

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis sekarang ini selalu dihadapkan pada perubahan teknologi informasi yang sangat pesat dengan persaingan yang sangat ketat. Dalam kondisi yang demikian hanya perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif yang tetap mampu bertahan dan mampu bersaing karena dapat menggunakan peluang untuk berkembang.

Dalam hal ini bisnis jasa telekomunikasi yang selalu berkembang pesat searah dengan perkembangan teknologi menuntut adanya pertumbuhan sarana produk jasa yang semakin bervariasi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Untuk menunjang keberhasilan bisnis jasa telekomunikasi perlu adanya usaha yang mengintegrasikan semua fungsi bisnis yang ada dalam perusahaan tersebut dan melibatkan konsumen.

Konsumen adalah obyek yang dijadikan pasar sasaran, maka sangat penting sekali bagi perusahaan untuk dapat memahami konsumen. Banyak hal yang bisa dilakukan dalam memahami kondisi pasar, salah satunya yaitu dengan mengadakan penelitian sejauhmana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan sehingga dapat menilai, mengukur kemampuan dan

menginterpretasikan keinginan dari konsumen. Kualitas jasa yang diberikan merupakan sasaran utama dari semua taktik dan strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Dan karena sasaran utama adalah perubahan perilaku, maka visi dan misi perusahaan terfokus pada konsumen, kiranya perlu perencanaan strategi dimulai dengan memahami perilaku konsumen tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

PT Telkom Tbk sebagai salah satu badan usaha milik negara yang mengelola pelayanan jasa telekomunikasi dituntut untuk lebih meningkatkan keprofesionalannya dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, karena dengan semakin majunya pembangunan ekonomi jelas akan berpengaruh pula pada semakin meningkatnya pertumbuhan bisnis industri sehingga peran telekomunikasipun semakin terasa dibutuhkan.

Permasalahan yang dihadapi PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik sangat kompleks, misalnya adanya keluhan-keluhan karena jaringan telepon yang rusak atau mati, pengaduan yang tidak segera ditangani, padahal tagihan telepon dibayar tepat waktu dalam tiap bulannya, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan konsumen. Oleh karena itu baik perusahaan milik negara maupun perusahaan swasta harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang

semakin hari semakin baik, sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, semakin jelas bagaimana pentingnya bagi PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik untuk meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mempertahankan, memperkuat serta mengembangkan usahanya, dan hal ini tergantung pada seberapa besar kepuasan yang diberikan oleh PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik kepada konsumennya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang : “Analisis Faktor-Faktor Pelayanan yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor-faktor pelayanan jasa yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik.
2. Diantara faktor-faktor pelayanan jasa yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati dan bukti fisik manakah yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan yang terdiri dari : keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati dan bukti fisik, terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis di antara faktor-faktor pelayanan tersebut manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Telkom Tbk Kancatel Gresik.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan pengetahuan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan, peneliti maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap konsumen, khususnya dalam menentukan kebijakan manajemen (dalam hal jasa pelayanan) dan atribut-atribut apa saja yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

- a. Untuk memperluas wawasan pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan analisis yang dibahas.
- b. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh dalam perkuliahan dengan keadaan sesungguhnya yang terjadi di lapangan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pembanding juga sebagai tambahan referensi bagi para penelitian selanjutnya.