

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN INTERNET TELKOMSEL SIMPATI LOOP (STUDI KASUS TELKOMSEL KOTA PALEMBANG)

Nia Oktaviani

Universitas Bina Darma.

Jl. Jend. A.Yani no 12 Palembang

Telp : (0711) 515679

E-mail : nia240486@gmail.com

Abstrak -Kebutuhan manusia untuk memperoleh informasi serta ilmu pengetahuan meningkat searah dengan semakin berkembangnya teknologi. Informasi menjadi salah satu kebutuhan pokok yang tidak bisa ditinggalkan. Era telepon selular yang merupakan media massa elektronik, khususnya Global System for Mobile communications (GSM), memang baru marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Saat ini sebagian besar telepon selular sudah support melakukan koneksi internet, dengan penawaran paket tertentu. PT. Telkomsel merupakan salah satu operator terkemuka di Indonesia yang memberikan layanan internet, Sejak Telkomsel meluncurkan LOOP pada 9 Maret 2014, brand untuk segmen youth, yang hadir dengan berbagai penawaran produk yang lebih menarik dan atraktif lewat paket Internet, layanan SmauLoop, konten digital LangitMusik, serta website loop.co.id. Kebutuhan konsumen terhadap pelayanan yang semakin meningkat menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Sehingga dalam penelitian yang diukur dengan atribut dimensi kualitas pelayanan didapatkan hasil yang akan dijadikan patokan untuk meningkatkan pelayanan oleh PT. Telkomsel Sendiri.

Kata kunci: analisis, kepuasan, layanan, internet

I. PENDAHULUAN

Seiring waktu, teknologi informasi mengalami perkembangan dengan sangat cepat, hadir teknologi informasi yang lebih inovatif, dinamis, dan memiliki manfaat secara ekonomi. Kebutuhan manusia untuk memperoleh informasi serta ilmu pengetahuan meningkat searah dengan semakin berkembangnya teknologi. Informasi menjadi salah satu kebutuhan pokok yang tidak bisa ditinggalkan. Teknologi informasi juga yang membuat perubahan terjadi dengan cepat diberbagai bidang seperti teknologi, industri, dan komunikasi membuat kita harus berpacu dengan waktu untuk dapat mengikuti serta menyesuaikan diri dengan segala perubahan yang terjadi. Untuk memenuhi kebutuhan akan informasi manusia membutuhkan yang dinamakan dengan media informasi.

Media informasi umum atau disebut juga media massa dibagi menjadi dua kategori yaitu media massa elektronik dan media massa cetak. Keduanya terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga bisa saling berinteraksi satu sama lain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target. Pada saat ini, internet merupakan media informasi yang sudah menjadi hal wajib ada setiap hari, semua informasi bisa kita dapatkan melalui internet.

Era telepon selular, khususnya Global System for Mobile communications (GSM), memang baru marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Saat ini sebagian besar telepon selular sudah support melakukan koneksi internet. Untuk bisa melakukan akses internet tersebut dibutuhkan layanan operator selular dengan penawaran paket tertentu. Semakin meningkat jumlah pengguna telepon selular sehingga tidak heran jika semakin banyak pula operator telekomunikasi seluler yang muncul di Indonesia. Sekarang sudah boleh dibilang, Indonesia memiliki lebih dari 5 operator seluler. Banyaknya operator seluler di Indonesia semakin membuat konsumen telekomunikasi membandingkan kelebihan dan kekurangan operator seluler tersebut. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk substitusi.

Di Indonesia, awal munculnya industri seluler didominasi oleh PT . Telkomsel dan PT . Indosat yang merupakan operator telekomunikasi seluler GSM (Global System for Mobile). PT. Telkomsel merupakan salah satu operator terkemuka di Indonesia yang memberikan layanan internet, sampai saat ini turut membangun laju pembangunan infrastruktur telekomunikasi. Telkomsel mempunyai 3 (tiga) layanan, yaitu layanan pascabayar (KartuHALO), layanan Prabayar (SimPATI, Kartu AS, dan Kartu Facebook), dan layanan internet nirkabel melalui jaringan telepon seluler yaitu Telkomsel Flash dan paket untuk smartphone.

SimPATI memiliki produk tersendiri, seperti SimPATI Freedom, SimPATI Loop, dan Walk With SimPATI. Pada era internet semakin banyak orang membutuhkan informasi yang cepat dengan menggunakan internet. Bisnis jasa ini sangat memberikan pengaruh yang begitu besar bagi dunia modern. Kini setiap konsumen tidak lagi hanya membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa atau pelayanan yang melekat pada produk tersebut. Kebutuhan konsumen terhadap pelayanan yang semakin meningkat menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Sehingga dapat dilihat bahwa pelayanan merupakan faktor paling penting didalam suatu dunia usaha yang bersifat jasa.

1.1. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah ada pengaruh layanan internet Simpati LOOP terhadap kepuasan pelanggan”

1.2. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui bagaimana pelayanan internet Simpati LOOP yang dimiliki oleh PT.Telkomsel.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan jasa internet Simpati LOOP terhadap kepuasan pelanggan.

1.3. Manfaat

Setelah penelitian ini dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. Telkomsel agar: Meningkatkan mutu dan kualitas layanan internet Simpati LOOP pada PT. Telkomsel sehingga konsumen tidak akan berpindah produk lain.

1.4. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami.

1.5. Metode Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:90). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan Telkomsel yang menggunakan pelayanan jasa Simpati LOOP kota Palembang sebanyak 1108 orang. Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data. Didalam penelitian ini teknik penentuan

sampel yang digunakan adalah Sampling Insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2005:96). Dalam hal ini sampel dianggap representatif dengan memiliki strata yang sama dalam memberikan jawaban yang diberikan. Sedangkan sampel berdasarkan jumlah populasi yang diambil, jumlah pelanggan telkomsel simpati LOOP tercatat hingga 31 mei 2014 adalah sejumlah 1218 orang dan diambil 10% untuk sampel dari jumlah populasi yaitu 121 orang.

Tabel.1. Karakteristik Responden

| | Jumlah Responden |
|-------------------------------|------------------|
| Status Pekerjaan : | |
| - Bekerja | 48 Orang |
| - Belum Bekerja | 73 Orang |
| TOTAL | 121 Orang |
| Golongan Umur : 15 – 20 Tahun | 75 |
| : 21 – 26 Tahun | 21 |
| : 27 – 32 Tahun | 13 |
| : 33 – 40 Tahun | 12 |
| TOTAL | 121 Orang |
| Pendidikan Terakhir : SMU | 75 |
| : D3 | 5 |
| : S1 | 20 |
| : S2 | 21 |
| : S3 | |
| TOTAL | 121 Orang |

Sumber.: Diolah dari Data Primer, 2014

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah pengisian kuisioner yang telah dibuat peneliti oleh pelanggan simpati LOOP.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Kepuasan Pelanggan

Tjiptono dan Chandra (2005), mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya, setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler, 2005)

2.2. Layanan

Menurut Gronross yang dikutip dari Ratminto dan Atik Septi Winasri (2005:2), Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang

bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1990:16) menyebut lima dimensi penting yang menentukan tingkat service quality yaitu: Tangibles, Reability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy.

2.3. Internet

Interconnection network (internet) adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung. Internet berasal dari bahasa latin "inter" yang berarti "antara". Internet merupakan jaringan yang terdiri dari milyaran komputer yang ada di seluruh dunia. Internet melibatkan berbagai jenis komputer serta topology jaringan yang berbeda. Dalam mengatur integrasi dan komunikasi jaringan, digunakan standar protokol internet yaitu TCP/IP. TCP bertugas untuk memastikan bahwa semua hubungan bekerja dengan baik, sedangkan IP bertugas untuk mentransmisikan paket data dari satu komputer ke komputer lainnya. Disamping menggunakan PC (Personal Computer), kita juga dapat mengakses Internet melalui Handphone (HP) menggunakan fasilitas yang disebut GPRS (General Packet Radio Service). GPRS merupakan salah satu standar komunikasi wireless (nirkabel) yang memiliki kecepatan koneksi 115 kbps dan mendukung aplikasi yang lebih luas (grafis dan multimedia).

III. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian data yang didapat adalah data kualitatif. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner yang respondennya adalah pelanggan Telkomsel Simpati LOOP berjumlah 121 orang. Kuisisioner terdiri dari 10 pertanyaan yang memuat 5 dimensi yaitu Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan tangibles (Philip Kotler, 1997:36). Hasil dari penyebaran kuisisioner tersebut dalam dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 2. Persepsi Pelanggan terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan

| No | Pernyataan | Jumlah Jawaban dan Persentase | | | | | Nilai | Kriteria |
|----|------------------------|-------------------------------|-------------|------|-------------|--------------------|-------|--------------------|
| | | Sangat Tidak Baik | Kurang Baik | Baik | Sangat Baik | Sangat Baik Sekali | | |
| 1 | Dimensi Reliability | - | 4 | 6 | 61 | 50 | 4,3 | Sangat Baik Sekali |
| 2 | Dimensi Responsiveness | 2 | 3 | 12 | 49 | 55 | 4,2 | Sangat Baik Sekali |
| 3 | Dimensi Assurance | 3 | 23 | 43 | 35 | 17 | 3,3 | Sangat Baik |
| 4 | Dimensi Emphaty | 3 | 6 | 7 | 63 | 42 | 4,1 | Sangat Baik Sekali |
| 5 | Dimensi Tangibles | 1 | 2 | 27 | 52 | 39 | 3,7 | Sangat Baik |

Sumber: Diolah dari Data Kuisisioner yang disebarakan, 2014

3.1. Reliability

Dari hasil analisis kepuasan pelanggan dengan layanan internet pada atribut *reliability* (kecepatan akses internet, kestabilan koneksi internet), disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian pada atribut *reliability* 4,3, ini berarti layanan internet yang diberikan oleh Telkomsel Simpati LOOP pada atribut *reliability* telah memenuhi harapan pelanggan.

3.2. Responsiveness

Dari hasil perbandingan kepuasan pelanggan dengan layanan internet pada atribut *responsiveness*. Atribut *responsiveness* (daya tangkap operator, dan daya tanggap operator / karyawan membantu konsumen yang kesulitan pada saat menggunakan internet), disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian pada atribut *Responsiveness* 4,2 ini berarti pelayanan kualitas yang diberikan oleh PT. Telkomsel Simpati LOOP pada atribut *Responsiveness* telah memenuhi harapan pelanggan.

3.3. Assurance

Dari hasil perbandingan kepuasan pelanggan dengan layanan internet pada atribut *Assurance* (pengetahuan dan kecakapan operator/karyawan membantu pelanggan menggunakan internet, layanan internet yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan), disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian pada atribut *Assurance* 3,3, ini artinya pada atribut *Assurance* cukup memenuhi harapan pelanggan.

3.4. Emphaty

Dari hasil perbandingan kepuasan pelanggan dengan layanan internet pada atribut *Emphaty* (mudah dalam menghubungi customer service dalam layanan internet yang bermasalah), disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian pada atribut *Emphaty* 4,1, ini berarti pada atribut *Emphaty* telah memenuhi harapan pelanggan

3.5. Tangibles

Dari hasil perbandingan tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan konsumen pada atribut *Tangibles* (fasilitas yang bisa didapat dengan menggunakan kartu Simpati LOOP), disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian pada atribut *Tangibles* 3,7, ini berarti atribut *Tangibles* telah cukup memenuhi harapan pelanggan.

IV. KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian kepuasan pelanggan terhadap layanan internet pada PT.Telkomsel khususnya layanan Simpati LOOP dengan lima dimensi yaitu Tangibles, Reability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty telah memenuhi harapan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.2. Saran

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan disarankan kepada pihak manajemen PT. Telkomsel hendaknya:

1. Memberikan training kepada karyawan agar keterampilan dalam melayani Pelanggan dapat lebih baik.
2. Perlu peningkatan pelayanan dalam layanan akses internet "PT. Telkomsel" agar pencitraan Layanan internet "Simpati LOOP" lebih baik lagi dimata pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Sugiyono.2005. Metode Penelitian Administrasi Negara. Bandung : Alfabeta
- [2] Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Kesebelas, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- [3] Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 005.Manajemen Pelayanan.Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- [4] Tjiptono dan chandra. (2005). Service Quality and Satisfaction. Edisi 2. Andi, Yogyakarta.

- [5] Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Leonard, L. Berry. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation*. International Edition, The Free Press, New York

Biodata Penulis

Nia Oktaviani, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom) 2008 Konsentrasi Sistem Informasi pada Universitas Bina Darma Palembang, Lulusan Magister Ilmu Komputer (M.Kom) 2012 Konsentrasi Chief Information Officer pada Universitas Bina Darma Palembang. Saat ini menjadi Dosen di Universitas Bina Darma Palembang