

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini, perkembangan teknologi komunikasi 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. Perkembangan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan dapat melakukan berbagai cara dalam memenuhi kebutuhan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan atau citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen.

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 2016, total pelanggan *broadband* 2016 yaitu 4,20 juta pelanggan meningkat 15,9 persen dibanding tahun 2015 yaitu 3.54 juta pelanggan . 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 optic (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.

Berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT Telekomunikasi Indonesia pertama yaitu berwujud (*Tangible*), gedung perusahaan yang tertata rapi dan tampak menarik, parkir untuk karyawan dan konsumen yang luas. Selain itu karyawan Telkom menggunakan seragam yang rapi setiap harinya. Kedua yaitu Kepedulian (*Empathy*), karyawan Telkom memberikan kemudahan pelanggan dalam menghubungi Telkom ketika ada masalah dan memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan. Ketiga yaitu kehandalan (*Reability*), disini PT Telkom melakukan administrasi pelanggan secara akurat seperti ketika pelanggan dikenakan tagihan IndiHome maka karyawan mencatat secara akurat. Keempat yaitu ketanggapan (*Responsiveness*), kemampuan karyawan untuk menanggapi masalah yang dihadapi oleh pelanggan dengan cepat serta memberikan pelayanan dengan cepat. Kelima yaitu Jaminan (*Assurance*), karyawan Telkom memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa Telkom mempunyai reputasi yang baik dikalangan masyarakat dan karyawan Telkom berkompentensi dalam menghadapi 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 menyeleksi calon karyawan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan Telkom dan observasi dilapangan, ditemukan bahwa masih ada beberapa karyawan PT. Telkom yang 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 *Customer Service*. Hal ini merupakan hasil wawancara dengan pelanggan di lapangan, seorang pelanggan menanyakan tentang keluhan yang terjadi pada produk IndiHome dimana terdapat kerusakan pada modem, *customer service* tersebut menjelaskan dengan baik tetapi memperlihatkan mimik wajah yang tidak ramah sehingga membuat pelanggan menjadi kecewa dan kurang puas dengan pelayanan *customer 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 maka 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 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kualitas pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang terhadap pelanggannya ?
2. Apa saja unit pelayanan jasa pelanggan yang tersedia pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang?
3. Apa saja jenis pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang yang diberikan kepada pelanggan?
4. Apa saja kelemahan pelayanan jasa yang dihadapi oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk ?

### **1.3 Tujuan**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang terhadap pelanggan.
2. Untuk mengetahui unit pelayanan jasa pelanggan yang tersedia pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang.
3. Untuk mengetahui jenis pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang.
4. Untuk mengetahui kelemahan pelayanan jasa PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang.

### **1.4 Manfaat Magang**

Dengan tercapainya tujuan diatas maka penelitian ini dapat memberikan manfaat

sebagai berikut :

1. Bagi Praktisi
  - a. Sebagai bahan referensi untuk penelitian dalam kualitas layanan konsumen dan untuk memperdalam masalah kepuasan pelanggan.
  - b. Mengetahui tentang kualitas pelayanan konsumen.
2. Bagi Akademisi



Untuk mengkaji lebih lanjut mengenai hubungan kualitas pelayanan jasa dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

### **1.6 Ruang Lingkup Pembahasan**

Dalam penulisan ini penulis membatasi pembahasan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Padang.

### **1.7 Tempat dan Waktu Magang**

Untuk memenuhi tugas akhir yang harus dipenuhi oleh penulis, maka penulis melaksanakan kegiatan magang di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang selama 40 hari dari tanggal 27 Desember 2016 s/d 20 Februari 2017, dengan Judul Tugas Akhir yang diajukan oleh penulis yaitu Kualitas Pelayanan Jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode penelitian, tempat dan waktu magang, dan sistematika penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang konsep jasa, karakteristik jasa, kualitas jasa, dan strategi meningkatkan kualitas jasa.

## BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini penulis menguraikan hal yang berkaitan dengan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang seperti sejarah, visi dan misi tujuan perusahaan, dan struktur organisasi.

## BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang.

## BAB V PENUTUP

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran.

