

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Teknologi yang semakin pesat diiringi peningkatan peradaban manusia menyebabkan persaingan yang ketat. Dengan adanya persaingan ini mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba menciptakan inovasi dan kreasi baru yang dapat diunggulkan di khalayak publik. Salah satu cara supaya perusahaan dapat maju dan berkembang yaitu menciptakan dan mempertahankan pelanggan atau customer.

Persaingan yang semakin ketat terhadap kompetitor-kompetitor menuntut perusahaan untuk terus berinovasi guna mencapai kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Selain itu perusahaan dituntut supaya mampu memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang efisien serta efektif.

Public Relations disini mempunyai peranan yang sangat penting untuk citra positif perusahaan. Public Relations memiliki tugas yang terbagi menjadi dua yaitu stakeholder internal (karyawan dan staff perusahaan) dan stakeholder eksternal (publik di luar perusahaan yang mempunyai kepentingan bagi perusahaan). Kegiatan Public Relations dalam membangun citra positif perusahaan harus berjalan lurus dalam membangun hubungan dengan stakeholder internal dan stakeholder eksternal, karena stakeholder internal dan stakeholder eksternal saling berkaitan agar perusahaan berjalan dengan baik. Stakeholder internal harus dijaga dengan baik karena dengan hubungan yang baik terhadap para karyawan perusahaan dapat membentuk karyawan loyal dan dihargai dalam bekerja. Selain itu stakeholder eksternal juga tidak kalah pentingnya, karena harus mampu menjalin

hubungan baik dengan konsumen dan para investor guna menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap perusahaan.

TELKOM adalah perusahaan penyedia layanan dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Melayani lebih dari 151,9 juta pelanggan yang terdiri dari seluler (Telkomsel) lebih dari 125 juta dan pelanggan tetap 25,8 juta.

TELKOM juga menyediakan beragam layanan komunikasi lain termasuk layanan interkoneksi jaringan telepon, multimedia, data dan layanan terkait komunikasi internet, sewa transponder satelit, sirkit langganan, televisi berbayar dan layanan VoIP. TELKOM telah mendominasi lebih dari 60% pangsa pasar broadband di Indonesia yang mencapai lebih dari 19 juta pelanggan. Dalam hal ini bisnis layanan data, internet dan Teknologi Informasi yang berjalan ini mampu berkontribusi 35% terhadap total pendapatan perusahaan.

Kapasitas gateway internet yang dimiliki TELKOM merupakan yang terbesar di Indonesia, saat ini sudah lebih dari 106,4 Gbps. TELKOM selalu memastikan kecukupan kapasitas gateway internet agar mampu mengantisipasi pertumbuhan trafik broadband yang tinggi baik fixed broadband maupun mobile broadband. Dalam melanjutkan Transformasi TELKOM memiliki Visi yaitu menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Service (TIMES) di kawasan regional.

Untuk menghadapi tantangan dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan mobilitas dan konektivitas tanpa putus, TELKOM telah bertransformasi bisnis mencakup telekomunikasi, informasi, media, edutainment dan Services (TIMES). Upaya transformasi ini di fokuskan pada sisi portofolio, infrastruktur dan system,

organisasi dan budaya perusahaan. Dengan berfokus kuat pada layanan TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Service), PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk berkomitmen untuk memelopori masyarakat digital di Indonesia.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) adalah perusahaan penyedia layanan dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dalam hal ini dalam pengelolaannya PT. Telekomunikasi Indonesia terbagi menjadi 5 sektor area diantaranya : Telkom Regional I Medan, Telkom Regional II Jakarta, Telkom Regional IV Jateng & DIY, dan Telkom Regional V Surabaya..

TELKOM GROUP memiliki produk-produk yang berjalan di bidang telekomunikasi yaitu IndiHome dan anak perusahaannya Telkomsel. Telkom Group adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk cloud-based and server-based managed services, layanan e-Payment dan IT enabler, e-Commerce dan layanan portal lainnya.

IndiHome adalah salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket triple play meliputi layanan komunikasi, data dan entertainment seperti telepon rumah, internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV). IndiHome

juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (add on) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, wifi.id seamless, TrenMicro Antivirus, IndiHome View (online surveillance camera) dan masih banyak lagi.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi Telkom Regional IV Jateng & DIY khususnya IndiHome mendapati banyak kendala dalam pelayanannya terhadap masyarakat sebagai pengguna jasanya. IndiHome selalu berupaya untuk meningkatkan pelayanan dan menjalin hubungan baik terhadap para stakeholder internal maupun eksternal. Namun hal tersebut tidak selamanya berjalan dengan lancar, karena tidak jarang juga ditemukan kendala yang membuat pelanggan kecewa atau tidakpuas atas pelayanan yang diberikan oleh IndiHome sehingga timbul keluhan-keluhan yang bermunculan dari para pelanggan.

Dewasa ini pelanggan semakin tumbuh dan menjadi pelanggan yang kritis. Pelanggan tidak segan untuk mengutarakan ketidakpuasanyang berujung pada keluhan melalui berbagai cara. Dalam hal ini peran Humas sangat dibutuhkan untuk menjadi *problem solver* (pemecah masalah) apabila terdapat keluhan-keluhan dari pelanggan. Selain itu peran Humas disini juga dituntut paham dalam menangani masalah dan bergerak cepat agar permasalahan tidak semakin melebar yang akan menimbulkan persepsi buruk masyarakat terhadap IndiHome.

Sebagai produk yang menjual layanan telepon rumah, internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV) yang menjadi Top Brand 2016, IndiHome selalu menjadi sorotan utama masyarakat apabila terjadi kesalahan dan gangguan dari produk IndiHome. Faktor yang paling signifikan terhadap IndiHome yang menyebabkan banyaknya keluhan atas pelayanannya merupakan lamanya tindak lanjut dari pihak IndiHome apabila terjadi *maintance* (gangguan) pada perangkat ataupun jaringan, sedangkan pelanggan telah

melapor ke Customer Care “147”, datang ke Plaza Telkom, dan sudah melapor melalui aplikasi My IndiHome yang dapat di download pada AppStore atau IOS.

*Customer Service* merupakan pihak yang menjembatani langsung terhadap pihak perusahaan dengan pelanggan. Seperti halnya IndiHome bisa saja mengalami kesalahan, yang mengakibatkan pelanggan menjadi kecewa dan tidak nyaman akan fasilitas serta pelayanan yang diberikan oleh IndiHome.

Pada kegiatan Pelayanan keluhan yang dilakukan Indihome PT. Telkom masih harus mengadakan evaluasi, supaya dalam menanggapi keluhan atau laporan dari pelanggan dapat cepat diatasi untuk menghindari persepsi masyarakat yang buruk terhadap IndiHome. Lambannya penanganan terhadap laporan atau keluhan dari pelanggan merupakan salah satu faktor terbesar terjadinya ketidakpuasan serta hal ini dapat mengurangi kepercayaan dari pengguna produk IndiHome sebagai perusahaan milik negara terbesar di Indonesia yang menjadi Top Brand Awards 2016.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jaringan dan sistem telekomunikasi di Indonesia ini, diharapkan TELKOM mampu konsisten dalam menjaga kualitas pelayanannya untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dari latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Kualitas Pelayanan Keluhan IndiHome PT. Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y Menurut Pelanggan IndiHome di Kota Semarang”.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Sebagai perusahaan milik negara yang mengelola jaringan dan sistem telekomunikasi di Indonesia, seharusnya PT. Telkom dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan atas segala bentuk pelayanan terutama dalam hal kualitas pelayanan. Bentuk kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan faktor penting untuk kelangsungan perusahaan, karena itu merupakan titik dimana reputasi perusahaan dipertaruhkan.

Ada berbagai macam keluhan dari pengguna produk IndiHome PT. Telkom, berikut adalah beberapa keluhan dari pelanggan tentang produk IndiHome : Pelanggan mengeluhkan lamanya tindak lanjut ketika produk IndiHome mengalami gangguan, koneksi internet yang tidak stabil, teknisi yang tidak memberikan kejelasan dan tidak menyelesaikan masalah gangguan yang terjadi, pelanggan melakukan registrasi IndiHome beberapa minggu lalu tetapi tidak ada teknisi atau tindak lanjut dari IndiHome PT. Telkom, dan ketidakjelasan dalam memberi informasi saat pelanggan melakukan pengaduan.

Dengan demikian peneliti mengambil rumusan masalah “Bagaimana kualitas pelayanan keluhan Indihome PT. Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan keluhan pelanggan IndiHome PT. Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

### **1.4.1 Secara Akademis**

Penelitian ini dapat menambah ilmu komunikasi khususnya di bidang kehumasan yang berkaitan dengan teori kualitas pelayanan meliputi 5 dimensi yaitu : tangibels, reliability, responsiveness, assurance, dan empati.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan, khususnya dalam menangani keluhan – keluhan dari pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan PT. Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y.

### **1.4.3 Secara Sosial**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat kepada masyarakat untuk lebih kritis terhadap kualitas pelayanan dalam menangani keluhan yang diberikan oleh PT. Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y.

## 1.5 KERANGKA TEORI

### 1.5.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh (Tjiptono, : 2006 : 59). Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* menurut (Parasuraman, et al., 1985) yang dikutip oleh Tjiptono (2006 : 60).

Terdapat 5 dimensi utama sebagai penentu kualitas pelayanan , menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptomo (2009 : 14) :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

## 1.6 DEFINISI KONSEPTUAL

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, menurut Wyckoff (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh (Tjiptono, : 2006 : 59). Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* menurut (Parasuraman, et al., 1985) yang dikutip oleh Tjiptono (2006 : 60).

Terdapat 5 dimensi utama sebagai penentu kualitas pelayanan , menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptomo (2009 : 14) :

1. *Reliability* (Kehandalan)
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Tangibels* (Kenyataan)

## 1.7 DEFINISI OPERASIONAL

Tolok ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanansesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Kualitas pelayanan keluhan IndiHome PT. Telkom dapat diketahui melalui penilaian berdasarkan 5 dimensi dibawah ini :

### A. *Reliability* (Kehandalan)

- Memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelanggan
- Ketepatan petugas *Customer Service* maupun teknisi dalam memberikan informasi apabila terdapat gangguan.
- Petugas memberikan informasi layanan atau produk secara jelas dan tepat.

### B. *Responsiveness* (Kesigapan)

- Tingkat respon petugas dalam pengaduan gangguan oleh pelanggan.
- Kemampuan petugas dalam menyampaikan pelayanan.
- Tingkat kesigapan petugas dalam menangani keluhan atau kerusakan yang dialami petugas.
- Tingkat kedisiplinan petugas.

### C. *Assurance* (Jaminan)

- Tingkat pengetahuan produk atau informasi IndiHome yang dimiliki petugas dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan.
- Kemampuan atau kompetensi teknisi lapangan ketika memperbaiki gangguan.
- Tingkat perhatian petugas dalam menangani keluhan, kritik, dan saran tentang pelayanan.
- Tingkat ketepatan waktu dalam menyelesaikan gangguan perangkat atau jaringan dari pelanggan.
- Keamanan pemeriksaan oleh teknisi lapangan dengan tanpa dipungut biaya.

### D. *Emphaty* (Empati)

- Keramahan dan perhatian yang ditunjukkan petugas terhadap pelanggan.
- Kepedulian petugas dalam membantu dan memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan.
- Kepedulian petugas dalam hal administrasi.
- Petugas memahami kesulitan pelanggan ketika mengalami gangguan produk.

### E. Tangibels (Kenyataan)

- Tingkat kenyamanan ruang tunggu yang terdapat di Plaza Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y
- Kerapian petugas dalam menggunakan seragam saat bekerja.

- Tingkat kebersihan Plaza IndiHome Telkom Regional Jateng dan D.I.Y.
- Sarana dan prasarana yang lengkap dan terawat.
- Tingkat kebersihan Plaza Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y.
- Tingkat keamanan dan kenyamanan tempat parkir kendaraan di Plaza Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y.

## **1.8 METODE PENELITIAN**

### **1.8.1 TIPE PENELITIAN**

Tipe penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2012 : 13) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh melalui sampel populasi penelitian, kemudian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan.

### **1.8.2 POPULASI**

Populasi menurut Sugiyono (2012 : 115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kota Semarang yang menggunakan produk dari Telkom yaitu IndiHome.

### **1.8.3 SAMPEL**

Diambil secara *purposive* pada pelanggan IndiHome yang pernah mengajukan keluhan, sebanyak 40 orang.

### **1.8.4 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL**

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Dengan kriteria para pelanggan pengguna produk IndiHome di Kota Semarang yang minimal sudah berlangganan 3 bulan setelah pemasangan yang pernah mengajukan keluhan.

### **1.8.5 JENIS DAN SUMBER DATA**

- **Data Primer**

Data primer diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian sesuai dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012:137) , Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang berupa pertanyaan-pertanyaan kepada pengguna produk layanan IndiHome PT. Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan keluhan IndiHome PT. Telkom Regional IV Jateng dan D.I.Y.

- **Data Sekunder**

Data sekunder yaitu pengumpulan data dan informasi yang diperoleh melalui catatan-catatan tertulis lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data diperoleh dari sumber tidak langsung melalui media perantara yaitu buku, sosial media dan website yang berhubungan dengan materi penelitian sebagai data pelengkap.

#### 1.8.6 ALAT DAN TEKNIK PENGAMBILAN DATA

- **Alat Pengumpulan Data**

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dan sudah ditetapkan oleh peneliti. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2009:142).

- **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pengisian kuesioner sesuai dengan kriteria objek penelitian. Peneliti mendampingi dalam pengisian kuesioner, apabila responden kurang paham dengan pertanyaannya, peneliti dapat membantu responden.

### **1.8.7 PENGOLAHAN DATA**

- **Editing**

Editing atau meneliti kembali jawaban responden untuk mengetahui kelengkapan jawaban dan ketidaksesuaian pada data yang masuk.

- **Coding**

Coding merupakan mengklarifikasikan jawaban menurut jenisnya dalam suatu struktur dengan kode tertentu.

- **Tabulasi Data**

Tabulasi data merupakan pengolahan data dalam bentuk mengelompokkan jawaban-jawaban dan meneliti, kemudian menghitung dan menjumlahkan data yang dimasukkan dalam kategori-kategori yang telah dibuat. Kemudian diwujudkan dalam bentuk tabel untuk dianalisa.

### **1.8.8 ANALISA DATA**

Analisa data merupakan kegiatan yang dilakukan guna memecahkan permasalahan yang telah diteliti. Dalam melakukan analisa data pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif yaitu menganalisa data yang dapat diperoleh dari jumlah responden yang kemudian diteliti secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan data lapangan dengan menggunakan tabel kemudian dianalisis secara deskriptif.