

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki dasawarsa ini, salah satu kecenderungan yang mempengaruhi kehidupan kita adalah adanya pergeseran dari masyarakat industri ke masyarakat informasi. Gerakan menuju perdagangan bebas meluncur cepat didunia, karena perpaduan telekomunikasi dan ekonomi yang memungkinkan dilakukannya bisnis dari jarak jauh. Revolusi telah berakibat meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa telekomunikasi, baik kuantitas maupun kualitas, karena itu peran lembaga yang menyediakan jasa telekomunikasi akan menduduki posisi yang strategis. PT. Telkom adalah salah satu perusahaan yang dipercayakan sebagai penyedia jasa telekomunikasi. PT. Telkom berusaha memberikan tingkat kualitas pelayanan yang semaksimal mungkin sehingga mampu menciptakan suatu karakteristik tertentu dari produk perusahaan yang nantinya akan mampu mengikat konsumen sehingga konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan peraturan pemerintah No. 25 tahun 1991, PT. Telkom mempunyai 2 misi pokok yaitu :

1. Menyelenggarakan usaha jasa telekomunikasi dasar maupun non mendasar
2. Menyelenggarakan usaha-usaha yang menunjang penyelenggaraan usaha jasa telekomunikasi dalam negeri sesuai sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Didalam mendukung keberhasilan usahanya PT. Telkom telah merumuskan kebijakan manajemen perusahaan yaitu :

1. Membangun dan mengembangkan citra perusahaan terbaik
2. Memberikan sasaran terbaik bagi masyarakat
3. Memberikan hasil terbaik dari stake holder (pemegang saham).

Didalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak dibidang jasa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang dominan dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan.

Menurut Indriyo Gito Sudarmo (1992 : 181) suatu produk yang dihasilkan perusahaan akan mencerminkan keberhasilan perusahaan tersebut di mata konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, kemungkinan akan menjadi pelanggan setia, bahkan dapat dijadikan media promosi gratis. Demikian pula sebaliknya pelanggan yang tidak puas bisa dengan mudah pindah ke perusahaan lain atau menggunakan jasa lain.

Menurut Schnaars (dalam Fandy Tjiptono : 1992 : 24) pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan merupakan suatu tingkatan perasaan pelanggan yang diperoleh pelanggan setelah menikmati sesuatu sehingga dengan terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya dapat terciptanya hubungan antara perusahaan dengan pelangganya menjadi harmonis.

Seperti dijelaskan dalam defenisi tersebut kepuasan merupakan fungsi dan dari kesan kinerja dan harapan atau apabila dijabarkan kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara apa yang diharapkan konsumen (nilai harapan)

dengan realisasi yang diberikan perusahaan. Dalam usaha memenuhi harapan pelanggan (nilai persepsi) apabila :

1. Nilai harapan = nilai persepsi \longrightarrow konsumen puas
2. Nilai harapan < nilai persepsi \longrightarrow konsumen sangat puas
3. Nilai harapan > nilai persepsi \longrightarrow konsumen tidak puas

PT Telkom sebagai pemegang monopoli jasa telekomunikasi di Indonesia yang memiliki pelanggan yang terdiri dari berbagai macam golongan masyarakat yang sebagian besar masih banyak yang merasa dikecewakan oleh PT Telkom sebagian besar menyangkut masalah pemasangan telpon, masalah pulsa dan lain sebagainya. Dengan latar belakang masalah tersebut maka penulis ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PT Telkom kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan . Maka penulis mengambil judul :

“ ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TELEKOMUNIKASI PT TELKOM CABANG SURAKARTA “.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah diatas maka masalah-masalah dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara dimensi pelayanan jasa (*reability, responsiunes, assurance, emphoty, targible*) terhadap kepuasan konsumen.

2. Dimensi pelayanan yang manakah yang dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan pelanggan PT Telkom Cabang Surakarta.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini perlu diadakan pembatasan masalah agar sasaran yang diteliti lebih terfokus pada permasalahan utama yaitu difokuskan pada kualitas sasaran dan kepuasan pelanggan pengguna jasa PT Telkom dengan menyebarkan angket tentang keluhan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa pada PT Telkom Cabang Surakarta.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara semua dimensi pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen PT Telkom Cabang Surakarta.
2. Untuk mengetahui dimensi pelayanan jasa yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada PT Telkom Cabang Surakarta.

E. Manfaat Penelitian.

1. Bagi PT Telkom Cabang Surakarta.
Dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menentukan kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan

2. Bagi Peneliti.

Menambah pengetahuan, wawasan dan untuk dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah untuk diterapkan di lingkungan masyarakat.

F. Sistematika Penulisan

Untuk melakukan analisis serta pembahasan yang lebih terperinci dan berkesinambungan, maka digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang, masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Menguraikan teori dasar berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yang menjadi dasar ide dan mendukung dalam pemecahan masalah, yang antara lain :

Pengertian kualitas, alasan mengapa suatu kualitas diperlukan, kontribusi kualitas terhadap keuntungan usaha, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas, service quality, dimensi kualitas jasa, metode pengukuran kepuasan pelanggan, standarisasi pelayanan, gap.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang kerangka pemikiran populasi dan sampel, hipotesis, data dan sumber data variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Melakukan, menyajikan data yang diperlukan untuk pemecahan masalah dan analisis dari data yang diperoleh.

BAB V : KESIMPULAN DAN PEMBATASAN MASALAH

Berisi tentang kesimpulan yang di peroleh dari penelitian juga saran-saran yang di ajukan sehubungan dengan persoalan yang dihadapi.