

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini kebutuhan seseorang akan informasi dan komunikasi semakin meningkat. PT. TELKOM sebagai salah satu badan usaha milik negara yang bergerak dalam bidang jasa dan komunikasi keberadaannya benar-benar sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam hal memenuhi kebutuhan akan informasi dan komunikasi.

PT. TELKOM sebagai perusahaan jasa, dituntut untuk mampu memberikan kualitas yang optimal dan layanan kepada konsumennya. Dalam persaingan global, agar perusahaan/organisasi dapat berkembang dan bertahan hidup, perusahaan harus mampu menghasilkan produk barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang bersaing dan pelayanan yang lebih baik pula dibanding dengan pesaing-pesaingnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan perbaikan mutu dalam semua aspek yang berkaitan dengan produk tersebut, yaitu material, tenaga kerja, promosi yang efektif dan layanan yang memuaskan Konsumen, sehingga mampu memikat konsumen yang akhirnya akan meningkatkan jumlah konsumen dan menjadi Konsumen setia.<sup>1</sup>

Layanan Konsumen meliputi berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengombinasikan mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja

---

<sup>1</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka setia, 2013), 45.

sama dengan Konsumen. Tujuannya adalah memperoleh keuntungan. Layanan Konsumen bukan sekedar bertujuan untuk melayani, namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini sudah dimulai sejak sebelum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. Layanan Konsumen yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan Konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata konsumen.<sup>2</sup>

Memahami dampak kualitas pelayanan terhadap keuntungan perusahaan dan bagaimana pengaruhnya terhadap keuangan perusahaan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Seiring perkembangan lingkungan bisnis yang ada, kualitas pelayanan dianggap sebagai sesuatu masalah yang harus diperhatikan dan diselesaikan. Beberapa penulis mengemukakan pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan. Powell menyatakan kualitas pelayanan dianggap sebagai *Pervasive Strategic Force*, sedangkan Dean dan Bowen menganggap kualitas pelayanan sebagai isu strategi yang penting dalam agenda manajemen strategi perusahaan.<sup>3</sup>

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*Perceived Service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima

---

<sup>2</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 197-198.

<sup>3</sup> Lina Anatan, *Service Excellence* (Bandung: Alfabeta, 2008), 69.

melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Karena fokus kualitas adalah kepuasan konsumen. Pada dasarnya, kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan Konsumen terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.<sup>4</sup>

Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan Konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Oleh karena itu, perhatian terhadap kepuasan konsume semakin besar dan ditingkatkan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap para Konsumennya.<sup>5</sup>

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain, Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta'ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula.

---

<sup>4</sup> M. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 45.

<sup>5</sup> Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Yogyakarta : Gava Media, 2011), 137.

Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan konsumen akan melahirkan kesetiaan konsumen/pelanggan. Sebagaimana disebutkan Allah dalam firman Nya berikut:

**فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ**

Artinya: *“maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, setidaknya kamu bersikap keras lagi berhati keras, tentulah mereka menjauh dari sekelilingmu”*. (Q.S Al imran:159)

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelayanan merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan oleh lembaga keuangan. Pelayanan diberikan kepada nasabah untuk mencapai tujuan kepuasan sehingga nasabah memberikan respon positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.

Kemudian Zeithami mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang erat diantara keseluruhan dimensi dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas Konsumen dari beberapa perusahaan, dimana konsumen biasanya menilai kualitas pelayanan berdasarkan lima komponen, yaitu : Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Rahmat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2006), 76.

**TABEL 1.1 :**  
**DATA PENGADUAN ATAU KELUHAN KONSUMEN INDIHOME**  
**PADA PT. TELKOM MERGOYOSO KOTA SURABAYA SELAMA**  
**BULAN DESEMBER-FEBUARI 2018-2019**

NO	Bulan	Jumlah pengunjung	Pengaduan/keluhan			Jumlah Pengaduan/keluhan			
			Wifi	Usee tv	Telpon	Wifi	Usee tv	Telpon rumah	Jumlah
1	Desember	2139	Gangguan Internet	Gangguan Usee Tv	Gangguan Telpon	359	218	50	620
2	Januari	2010	Gangguan internet	Gangguan usee Tv	Gangguan Telpon	230	204	38	472
3	Febuari	1981	Gangguan Internet	Gangguan Usee Tv	Gangguan Telpon	360	150	20	530
4	TOTAL	6030				949	672	108	1.442

Sumber Data: PT. Telkom pusat Mergoyoso Kota Surabaya

Dari tabel diatas terlihat bahwanya PT. TELKOM Mergoyoso selama tiga bulan terahir yaitu Bulan Desember 2018, dan Bulan Januari, Febuari 2019. Tercatat sebanyak 6030 pengunjung, diantaranya 949 pengunjung dengan keluhan gangguan Wifi, 61 pengunjung dari keluhan gangguan Usee Tv dan 672 dari pengunjung dengan gangguan Telpon rumah. Total keseluruhan pengaduan ataupun keluhan konsumen indihome kepada PT. Telkom Mergoyoso Kota Surabaya selama tiga bulan terakhir sebanyak 1.447

**TABEL 1.2**

**DATA PENGADUAN ATAU KELUHAN KONSUMEN INDIHOME  
PADA PT. TELKOM KETINTANG KOTA SURABAYA SELAMA  
BULAN DESEMBER-FEBUARI 2018-2019**

NO	Bulan	Jumlah pengunjung	Pengaduan/keluhan			Jumlah Pengaduan/keluhan			
			Wifi	Usee tv	Telpon	Wifi	Usee tv	Telpon rumah	Total
1	Desember	1356	Gangguan Internet	Gangguan Usee Tv	Gangguan Telpon	230	250	33	513
2	Januari	1980	Gangguan internet	Gangguan usee Tv	Gangguan Telpon	174	186	28	388
3	Febuari	1560	Gangguan Internet	Gangguan Usee Tv	Gangguan Telpon	278	145	49	470
4	TOTAL	4.896				655	561	106	1.371

Sumber Data: PT. Telkom Ketintang Kota Surabaya.

Dari tabel diatas terlihat bahwanya PT. TELKOM Ketintang selama tiga bulan terahir yaitu Bulan Desember 2018, dan Bulan Januari, Febuari 2019. Tercatat sebanyak 4896 pengunjung. diantaranya 655 pengunjung dengan keluhan gangguan Wifi, 561 pengunjung dari keluhan gangguan Usee Tv dan 106 dari pengunjung dengan gangguan Telpon rumah. Total keseluruhan pengaduan ataupun keluhan konsumen indihome kepada PT. Telkom Ketintang Kota Surabaya selama tiga bulan terakhir sebanyak 1.371

Dari kedua data tabel di atas dapat diketahui bahwasanya jumlah pengaduan ataupun keluhan konsumen Indihome terhadap PT. Telkom

Mergoyoso dan P.T Telkom Ketintang sama-sama mengalami peningkatan dan penurunan disetiap bulanya, Telkom Ketintang lebih sedikit jika dibandingkan dengan Telkom mergoyoso, PT. Telkom Ketintang tercatat sebanyak 4896 pengunjung, selama tiga bulan terakhir diantaranya 682 pengunjung dengan keluhan gangguan Wifi, 561 pengunjung dari keluhan gangguan Usee Tv dan 106 dari pengunjung dengan gangguan Telpon rumah. Total keseluruhan pengaduan ataupun keluhan konsumen indihome kepada PT. Telkom Ketintang Kota Surabaya selama tiga bulan terakhir sebanyak 1.371. Sedangkan PT. Telkom Mergoyoso dilihat dari tabel diatas Lebih banyak dengan jumlah pengunjung 6030 pengunjung, diantaranya 949 pengunjung dengan keluhan gangguan Wifi, 672 pengunjung dari keluhan gangguan Usee Tv dan 61 dari pengunjung dengan gangguan Telpon rumah. Total keseluruhan pengaduan ataupun keluhan konsumen indihome kepada PT. Telkom Mergoyoso Kota Surabaya selama tiga bulan terakhir sebanyak 1.447. Dapat disimpulkan bahwasanya Telkom pusat Mergoyoso Kota Surabaya mengalami Fluktasi masi adanya pengaduan dan keluhan dari konsumen indihome dimana dapat dijadikan indikator bahwa ada ketidakpuasan dari konsumen indihome hal ini dikarenakan sebagai berikut:

1. Setiap pelaporan gangguan responnya lambat, ada juga yang responya cepat tapi pengerjaannya lama.
2. Apalagi sekarang ada projek dari telkom, buat konsumen yang masih menggunakan jaringan kabel tembaga akan digantikan dengan kabel fiber optik yang menggunakan jaringan yang modernisasi dan teknologi yang semakin berkembang.
3. Pengerjaan telkom terlalu banyak dan lebih memfokuskan pekerjaan modernisasi, karena persaingan dijejaringan internet semakin banyak.

4. Seperti faktor cuaca yang buruk dan terjadi kerusakan pada kabel ke koneksi wifi yang lambat. Sehingga membuat konsumen merasa terganggu ketika menggunakan jaringan internet dan menghambat aktifitas konsumen yang sedang menggunakan internet sehingga konsumen merasa kurang puas.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT. TELKOM MERGOYOSO KOTA SURABAYA, yang bertempat di Jl. Margoyoso No. 1-3 Kota Surabaya bagian Utara. dengan mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PT. TELKOM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME (Studi Kasus PT. Telkom Pusat Margoyoso Kota Surabaya ”.**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah pada :

1. Bagaimana kualitas pelayanan PT. TELKOM Pusat Mergoyoso Kota Surabaya?
2. Bagaimana kepuasan konsumen indihome PT. TELKOM Pusat Mergoyoso Kota Surabaya ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen indihome PT. TELKOM Pusat Mergoyoso Kota Surabaya.

## **C. Tujuan Penelitian.**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan PT. TELKOM Pusat Mergoyoso Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen indihome PT. TELKOM Pusat Mergoyosa Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen indihome PT. TELKOM Pusat Mergoyoso Kota Surabaya

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Bagi Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat mengetahui kualitas pelayanan pada perusahaan yang mampu bersaing untuk mencapai keunggulan yang kompetitif, dan menambah pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen indihome atau Konsumen.

##### 2. Bagi Lembaga (PT. TELKOM)

Berdasarkan hasil penelitian, PT. TELKOM dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT. TELKOM terhadap kepuasan konsumen indihome dapat melakukan evaluasi agar kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen lebih maksimal yang kemudian akan berdampak secara langsung atau tidak terhadap pendapatan, jumlah konsumen dan perkembangan PT. TELKOM.

##### 3. Bagi Akademik

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi tentang penerapan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan sebagai khasanah ilmu pengetahuan.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang selanjutnya diuji kebenarannya sesuai dengan model analisis yang cocok. Hipotesis penelitian dirumuskan atas dasar kerangka pikiran yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.<sup>7</sup>

Hipotesis kerja atau disebut hipotesis alternatif disingkat dengan  $H_a$ . Hipotesis kerja adanya hubungan antara variabel X dan Y atau adanya pengaruh antara 2 kelompok, yakni antara variabel independen dan variabel dependen. Hipotesis nol disingkat dengan  $H_o$ . Hipotesis nol menyatakan tidak adanya hubungan antara 2 variabel. Maka berdasarkan pengertian diatas, hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

1.  $H_a$  : ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan PT. TELKOM terhadap kepuasan konsumen indihome.
2.  $H_o$  : tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan PT. TELKOM terhadap kepuasan konsumen indihome.

#### **F. Asumsi Penelitian**

---

<sup>7</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta : Teras, 2009), 88.

Asumsi penelitian adalah anggapan-anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan asumsi bahwa terdapat korelasi antara kualitas pelayanan PT. TELKOM terhadap kepuasan konsumen indihome, dengan asumsi bahwa sebagai perusahaan jasa maka PT. TELKOM harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya sehingga Konsumen akan merasakan kepuasan. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel X yang merupakan kualitas pelayanan dan variabel Y yang merupakan kepuasan konsumen indihome.

#### **G. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang terdahulu sehingga tidak terjadi plagiasi (penjiplakan) karya dan mempermudah fokus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. Skripsi yang ditulis oleh DWI RAHAYUNINGRUM mahasiswa STAIN Kediri prodi ekonomi islam 2011. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dipegadaian Syariah Cabang Kediri”, didalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah serta faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah cabang Kediri.
2. Skripsi yang ditulis oleh ANA KHOIRUN NISAK mahasiswa STAIN Kediri 2011 dengan judul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

---

<sup>8</sup> Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Kediri : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, 2013), 71.

Loyalitas Nasabah Di BMT Rahmat Semen Kediri”. Dalam Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BMT rahmat semen Kediri.

3. Skripsi yang ditulis oleh MIFTAHUL AMILIN mahasiswa STAIN Kediri 2015 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Koperasi. Dalam penelitian ini membahas dari kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan kepuasan konsumen koperasi syariah serba usaha harum dhaha terhadap yang diberikan dengan hasil bahwa penelitian ini signifikan, yang artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen koperasi syariah serba usaha Harum Dhaha Kediri.

Dari yang terdahulu penelitian diatas terfokus kepada kualitas pelayanan yang ada dimasing-masing instansi, perbedaan penelitian diatas terhadap peneliti saat ini adalah terletak pada objek yang diteliti dan variabel yang diteliti.