

BAB I

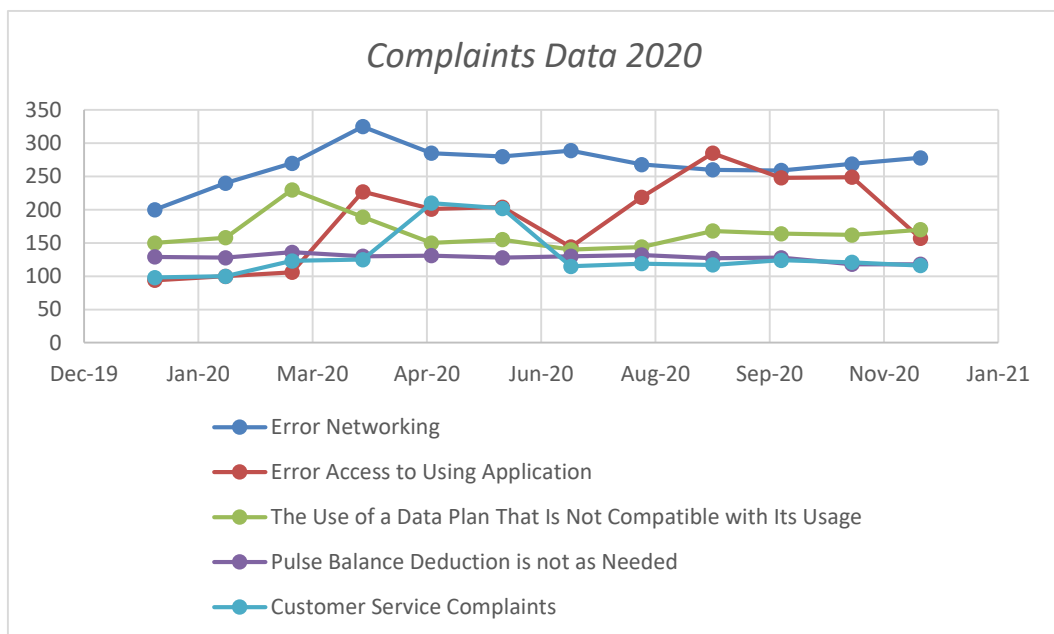
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembang pesatnya globalisasi saat ini tidak bisa dihindari, salah satunya adalah bidang teknologi. Berkembangnya dunia teknologi saat ini menjadi aspek yang berpengaruh di segala aktivitas. Salah satu contohnya yaitu perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi. Telekomunikasi mempunyai peran penting dan strategis dalam bermasyarakat. Dengan adanya teknologi dapat memudahkan komunikasi manusia untuk saling bertukar informasi jarak jauh dengan waktu yang efisien. Adanya perkembangan dan perubahan pola hidup masyarakat sekarang, maka masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, dan cepat sehingga menjadi peluang atau tantangan bagi operator layanan bidang telekomunikasi. Bagi pengguna telepon seluler sendiri tidak terbatas hanya ada di kota besar tetapi sudah sampai pelosok daerah dan semakin meningkat terus menerus dari tahun ke tahun. Pasar bisnis seluler di Indonesia terlihat sangat menjanjikan, tak heran jika pelaku bisnis seluler ini begitu agresif dalam memperebutkan pasar.

Perkembangan teknologi komunikasi membuat bertambahnya *provider* mencari strategi baru agar lebih unggul dari pesaingnya dalam hal pembaharuan *features*, peningkatan pelayanan terhadap pelanggan. Perkembangan provider penyedia jasa telekomunikasi memiliki persaingan ketat saat ini sehingga membuat banyaknya perusahaan telekomunikasi melakukan inovasi pada produk seluler untuk mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Studi kasus yang dilakukan pada penelitian ini adalah pada PT XYZ, perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan layanan telekomunikasi terdepan di Indonesia yang beroperasi di Indonesia sejak tahun 2011. Tahun 2015, produk PT XYZ berinovasi meluncurkan layanan 4G LTE *Advanced* komersial pertama di Indonesia dan di awal tahun 2016 sebagai perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang menyediakan layanan *Voice over LTE* (VoLTE) secara komersial. Sebagai salah satu

perusahaan bidang telekomunikasi PT XYZ dituntut untuk bersaing dalam dunia bisnis dengan tujuan mencapai target sesuai yang direncanakan agar perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan yang lain. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan melakukan pengembangan pada produk layanan PT XYZ untuk mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Dalam hal ini, faktanya perusahaan akan mendapatkan keuntungan apabila berhasil memberikan kepuasan pada pelanggan. Namun, dalam mempertahankan atau memberikan kepuasan pelanggan tidaklah mudah, apabila kenyataannya layanan produk kurang dari ekspektasi pelanggan maka akan terdapat keluhan pada produk tersebut (Parasuraman et al, 1985).



Gambar 1.1 Data Komplain Pengguna Tahun 2020

(Sumber: PT XYZ, 2021)

Selain itu dapat dilihat dan diamati pada diagram diatas, bahwa selama periode Januari 2020 - Desember 2020 terjadi berbagai *issue* atau keluhan pada produk PT XYZ seperti keluhan terhadap layanan *customer service*, pemakaian paket data tidak sesuai dengan penggunaan, dan adanya keluhan terkait pemotongan pulsa tidak sesuai dengan kebutuhan, serta akses penggunaan aplikasi atau jaringan yang sering terjadi *error*. Hal ini terjadi dikarenakan pelayanan pada produk tidak sesuai dengan ekspektasi penggunaannya. Keluhan tersebut didapatkan melalui hasil pegamatan dan

wawancara terhadap pihak Penanggung Jawab *Learning Development Customer Care* PT XYZ.

Menurut keterangan dari pihak *Customer Care* PT XYZ tersebut, keluhan yang terjadi seperti itu harus direspon cepat oleh Provider untuk mengembalikan kepercayaan dan menjaga keamanan dengan melakukan peningkatan kualitas produk dan pelayanan kepada pengguna sehingga pelanggan tidak beralih ke provider lain. Tetapi adanya ketidaksesuaian terhadap perbaikan pelayanan tersebut membuat perusahaan mendapatkan keluhan yang berbeda lainnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti akan melakukan analisis kepuasan pelanggan pada produk PT XYZ untuk mengetahui persepsi dan harapan pada pelayanan produk PT XYZ.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dengan Metode *Servqual* (*Service Quality*) yang terintegrasi dengan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Pada metode *Service Quality*, digunakan 6 parameter atau dimensi pada kualitas jasa di bidang telekomunikasi (*Telecommunications Service Quality*). Menurut (Davis et al., 1996) untuk telekomunikasi, dimensi kualitas yang penting adalah *availability* (ketersediaan), *reliability* (keandalan), *security* (keamanan), *flexibility/choice* (kemampuan pemilihan alternatif), *simplicity* (kesederhanaan) and *assurance* (jaminan).

Dengan menggunakan Metode *Servqual* dapat diketahui kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pelanggan. Indikator dari dimensi tersebut dilakukan perhitungan agar mendapatkan nilai gap, yang didapatkan dari selisih antara nilai persepsi dengan nilai harapan pengguna terhadap pelayanan. Sedangkan metode AHP membantu dalam memberikan bobot terhadap masing-masing kriteria indikator ataupun subkriteria dari kriteria tersebut dengan melakukan analisa perbandingan berpasangan. Kemudian dilakukan perhitungan hasil gap dari Metode *Servqual* dikalikan dengan bobot dari perhitungan *Analytical Hierarchy Process*, sehingga menghasilkan nilai *Servqual* terbobot. Bobot tertinggi yang dihasilkan akan digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka tujuan dalam metode *Service Quality* untuk mengidentifikasi layanan

yang berkualitas pada pelanggan, sedangkan metode *Analytical Hierarchy Process* sebagai alat untuk mengetahui bobot kepentingan dari dimensi dan atribut layanan. Dengan melakukan analisis kualitas menggunakan kedua metode tersebut karena dapat mengetahui indikator atau layanan atribut yang harus melakukan evaluasi sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan suatu perusahaan kepada pengguna produk PT XYZ.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa permasalahan di PT XYZ yaitu banyaknya keluhan terhadap produk PT XYZ karena kenyataan pada pelayanan kurang dari yang diharapkan, sehingga layanan dapat dikatakan mengalami penurunan (Parasuraman et al, 1985). Oleh karena itu, adanya pengukuran tingkat kepuasan dengan Metode *Service Quality* dan *Analytical Hierarchy Process* diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pelanggan (Ladyana et al, 2018), kemudian didapatkan kriteria dari kualitas pelayanan yang mempengaruhi penurunan kepuasan pada pengguna provider tersebut. Sehingga dapat dirumuskan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap pelayanan produk PT XYZ dengan Metode *Servqual* dan *Analytical Hierarchy Process*?
2. Kriteria kualitas pelayanan apa saja yang harus ditingkatkan dalam kualitas pelayanan produk tersebut menggunakan Metode *Servqual* dan *Analytical Hierarchy Process*?
3. Bagaimana menentukan bobot tertinggi pada indikator *Telecommunications Service Quality* agar menjadi prioritas perbaikan produk PT XYZ dan rekomendasi perbaikan yang dilakukan seperti apa?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Mengidentifikasi indikator kualitas pelayanan berdasarkan 6 dimensi telekomunikasi kualitas jasa.

2. Mengidentifikasi selisih ekspektasi dan persepsi (gap) masing-masing atribut dengan Metode *Servqual*.
3. Menentukan prioritas rekomendasi perbaikan melalui pembobotan dengan Metode *Analytical Hierarchy Process*.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat manfaat yang dapat diperoleh yaitu:

- 1) Bagi Peneliti :
Menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai *Service Quality* di bidang telekomunikasi serta menganalisa permasalahan yang terjadi dengan pengaplikasian dari mata kuliah yang telah dipelajari di bangku perkuliahan.
- 2) Bagi Perguruan Tinggi :
Sebagai evaluasi mengenai pembelajaran dan materi mata kuliah yang telah dijalankan selama ini, membangun relasi antara perusahaan dengan universitas, dan juga menambah keilmuan perpustakaan tentang ilmu *servqual* dalam perusahaan digital.
- 3) Bagi Perusahaan :
Adanya usulan atau saran sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya pengembangan dan meningkatkan kepuasan terhadap pelayanan

1.5. Ruang Lingkup

Agar pembahasan dapat dilakukan secara terarah dan sistematis, maka perlu dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Data didapatkan berdasarkan diskusi dengan pihak manajemen *customer service* PT XYZ.
2. Penyebaran kuesioner bagi pengguna provider PT XYZ untuk pengolahan data.
3. Responden penelitian adalah pengguna produk provider PT XYZ berjumlah 100 sesuai dengan teknik menurut Malhotra.
4. Tidak membahas keuangan
5. Penelitian ini dilakukan saat adanya *pandemic* COVID-19
6. Penelitian dilakukan pada Industri Jasa Telekomunikasi

1.6. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang yang dilakukan dalam penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan pada tugas akhir ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan dasar peneliti dalam melakukan penelitian tugas akhir. Penulisan teori tersebut bertujuan untuk mempermudah pembaca memahami konsep yang digunakan dalam penelitian. Beberapa diantaranya adalah penjelasan mengenai Kualitas Pelayanan, Metode *Service Quality*, *Analytical Hierarchy Process*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai metodologi yang akan digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan juga menggambarkan alur dari kegiatan kerangka berpikir dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini permasalahan akan dibahas dengan jelas menggunakan metode *Service Quality* dan *Analytical Hierarchy Process*. Lalu, untuk data yang digunakan didapatkan berdasarkan kuesioner yang disebarluaskan kepada masyarakat yang menggunakan produk provider dari PT XYZ dan juga penilaian yang dilakukan dari perusahaan terhadap indikator yang diajukan. Selain itu, pada bab ini dijelaskan juga rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan kepada pelanggan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjabarkan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari penelitian keseluruhan ini. Kemudian, diberikan saran ataupun rekomendasi pada penelitian selanjutnya.