

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada kondisi dewasa ini, perkembangan zaman dan kemajuan teknologi semakin canggih dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu semakin kompleks. Untuk mempermudah kegiatan-kegiatan manusia diperlukan alat komunikasi diantaranya adalah teknologi informasi. Salah satu sektor bisnis pada industri jasa di Indonesia yang mengalami pertumbuhan begitu pesat adalah industri telekomunikasi. Hal tersebut membuat persaingan dibidang telekomunikasi semakin kuat. Persaingan adalah situasi yang tidak dapat dihindarkan, setelah sekian lama hidup di era telekomunikasi, kini menuju era *full competition*, dimana persaingan bisnis semakin terbuka, tajam, dan serentak. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu bisa mempertimbangkan posisi dan daya saingnya di pasar internasional. Persaingan ini meliputi banyak hal, tidak hanya dalam bentuk jenis produk, mutu produk, harga produk, tetapi juga dalam hal pelayanan yang diberikan. Proses kepuasan pelanggan sangat berhubungan dengan kualitas pelayanan yang ada pada perusahaan. Semakin banyaknya pelanggan maka diperlukan sebuah pelayanan yang sangat berkualitas yang dapat mendorong pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan dapat memaksimalkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan

yang gagal meningkatkan kualitas pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks.

PT. TELKOM,tbk sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang pelayanan jasa dan telekomunikasi. Plasa Telkom Kayuagung ini melayani berbagai keperluan pelanggan telkom terhadap produk-produk telkom. Beberapa layanan yang tersedia yaitu pengajuan jaringan internet telkom, telkom indie home, jaringan tv kabel dan pemasangan jaringan telpon. Plasa telkom Kayuagung ini juga dapat menerima aduan atau keluhan jika ada masalah pada jaringan telkom pelanggan. PT. Telkom Indonesia (Tbk), yakin dapat mewujudkan kebutuhan masyarakat di seluruh Indonesia dari segi telekomunikasi. Telkom memiliki produk internet yang pertama bernama *Speedy*, yang sekarang di *rebranding* menjadi IndiHome. IndiHome merupakan layanan *bundling triple play*. Perbedaan dari speedy ke IndiHome salah satunya adalah *speedy* menggunakan kabel *copper* sedangkan IndiHome menggunakan kabel serat optik sehingga memiliki kecepatan hingga 100 Mbps serta aman dari gangguan cuaca. Memiliki keunggulan yang berbeda dari kompotitor, sehingga saat ini tidak lagi memegang monopoli atas pelayanan jasa telepon karena telah muncul beberapa perusahaan swasta yang masuk dalam bisnis tersebut. Plasa Telkom Kayuagung merupakan unit pelayanan yang dikelola oleh PT. TELKOM, tbk PALEMBANG. Sebagai unit pelayanan tentunya Plasa Telkom Kayuagung ingin melayani kebutuhan pelanggannya dengan baik sesuai dengan misi PT. TELKOM yaitu "*One Stop Infocom*". Dengan misi tersebut tentunya harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan

sebagai tujuan utama dengan fasilitas pelayanan yang dimiliki ini dikarenakan bahwa usaha telekomunikasi merupakan usaha jasa yang mengandalkan kepercayaan pelanggan. Untuk menilai kualitas jasa pelayanan Plasa Telkom Kayuagung digunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, *Tangibles*. Hasil penelitian yang pernah penulis lakukan di Plasa Telkom Kayuagung dengan menggunakan metode Servqual menghasilkan Dimensi *Reliability* sebesar 99,17% dengan hasil tersebut pelayanan bagian *Customer Service Representative* yang telah diberikan oleh Plasa Telkom Kayuagung telah memberi kepuasan kepada pelanggan yang datang ke Plasa Telkom Kayuagung. Dimensi *Aasurance* sebesar 98,67 % dengan hasil tersebut pelayanan bagian *Customer Service Representative* yang telah diberikan oleh Plasa Telkom Kayuagung telah memberi kepuasan kepada pelanggan yang datang ke Plasa Telkom Kayuagung. Dimensi *Responsiveness* sebesar 100% dengan hasil tersebut pelayanan bagian *Customer Service Representative* yang telah diberikan oleh Plasa Telkom Kayuagung telah memberi kepuasan kepada pelanggan yang datang ke Plasa Telkom Kayuagung. Dimensi *Emphaty* sebesar 94,38% dengan hasil tersebut pelayanan bagian *Customer Service Representative* yang telah diberikan oleh Plasa Telkom Kayuagung telah memberi kepuasan kepada pelanggan yang datang ke Plasa Telkom Kayuagung. Dimensi *Tangible* sebesar 103,17 % dengan hasil tersebut pelayanan bagian *Customer Service Representative* yang telah diberikan oleh Plasa Telkom Kayuagung telah memberi kepuasan kepada pelanggan yang datang ke Plasa Telkom Kayuagung. Dari penelitian yang telah dilakukan

menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan bagian *Customer Service Representative* di Plasa Telkom Kayuagung belum maksimal. Maka dengan itu penulis ingin melanjutkan penelitian agar dapat membantu perusahaan memperbaiki dan meningkatkan layanan *customer service* agar pelayanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Kayuagung kepada konsumen mendapatkan hasil yang maksimal.

Adapun beberapa metode yang dapat digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, salah satunya adalah *Service Quality* (ServQual). Dalam penilaian persepsi, ekspektasi dan pembobotan pada Servqual menghasilkan penilaian seseorang terhadap suatu kriteria yang bersifat kualitatif seperti subyektif yang seringkali bias. Dengan melihat keterbatasan yang terdapat pada Servqual tersebut memungkinkan adanya integrasi dan langkah lanjutan sehingga menghasilkan nilai hasil yang objektif dan reliabel yang diterapkan. Penilaian ini akan mengintegrasikan *Fuzzy-Servqual*, dengan metode ini diharapkan dapat menangkap bias dan subyektivitas yang terjadi saat mengumpulkan data melalui kuisioner. Logika *Fuzzy* merupakan sebuah logika yang memiliki nilai keaburan dan kesamaran (*Fuzzyness*) antara benar dan salah sehingga teori logika *Fuzzy* (*Fuzzyset*) yaitu pengelompokan skor butir pertanyaan berdasarkan variable bahasa (*Linguistik Variable*) yang diintegrasikan dengan metode *Service Quality*. Dan salah satu metode lagi yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah metode pengukuran untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas pelayanan jasa yang diukur. Hasil dari

pengukuran CSI ini dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran terhadap peningkatan pelayanan kepada pelanggan.

Maka penulis memutuskan menggunakan Metode Fuzzy-Servqual dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk membantu perusahaan dalam perbaikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di Plasa Telkom Kayuagung. Dengan itu Judul yang akan penulis gunakan yaitu Perbaikan dan Peningkatan Kualitas Layanan dengan Metode *Fuzzy-Servqual* dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang didapat diangkat dari penelitian diatas adalah apakah prioritas utama yang perlu dilakukan perbaikan peningkatan kualitas pelayanan dan berapa tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Plasa Telkom Kayuagung dengan menggunakan metode *FUZZY-SERVQUAL* (*Service Quality*) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

## **1.3 Batasan Masalah**

Dilihat dari perumusan masalah diatas, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas dalam laporan ini sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai nantinya. Adapun batasan masalahnya yaitu bidang yang akan diteliti terbatas hanya pada bagian *Customer Service* IndiHome dengan menggunakan metode Fuzzy-Servqual dan *Customer Satisfaction Index*.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Plasa Telkom Kayuagung.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Mengetahui prioritas utama yang perlu dilakukan perbaikan kualitas pelayanan dalam memenuhi kepuasan pelanggan Plasa Telkom Kayuagung.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi pada pihak manajemen perusahaan tentang fasilitas dan pelayanan yang dinilai pelanggan penting dan kurang baik sehingga mempunyai pengaruh signifikan terhadap pelanggan.
2. Sebagai acuan bagi pihak perusahaan untuk melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanannya dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan.
3. Sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide-ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan bahan pertimbangan perusahaan atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

#### **1.6 Keaslian Penelitian**

Pada penelitian yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance*

*Analysis*” oleh Ary Poehandri, Sidarto, dan Winarni pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Pelanggan baru yang merupakan target PT. 88DB Indonesia cabang Yogyakarta menolak penawaran pelayanan yang diberikan dan pelanggan lama melakukan komplain serta pemutusan kontrak. PT. 88DB Indonesia cabang Yogyakarta sebaiknya melakukan evaluasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kemudian dilanjutkan dengan mengukur dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui atribut yang belum memuaskan pelanggan. Untuk mengurutkan atribut yang belum memuaskan pelanggan dilakukan pengukuran selisih tingkat kepuasan dengan tingkat kinerja dengan menggunakan metode *Service Quality*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan tetapi belum maksimal. Hal ini dapat terlihat dari hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yakni sebesar 67.93%. pada pengujian dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 9 atribut layanan yang masuk ke dalam kuadran I yang artinya ada 9 atribut yang belum memuaskan pelanggan dan pelayanannya belum maksimal. Berdasarkan pengujian dengan menggunakan metode *Service Quality* urutan perbaikan atribut dimulai dari atribut no.4 (SEO optimized pages) karena memiliki nilai negatif paling besar. Untuk bahan pertimbangan pada jurnal ini penulis jurnal menggunakan metode *Customer*

*Satisfaction Index* yang sama dengan penulis peneliti, tetapi perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti. penulis menggunakan objek penelitian di Plasa Telkom Kayuagung.

Pada penelitian yang berjudul "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Purna Jual CV. Family Menggunakan Metode Fuzzy Logig" oleh Lucky Lhaura Van FC dan Lisnawita pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan konsumen dan pengaruh tingkat pelayanan dan harga pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa percetakan berdasarkan aplikasi *Fuzzy* pada toolbox matlab 3.6.0. langkah yang dilakukan pada metode analisis yaitu 1. *Fuzzyfication* 2. *Inferensi* 3. *Defuzzy fication*. Hasil dari pengolahan data, meliputi : input terdiri dari a. Tingkat kualitas pelayanan didapat bilangan real 6,99 dengan domain [5 8] artinya variable tingkat pelayanan baik, b. Tingkat harga dengan bilangan real 65,2 dengan domain [50 80] artinya tingkat harga produk atau jasa murah. Output hanya satu yaitu tingkat kepuasan konsumen dengan bilangan real 550 yang artinya tingkat kepuasan konsumen sudah dapat dikatakan puas dengan domain [500 800]. Untuk bahan pertimbangan pada jurnal ini penulis jurnal menggunakan metode *Fuzzy* yang sama dengan penulis peneliti, tetapi perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti. penulis menggunakan objek penelitian di Plasa Telkom Kayuagung.

Pada penelitian yang berjudul "Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Fuzzy-Service Quality*" oleh Hariady Turnip,



Marihat Situmorang, dan Rosman siregar pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui puas atau tidaknya mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan yang diberikan oleh pihak universitas. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pelayanan adalah metode *Fuzzy-Service Quality* yakni untuk mengetahui Gap yang terjadi antara layanan yang diterima dan harapan mahasiswa. Dari hasil pengolahan data, diperoleh bahwa atribut layanan yang menjadi perhatian utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan kualitasnya yaitu pegawai melayani keperluan mahasiswa dengan ramah dan sopan dengan gap (-0,554), semua administrasi dilayani atau dikerjakan dengan cepat dan tepat dengan gap (-0,546), ketersediaan pihak jurusan dalam merespon dan menanggapi keluhan mahasiswa dengan gap (-0,504), kenyamanan ruangan kuliah dengan gap (-0,501), kesabaran pihak jurusan menerima keluhan dengan gap (-0,483), kondisi dan kelengkapan komputer dilaboratorium dengan gap (-0,461). Untuk bahan pertimbangan pada jurnal ini penulis jurnal menggunakan metode *Fuzzy- Service Quality* yang sama dengan penulis peneliti, tetapi perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti. penulis menggunakan objek penelitian di Plasa Telkom Kayuagung.

Pada Penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Bagian *Customer Service Representative* dan Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Servqual*” oleh Mohammad Efendi pada tahun 2019. penulis melakukan penelitian di Plasa Telkom Kayuagung, permasalahan yang ada dalam jurnal tersebut adalah ingin mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa yang

diberikan ke konsumen. Berdasarkan hasil yang telah penulis lakukan terhadap dimensi *Tangibles* mendapat tingkat kepuasan sebesar 103.4 %, dimensi *Realibility* mendapat tingkat kepuasan sebesar 99.17%, dimensi Ketanggapan mendapat tingkat kepuasan sebesar 100%, dimensi Jaminan dan Kepastian mendapat tingkat kepuasan sebesar 98.67%, dan dimensi Empati mendapat tingkat kepuasan sebesar 94.38%. Dengan hasil tersebut penulis ingin membantu perusahaan untuk meningkatkan dan memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *fuzzy-Service Quality* dan *Customer Satisfaction Index*.