

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pada kondisi dewasa ini perkembangan jaman dan kemajuan teknologi semakin canggih, dan kebutuhan masyarakat pun dari waktu ke waktu semakin kompleks. Untuk mempermudah kegiatan-kegiatan manusia diperlukan alat komunikasi diantaranya adalah teknologi informasi. Salah satu sektor bisnis pada industri jasa di Indonesia yang mengalami pertumbuhan begitu pesat adalah industri telekomunikasi.

Hal tersebut membuat persaingan dibidang telekomunikasi semakin kuat. Persaingan adalah situasi yang tidak dapat dihindarkan, setelah sekian lama hidup di era telekomunikasi, kini menuju era *full competition*, dimana persaingan bisnis makin terbuka, tajam, dan serentak. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu bisa mempertahankan posisi dan daya saingnya di pasar internasional. Persaingan ini meliputi banyak hal, tidak hanya dalam bentuk jenis produk, mutu produk, harga produk, tetapi juga dalam hal pelayanan yang diberikan.

PT. TELKOM,Tbk sebagai salah satu Badan Umum Milik Negara (BUMN) yang bergerak di dalam bidang pelayanan jasa dan telekomunikasi. Saat ini tidak lagi memegang monopoli atas pelayanan jasa telepon, karena telah muncul beberapa perusahaan swasta yang masuk dalam bisnis tersebut.

Plasa PT. Telkom,Tbk Solo merupakan unit pelayanan yang dikelola oleh PT. TELKOM,Tbk KANDATEL SOLO. Sebagai unit pelayanan tentunya Plasa PT. Telkom,Tbk Solo ingin melayani kebutuhan pelanggannya dengan baik sesuai dengan misi TELKOM yaitu “*Committed 2 U*”. Dengan misi tersebut tentunya harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dengan fasilitas pelayanan yang dimiliki, ini dikarenakan bahwa usaha telekomunikasi merupakan usaha jasa yang mengandalkan kepercayaan pelanggan.

Untuk menilai kualitas jasa pelayanan Plasa PT. Telkom, Tbk di wilayah Solo digunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*. Reliability adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Responsiveness adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Assurance adalah pengetahuan dan keramahan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Empathy adalah memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Tangibles adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Dari dimensi – dimensi tersebut

diperoleh penilaian pelanggan terhadap kinerja Plasa PT. Telkom,Tbk Solo sehingga dapat diketahui tingkat kepuasannya.

Kepuasan dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya (Kotler, 1997:36). Pengukuran kepuasan pelanggan dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. TELKOM,Tbk dibandingkan dengan tingkat kualitas pelayanan yang diharapkan, sehingga diketahui pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Dari uraian diatas maka penulis menuangkannya ke dalam bentuk skripsi yang berjudul: “ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PLASA PT. TELKOM,Tbk SOLO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DILIHAT DARI DIMENSI – DIMENSI KUALITAS PELAYANAN”.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, ada beberapa permasalahan yang dapat dikemukakan:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Plasa PT. Telkom,Tbk Solo dilihat dari dimensi – dimensi kualitas pelayanan?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara dimensi – dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Plasa PT. Telkom,Tbk Solo?

3. Manakah diantara dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dengan kepuasan pelanggan Plasa PT. Telkom,Tbk Solo?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang diharapkan terpenuhi dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Plasa PT. Telkom,Tbk Solo dilihat dari dimensi – dimensi kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara dimensi – dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Plasa PT. Telkom,Tbk Solo.
3. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dengan kepuasan pelanggan Plasa PT. Telkom,Tbk Solo.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis sebagai salah satu langkah dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat dibangku kuliah.
2. Bagi perusahaan PT. TELKOM,Tbk merupakan sumbangan agar nantinya dapat menginterpretasikan hasil penelitian dalam sebuah kebijakan yang akan datang dalam rangka menjaga kualitas jasa pelayanan agar tetap dapat memuaskan pelanggannya.
3. Sebagai bahan informasi untuk penelitian yang sejenis.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat masalah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka memuat teori – teori tentang jasa, klasifikasi jasa, karakteristik jasa, kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, gap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, metode pengukuran kepuasan pelanggan dan hipotesa.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini meliputi kerangka pemikiran, subjek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, tehnik pengambilan sampel, definisi operasional, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum perusahaan, hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dari serangkaian pembahasan skripsi serta saran – saran yang perlu untuk disampaikan baik untuk subjek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.