumatera
2. Divisi II, Jakarta dan sekitarnya
3. Divisi III, Jawa Barat dan Banten
4. Divisi IV, Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta
5. Divisi V, Jawa Timur
6. Divisi VI, Kalimantan
7. Divisi VII, Kawasan Timur Indonesia

Masing-masing Divisi dikelola oleh suatu tim manajemen yang terpisah berdasarkan prinsip desentralisasi serta bertindak sebagai pusat investasi maupun pusat keuntungan, serta mempunyai laporan keuangan

internal yang terpisah. Untuk menyelenggarakan jasa-jasa informasi, perbaikan, pelatihan dan manajemen properti TELKOM membentuk Divisi-Divisi jasa pendukung yaitu, Divisi Sistem Informasi (DIVSISFO), Divisi Atelir (DIVAT), Divisi Pelatihan (DIVLAT) dan Divisi Research & Development Center (DIV R & D Center).

(<http://elib.unikom.ac.id/>, 28 Mei 2011 )

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Internet merupakan ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Kemajuan yang sangat pesat dapat dilihat dari maraknya penggunaan internet oleh masyarakat baik dari kalangan anak-anak, remaja, dan dewasa.

*Internet World Stat* menyatakan saat ini ada sekitar 34 juta pengguna Internet di seluruh Indonesia (<http://www.internetworldstats.com/>, 30 Mei 2011). Berikut tabel pertumbuhan pengguna internet yang ada di Indonesia :

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia**  
**Tahun 2000 - 2010**

YEAR	Users	Population	% Pen.	GDP p.c.*	Usage Source
2000	2,000,000	206,264,595	1.0 %	US\$ 570	<a href="#">ITU</a>
2007	20,000,000	224,481,720	8.9 %	US\$ 1,916	<a href="#">ITU</a>
2008	25,000,000	237,512,355	10.5 %	US\$ 2,238	<a href="#">APJII</a>
2009	30,000,000	240,271,522	12.5 %	US\$ 2,329	<a href="#">ITU</a>
2010	30,000,000	242,968,342	12.3 %	US\$ 2,858	<a href="#">ITU</a>

(Note: Per Capita GDP in US dollars, source: United Nations Department of Economic and Social Affairs)

Sumber : diolah dari <http://www.internetworldstats.com/asia/id.htm>, 30 Mei 2011

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa total pengguna Internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Selama sepuluh tahun terakhir. Lonjakan jumlah pengguna internet tersebut terjadi pada tahun 2009. Sedangkan untuk tahun 2010 peningkatannya tidak terlalu tinggi.

Ketatnya persaingan dalam bisnis telekomunikasi juga menyebabkan perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari situs <http://www.diskusiwebhosting.com/> bahwa saat ini Internet Service Provider atau penyedia layanan internet yang ada di Indonesia berjumlah 53 ISP Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran. Tercatat kurang lebih terdapat 5 provider utama yang menyediakan *broadband access internet* yaitu Telkom (Telkom *Speedy*), Telkomsel (Telkomsel *Flash*), Indosat (M2), *First Media* (Fastnet) dan XL (Excelcomindo).

Semakin bertambahnya jumlah *Internet Service Provider* yang ada di Indonesia membuat Telkom harus selalu melakukan inovasi agar dapat mampu bersaing di pasar yang kompetitif. Inovasi itu diwujudkan dengan menyediakan suatu *content* layanan *Game Online*, *Music Digital*, *Security Online* , sampai ke materi-materi sekolah yang disediakan secara *online*. Produk ini mulai dioperasikan Telkom pada tahun 2010 berbasis akses kabel tembaga yang menggunakan teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line* (ADSL).

Kompetisi dalam penyediaan akses internet *broadband*, memberikan banyak pilihan bagi pelanggan yang membuat pelanggan dapat dengan mudah berpindah ke provider lain. Untuk itu para provider harus menunjukkan keunggulan kompetitif agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya (*sustainable profitable growth*). Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan berusaha menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Namun pada kenyataannya yang terjadi dilapangan malah sebaliknya terlihat jelas dari kasus dimana sejumlah pelanggan internet *Speedy* mengeluh atas gangguan Telkom *Speedy*, di Palembang. Layanan internet *Speedy* yang menjadi langganan selama ini masih gangguan untuk koneksi sehingga tidak dapat digunakan sama sekali. Mereka mengeluhkan akibat gangguan yang menurut PT Telkom setempat akibat adanya kerusakan pada server *Speedy* untuk layanan di sekitar kota Palembang, aktivitas penggunaan internet yang rutin dilaksanakan menjadi terganggu. Gangguan layanan internet itu juga dialami sejumlah pengelola warung internet, kantor pemerintah dan swasta maupun perorangan yang berlangganan *Speedy* di kota Palembang. Akibatnya, para pelanggan Telkom *Speedy* itu harus bolak-balik menanyakan kepada Telkom, untuk memastikan perbaikannya.

sumber : <http://berita.kapanlagi.com/>, 30 Mei 2011

Kasus diatas didukung juga oleh data jumlah pelanggan Telkom *Speedy* yang menurun dan tingkat *churn* pelanggan Telkom *Speedy* yang terbilang cukup tinggi di tahun 2010 ini menunjukkan suatu fenomena tidak baik yang tengah dialami Telkom *Speedy* Palembang. Hal tersebut dapat dilihat dari Tabel 1.2 dan Tabel 1.3 berikut.

**Tabel 1.2**  
**Pertumbuhan Pelanggan Telkom *Speedy* di Kota Palembang**  
**Tahun 2006 - 2010**

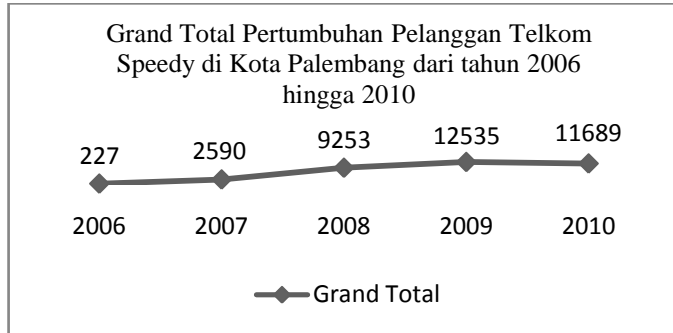
Count of NOTEL	BULAN												Grand Total
	TAHUN	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	
2006					1	3	55	39	49	27	52	51	277
2007	25	39	78	89	183	313	194	280	252	394	351	392	2590
2008	612	568	597	596	633	770	717	1124	848	855	1017	916	9253
2009	788	996	1119	722	882	969	906	976	892	1101	1423	1761	12535
2010	875	976	939	981	873	1103	1278	950	976	872	890	976	11689
Grand Total	5307	6163	6730	6750	5030	4284	4170	4569	3722	4498	4955	5911	62089

*Sumber* : Unit Bagian *Performance* Telkom Palembang

Dilihat dari tabel 1.2 bahwa dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2009, jumlah pelanggan Telkom *Speedy* selalu mengalami peningkatan yang signifikan yang ditunjukkan oleh besarnya *grand total* tiap tahunnya.

**Gambar 1.2**

**Grafik Pertumbuhan Pelanggan Telkom *Speedy* di Kota Palembang**



*Sumber* : Unit Bagian *Performance* Telkom Palembang

Dilihat dari grafik di atas bahwa dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2009, jumlah pelanggan Telkom *Speedy* selalu mengalami peningkatan yang baik. Namun, di tahun 2010 jumlah pelanggan Telkom *Speedy* mengalami penurunan. Dari jumlah pelanggan sebesar 12.535 pelanggan di tahun 2009, turun menjadi 11.689 pelanggan di tahun 2010.

Sedangkan untuk tingkat *churn* pelanggan Telkom *Speedy* dapat dilihat pada tabel berikut :

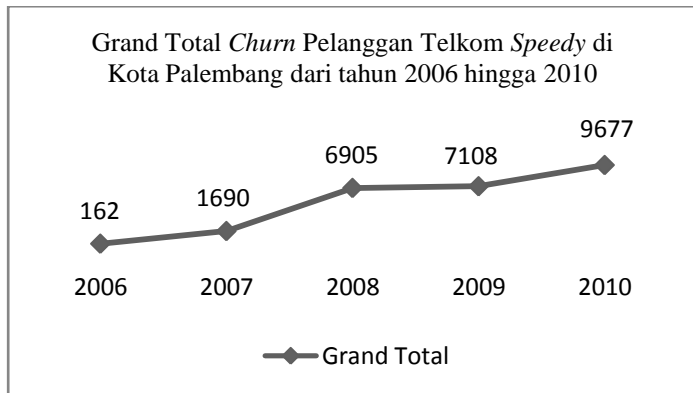
**Tabel 1.3**  
**Churn Pelanggan Telkom Speedy di Kota Palembang**  
**Tahun 2006 - 2010**

Count of jastel Number	BULAN												Grand Total
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
TAHUN													
2006							23	7	10	20	37	65	162
2007	137	66	71	35	105	84	166	187	205	210	250	174	1690
2008	235	310	342	416	420	553	638	393	901	738	815	1144	6905
2009	1143	515	212	548	490	367	685	627	530	502	515	974	7108
2010	874	927	965	947	859	940	839	726	769	785	567	479	9677
Grand Total	2605	1818	1761	2041	1874	1944	2549	1940	2415	2255	2342	2836	26380

Sumber : Unit Bagian Performance Telkom Palembang

Churn pelanggan Telkom Speedy merupakan suatu istilah tingkat pencabutan layanan Telkom Speedy yang diminta oleh pelanggan itu sendiri. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010, jumlah Churn pelanggan Telkom Speedy selalu mengalami peningkatan terlihat pada besarnya grand total tiap tahunnya.

**Gambar 1.3**  
**Grafik Churn Pelanggan Telkom Speedy di Kota Palembang**



Sumber : Unit Bagian Performance Telkom Palembang

Kemudian dilihat dari grafik di atas bahwa, peningkatan churn pelanggan yang paling tinggi ada pada tahun 2010 yaitu sebesar 9.677

pelanggan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 7.108 pelanggan.

Selain itu, ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan Telkom *Speedy* di Kota Palembang juga bisa dilihat dari wujud kekecewaan pelanggan yang dituangkan dalam berbagai media internet:

**Tabel 1.4**  
**Keluhan Pelanggan Speedy di Kota Palembang**  
**Periode Januari 2010 - Desember 2010**

$\Sigma$ Keluhan	Jenis Keluhan
10 orang	Koneksi sering putus
	Koneksi internet lambat
	Jaringan speedy mengalami gangguan

*Sumber* : Diolah dari berbagai sumber

Untuk dapat memenangkan pelanggan dan mengalahkan para pesaing, pemasar harus bisa memuaskan pelanggan secara total. Hal ini menyangkut pada kasus gangguan Telkom *Speedy* yang terjadi di kota Palembang tahun 2010 yang menyebabkan tingginya angka pencabutan pemakaian oleh pelanggan dan menurunnya pertumbuhan pelanggan Telkom *Speedy*. Maka dari itu kepuasan pelanggan perlu diperhatikan oleh perusahaan dengan memberikan nilai kepuasan kepada para pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan para pelanggan secara konsisten. Sehingga dengan terbentuknya kepuasan pelanggan dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi akrab, yang pada akhirnya akan menciptakan suatu loyalitas pelanggan yang akan menguntungkan bagi perusahaan. Atas dasar inilah penulis menyadari



pentingnya kepuasan pelanggan untuk menciptakan loyalitas kepada perusahaan serta hal ini juga yang membuat penelitian ini layak untuk diteliti. Oleh karenanya penulis untuk membuat penelitian dengan judul “**Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Di Kota Palembang Tahun 2010**”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah :

- 1) Bagaimana sikap pelanggan terhadap Telkom *Speedy* di kota Palembang tahun 2010?
- 2) Faktor-faktor kepuasan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* di kota Palembang?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk :

- 1) Mengetahui pelanggan terhadap Telkom *Speedy* di kota Palembang tahun 2010.
- 2) Mengetahui faktor-faktor kepuasan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* di kota Palembang.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Akademis

Menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkom *Speedy* melalui penerapan dan pendekatan ilmu dan teori-teori yang telah didapatkan melalui proses perkuliahan

dengan membandingkan dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat melatih kemampuan analisis dan berpikir secara sistematis dan konseptual.

2. **Kegunaan Praktis**

Sebagai masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Telkom Speedy guna semakin meningkatkan kualitas Telkom *Speedy* di masa yang akan datang.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I berisi mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab II memuat tentang kajian pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

3. **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV menceritakan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab V ini berisi mengenai kesimpulan hasil analisis, saran bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.