

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dalam beberapa waktu ini semakin berkembang pesat. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan semakin terbukanya perdagangan dunia Internasional akan sangat mempengaruhi laju perkembangan dunia antara lain meningkatnya pertumbuhan ekonomi dalam bidang industri, perdagangan maupun jasa di tanah air. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai.

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, perusahaan semakin pintar dalam menghadapi era pasar bebas yang kompetitif yang kian menajam, maka target atau sasaran *customer relations* harus lebih diarahkan kepada kepentingan setiap stakeholder perusahaan. Semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing.

PT.Telekomunikasi Indonesia (PT.Telkom) adalah salah satu BUMN yang dimiliki oleh Negara. PT.Telkom merupakan BUMN yang paling menguntungkan jika dibandingkan dengan BUMN lain yang ada di Indonesia, karena PT.Telkom hampir tidak pernah mengalami kerugian dimana hampir setiap tahunnya PT.Telekomunikasi

Indonesia (PT.Telkom) mendapatkan peningkatan jumlah pelanggan. Berdasarkan laporan tahunan terakhir PT. Telkom tahun 2014, total pelanggan *broadband* 2014 yaitu 40.451 meningkat 45,3 persen dibanding tahun 2013 yaitu 27.840 . PT. Telkom mempunyai banyak divisi yang tersebar diseluruh Indonesia. PT. Telkom selalu berinovasi, inovasi yang tiada henti ini membuat PT. Telkom selalu berkembang dari tahun ke tahun. Seperti contoh inovasi yang dilakukan PT. Telkom dalam menghadapi persaingan yaitu memperluas jenis layanan speedy dengan kapasitas dan kecepatan yang berbeda sesuai dengan paket speedy yang diinginkan yaitu jenis *Speedy IndiHome kabel optik(FTTH)* dan *Speedy IndiHome MSAN*.

Selain meningkatnya jumlah pelanggan PT. Telkom Indonesia, Tbk. Padang tersebut ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya diantaranya yaitu keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Salah satu contohnya seperti keterlambatan yang dilakukan pihak PT.Telkom dalam pemasangan produk IndiHome kepada calon pelanggan. Hal ini dapat menimbulkan citra negatif bagi perusahaan apabila tidak segera ditindak lanjuti. Pelayanan yang lebih cepat dan tepat akan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu Sumber Daya Manusia yang kurang memenuhi standar, hal ini terjadi diakibatkan karena pihak PT. Telkom kurang selektif dalam meyeleksi calon karyawan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan. Sebagai contoh seorang karyawan PT.Telkom seharusnya dapat mengoperasikan media komputer dengan baik, tetapi dalam

kenyataannya karyawan tidak cekatan dalam pengoperasian sehingga memperlambat akses guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Misalnya, pada saat pelanggan mendapat gangguan jaringan internet IndiHome yang masih merupakan produk baru dan melakukan pengaduan kepada teknisi. Dan beberapa teknisi yang melakukan perbaikan terlihat masih bingung dengan permasalahan tersebut. Ini menunjukkan adanya indikasi SDM yang masih belum kompetitif.

Kemudian faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu dilihat dari segi sikap atau keramahan yang diperlihatkan oleh *Costumer Service*. Sebagai contoh seorang pelanggan menanyakan tentang keluhan yang terjadi pada produk IndiHome dimana terdapat kerusakan pada modem, *costumer service* tersebut menjelaskan dengan baik tetapi memperlihatkan mimik wajah yang kusam sehingga membuat pelanggan menjadi kecewa dan kurang puas dengan pelayanan *costumer service* tersebut.

Melihat banyaknya keluhan-keluhan yang muncul dari pelanggan maka pihak Telkom seharusnya dapat memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Karena itu untuk sekarang dan masa akan datang PT. Telkom Padang harus lebih meningkatkan pelayanan serta memahami apa yang diinginkan pelanggan.

Dalam laporan kegiatan magang ini, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana kualitas pelayanan jasa yang dilakukan oleh PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk.Padang. Berdasarkan latar belakang diatas maka

penulis menetapkan judul “ **KUALITAS PELAYANAN JASA PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK. PADANG** “

1.2 Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dibahas adalah bagaimana kualitas pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Padang terhadap pelanggannya ?

1.3 Tujuan Magang

Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa yang dilakukan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Padang agar dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggannya.

1.4 Manfaat Magang

a. Manfaat Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam melakukan kegiatan serta mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa PT. Telkom Indonesia, Tbk Padang dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggannya dan juga merupakan cara dan sarana untuk mengimplikasikan ilmu yang didapat di Universitas.

b. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil dari laporan magang ini diharapkan dapat sebagai masukan bagi perusahaan terhadap kualitas pelayanan jasa kepada pelanggan yang lebih

baik.

c. Bagi Masyarakat

Agar pembaca dapat menerima jasa-jasa yang diberikan oleh perusahaan, serta pembaca bisa mempercayai jasa yang diberikan oleh perusahaan sehingga perusahaan mengerti tentang kualitas pelayanan.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan judul dan latar belakang masalah maka penulis akan memfokuskan pembahasan terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Telkom Indonesia, Tbk Padang.

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Adapun dalam pemilihan tempat magang ini, penulis memilih di bagian hubungan langganan pada PT. Telkom Indonesia, Tbk Padang. Hal ini dimaksudkan untuk mencocokkan dengan judul proposal yang penulis buat nantinya dan digunakan sebagai judul pembuatan laporan akhir atau laporan magang. Penulis juga berharap dengan pemilihan tempat magang ini dapat mempraktekkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dibangku perkuliahan.

Sesuai dengan kebijakan fakultas yang memberikan kriteria tempat-tempat magang bagi mahasiswa, maka penulis merasa perlu mencari tempat yang sesuai dengan kriteria ini, dimana hal mendasari adalah tempat yang sesuai dengan jurusan penulis dalam hal ini adalah jurusan Pemasaran.

Berdasarkan hal diatas penulis berusaha mencari tempat magang yang dapat mengakomodasi kegiatan penulis akan pemenuhan praktek pengolahan atau manajemen pada perusahaan. Pada akhirnya penulis merasa perusahaan akan menjadi pilihan PT.Telkom Indonesia, Tbk Padang. Adapun pelaksanaan pelaksanaan kegiatan magang, penulis memperkirakan pada 21 Desember s/d 31 Januari 2016 atau selama 40 hari kerja.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang masalah, tujuan dan manfaat magang, tempat dan waktu magang serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang pengertian jasa, kualitas jasa, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Mencakup sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan tujuan perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Membahas mengenai kualitas pelayanan jasa dan hasil kegiatan magang.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

