

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, dunia ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat, khususnya di bidang *information and communication technology (ICT)*. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya ditemukan teknologi-teknologi mutakhir yang dapat membantu manusia dalam menyelesaikan pekerjaan-pekerjaannya menjadi jauh lebih mudah, efektif dan efisien. Di sisi lain, fenomena ini juga mendorong persaingan di dunia bisnis menjadi semakin kompleks dan kompetitif. Oleh sebab itu, setiap perusahaan dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, atas produk barang/jasa yang mereka tawarkan, agar mampu bersaing dengan produk-produk sejenis dari perusahaan-perusahaan pesaing.

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia membutuhkan manusia lainnya untuk kelangsungan hidup manusia itu sendiri. Salah satu kebutuhan manusia yang paling mendasar adalah komunikasi, baik komunikasi secara verbal maupun komunikasi secara non-verbal. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan

orang lain. Melalui komunikasi kita bekerjasama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama. Pada era globalisasi seperti sekarang ini, pemenuhan akan kebutuhan komunikasi yang lancar telah menjadi kebutuhan pokok yang harus segera dipenuhi. Manusia membutuhkan media-media penyalur komunikasi yang cepat, tepat, akurat, serta *realtime*, agar mampu menunjang kebutuhan penyaluran komunikasi mereka dengan baik, sehingga dapat meningkatkan produktivitas manusia itu sendiri.

Informasi merupakan suatu istilah yang tidak tepat di dalam penggunaannya secara umum. Informasi dapat mengenai ; data mentah, data tersusun, kapasitas suatu saluran komunikasi, atau lain hal sebagainya. Namun, terdapat beberapa gagasan para ahli yang mendasari pengguna istilah informasi, salah satunya dari Gordon B. Davis (2002:28) yang menyatakan bahwa :

“Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau mendatang”.

Sedangkan Azhar Susanto (2009:40) berpendapat bahwa :

“Informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah merupakan informasi bagi orang tersebut”.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah suatu hasil pengolahan data (*output*) yang memiliki/memberikan nilai dan arti/makna, sehingga dapat bermanfaat bagi penggunanya.

Manusia telah sejak lama mengandalkan surat kabar sebagai sarana perolehan informasi mereka. Lalu disusul oleh radio yang mampu menyampaikan informasi dalam bentuk *audio* (suara), dan kemudian televisi yang mampu menyampaikan informasi dalam bentuk *audio visual* (gambar). Namun, media-media komunikasi informasi tersebut masih memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya adalah ketidakmampuan untuk melakukan komunikasi dua arah. Di sisi lain, untuk pemenuhan kebutuhan terhadap komunikasi dua arah, manusia telah lama menggunakan surat pos sebagai media komunikasi secara tertulis. Kemudian disusul oleh telegraf dan telepon yang memungkinkan manusia yang terpisah jarak jauh dapat saling berkomunikasi verbal dua arah secara langsung.

Teknologi komunikasi informasi yang belakangan ditemukan, dan gencar menjadi bahan perbincangan, adalah internet. Internet merupakan komputer-komputer yang terhubung satu sama lain dan membentuk suatu jaringan di seluruh dunia. Internet memungkinkan setiap penggunanya mengakses informasi selama 24 jam sehari, tujuh hari seminggu, tanpa hari libur, di mana pun dan kapan pun. Dengan terhubung ke internet (*online*), manusia bisa mendapatkan informasi berupa teks, gambar, suara, maupun *video*. Bahkan, dengan ditemukannya teknologi *video streaming* saat ini pengguna internet dapat menyaksikan tayang televisi secara langsung melalui internet, dan dengan teknologi *video call* manusia yang terpisah oleh jarak yang jauh serta zona waktu yang berbeda, manusia dapat berkomunikasi dua arah (tatap muka) secara langsung pada saat yg bersamaan. Internet tidak mengenal batasan negara, dan hal ini yang menjadi salah satu faktor pendukung mengapa perkembangan internet menjadi sangat pesat.

Di Indonesia sendiri perkembangan jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun semakin bertambah banyak secara signifikan, seperti yang bisa kita lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
Tahun 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, dan 2010

Tahun	Jumlah Pengguna (Dalam Juta Jiwa)	Jumlah Kenaikan
2005	16,0	-
2006	20,0	25,00%
2007	25,0	25,00%
2008	27,0	8,00%
2009	28,0	3,70%
2010	30,0	7,14%

Sumber : www.internetworldstats.com

Pada tabel 1.1 di atas, dapat kita lihat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan secara terus-menerus setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat Indonesia akan akses jaringan internet relatif cukup tinggi. Terus meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia telah menjadikan Indonesia sebagai negara terbesar ketujuh dalam hal pengguna internet terbesar di Asia Tenggara.

Berikut ini penulis sajikan tabel daftar negara pengguna internet terbesar di Asia Tenggara :

Tabel 1.2
Daftar Negara Pengguna Internet Terbesar di Asia Tenggara
Tahun 2010

No.	Negara	Populasi Penduduk	Jumlah Pengguna	Dalam Persentase
1	Brunei D.	395.027	318.900	80,7%
2	Singapore	4.701.069	3.658.400	77,8%
3	Malaysia	26.160.256	16.902.600	64,6%
4	Philippines	99.900.177	29.700.000	29,7%
5	Vietnam	89.571.130	24.269.083	27,1%
6	Thailand	66.404.688	17.486.400	26,3%
7	Indonesia	242.968.342	30.000.000	12,3%
8	Laos	6.993.767	527.400	7,5%
9	Cambodia	14.753.320	78.000	0,5%
10	Myanmar	53.414.374	110.000	0,2%

Sumber : www.internetworldstats.com

Pada tabel 1.2 di atas dapat kita lihat bahwa Indonesia berada urutan ketujuh dalam daftar negara pengguna internet terbesar di Asia Tenggara, dengan total jumlah pengguna internet sebesar 30 juta pengguna internet pada tahun 2010. Hal ini menunjukkan bahwa internet sudah mulai menjadi gaya hidup sekaligus kebutuhan pokok bagi sebagian masyarakat Indonesia.

Fenomena meningkatnya jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun serta tingginya permintaan/kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap jaringan internet menjadi peluang besar bagi para perusahaan penyedia pelayanan jasa internet atau dikenal dengan *internet service provider (ISP)* untuk dapat menarik atau bahkan menguasai pasar di bidang pelayanan jasa internet di Indonesia. Untuk dapat menguasai pasar tersebut, maka setiap *ISP* dituntut agar selalu dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada pelanggannya.

Kepuasan adalah suatu tingkat perasaan senang/kecewa seseorang terhadap suatu produk/pelayanan setelah orang tersebut membandingkan kinerja yang ia rasakan terhadap kinerja yang ia harapkan. Menurut Kotler (2005:70) :

“Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang”.

Sedangkan Wilkie, seperti yang dikutip Tjiptono (1997), mendefinisikan :

“Kepuasan pengguna sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu”.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah kesenjangan antara kinerja yang diharapkan oleh konsumen dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan dalam usahanya memenuhi harapan konsumen.

Speedy merupakan salah satu produk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) yang bergerak di bidang penyedia pelayanan internet. Speedy merupakan produk pelayanan *internet access end-to-end* dari TELKOM dengan basis teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)* yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan yang dijamin sesuai dengan paket pelayanan yang dipilih, yang diluncurkan dari modem sampai *Broadband Remote Access Server (BRAS)*. Sebagai pelopor penyedia pelayanan internet di Indonesia, Speedy dituntut untuk

senantiasa memberika pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada seluruh pelanggannya.

Kenyataannya, masih terdapat banyak kekurangan dalam hal pemenuhan harapan para pelanggannya. Jumlah pelanggan Speedy di Bandung yang pada tahun 2010 telah mencapai 15.676 orang mengalami penurunan (*churn*) sebesar 20,5 persen. Jumlah pelanggan *churn* ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya ; tidak terpenuhinya kinerja yang diharapkan pelanggan terhadap kinerja yang diberikan Speedy, ketidaksesuaian antara kinerja yang ditawarkan Speedy dengan kinerja yang dirasakan pelanggan, serta tidak adanya nilai lebih yang dimiliki oleh Speedy.

Fenomena rendahnya tingkat kepuasan juga dirasakan oleh pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil pra-penelitian yang dilakukan terhadap pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya di bawah ini :

Tabel 1.3
Hasil Penyebaran Angket Pra-Penelitian Kepuasan Pelanggan

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Kinerja Speedy sesuai dengan harapan Anda.	5	17	24	2	0
2.	Anda merasa perlu merekomendasikan Speedy kepada orang lain.	10	11	26	1	0
3.	Speedy memiliki nilai lebih dibanding <i>provider</i> lain.	4	12	23	9	0
Total		19	40	73	12	0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan hasil penyebaran angket pra-penelitian kepuasan pelanggan pada tabel 1.3 di atas, dapat dilihat bahwa dari 48 orang pelanggan yang dijadikan sampel menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya masih relatif rendah. Hal ini terbukti dengan banyaknya responden, yang juga merupakan pelanggan Speedy, yang merasa bahwa kinerja Speedy belum sesuai dengan kinerja yang mereka harapkan. Selain itu, rendahnya kepuasan pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya juga dapat dilihat dari ketidakinginan pelanggan untuk merekomendasikan Speedy kepada pihak/orang lain, dan Speedy dirasa tidak memiliki nilai lebih dibanding dengan *provider* lain.

Dalam ilmu manajemen ditemukan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan dapat diartikan sebagai perbuatan, proses dan kinerja. Pelayanan bukan hanya sesuatu yang bisa disentuh, dirasakan, atau dilihat, tetapi lebih merupakan perbuatan, kegiatan dan kinerja yang bersifat *intangible*.

Menurut Kotler (2003:111) :

“Jasa adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam hal ini, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan”.

Pelanggan yang terpuaskan dengan kualitas pelayanan yang baik akan senang melakukan pembelian ulang, dan dengan senang hati pula memperkenalkan serta memberi rekomendasi kepada pihak lain mengenai hal-hal yang baik dari produk barang/jasa perusahaan tersebut. Salah satu tujuan dari

perusahaan adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan sepenuhnya (*total customer satisfaction*). Kotler dan Armstrong (1995) yang menyatakan bahwa :

“Produk/jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi”.

Pendapat lain yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan adalah pendapat Schnaar yang dikutip oleh Tjiptono (1996:78), yang menyatakan bahwa :

“Tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan nilai manfaat”.

Sehubungan dengan adanya beberapa permasalahan sebagaimana yang telah penulis uraikan di atas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Survey pada Pelanggan Speedy di Kecamatan Majalaya)**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan teknologi informasi telah mengakibatkan semakin pesatnya perkembangan industri di bidang teknologi informasi, khususnya di bidang penyedia pelayanan internet. Fenomena ini berdampak pada semakin tingginya persaingan di industri penyedia pelayanan

internet. Tingginya tingkat persaingan tersebut menuntut setiap penyedia pelayanan internet untuk dapat memberikan kepuasan yang lebih kepada para pelanggannya.

Berdasarkan hasil penyebaran angket pra-penelitian kepuasan pelanggan terhadap pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya, Speedy sedang mengalami rendahnya tingkat kepuasan pelanggan. Rendahnya tingkat kepuasan pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya diduga disebabkan oleh ketidaksesuaian antara kinerja yang diharapkan oleh pelanggan di kecamatan Majalaya dengan kinerja yang diberikan oleh Speedy selama ini.

Dalam ilmu manajemen ditemukan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya oleh faktor kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun objek dari penelitian ini adalah pelanggan Speedy yang berada di kecamatan Majalaya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan Speedy di kecamatan Majalaya.
2. Bagaimana gambaran kepuasan pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya.
3. Pengaruh kualitas pelayanan Speedy terhadap kepuasan pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Gambaran kualitas pelayanan Speedy di kecamatan Majalaya.
2. Gambaran kepuasan pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya.
3. Pengaruh kualitas pelayanan Speedy terhadap kepuasan pelanggan Speedy di kecamatan Majalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan untuk mengkaji lebih dalam mengenai kualitas pelayanan yang diberikan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, dan penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.