

ANALISIS KUALITAS LAYANAN PT. TELKOM KANDATEL MAKASSAR

Fitriany*)

Abstract : *The aim of the study was to analyze the quality of interaction, quality of physical environment, and quality of product affecting the customer's satisfaction of PT Telkom Kandatel in Makassar and the most dominant service quality affecting the customer's satisfaction. The analysis used in the study was descriptive and multiple linear regression. The results of the study indicate that quality of interaction, quality of physical environment, and quality of product simultaneously affect the customer's satisfaction. Partially, quality of product is the most dominant factor affecting the customer's satisfaction of PT. Telkom Kandatel in Makassar.*

Keywords : *Quality of Service*

PENDAHULUAN

Tuntutan kualitas layanan diperlukan dan dibutuhkan oleh masyarakat saat ini menggambarkan pentingnya kualitas layanan dalam bentuk kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil. Ini diperlukan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, termasuk salah satunya adalah PT. Telkom yang saat ini berupaya untuk memberikan kualitas layanan yang memuaskan pelanggan sebagai wujud dalam menanamkan loyalitas pelanggan dari pesaing-pesaing lainnya yang bergerak dalam bidang telekomunikasi.

Lingkungan bisnis telekomunikasi mengalami perubahan yang sangat cepat dan *turbulence*, baik dari sisi teknologi, regulasi, pasar maupun persaingan. Dari sisi teknologi, munculnya konvergensi digital yang ditandai oleh “bersatunya” teknologi pengolahan data (*computing*), teknologi *content* dan teknologi telekomunikasi menjadikan bisnis telekomunikasi semakin “marak” dan menarik para investor.

Sisi regulasi, ditandai dengan munculnya Undang-Undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, menghapus monopoli bisnis telekomunikasi yang selama ini dinikmati oleh PT. Telkom.

Akibat pembukaan pasar di industri ini, iklim kompetisi tersebut jelas akan memunculkan operator-operator baru sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi dengan strategi yang semakin canggih. Operator-operator baru tersebut baik berasal dari dalam maupun luar negeri, yang secara langsung akan mengancam bisnis PT. Telkom.

Sisi pasar terlihat banyaknya operator (penyelenggara telekomunikasi) telah memicu kecenderungan semakin meningkatnya *bargaining positioning* pelanggan di mata operator. Dengan kecenderungan ini, para operator harus semakin fokus kepada pelanggan dan harus mampu meningkatkan pelayanan.

Pengukuran terhadap kualitas layanan produk disesuaikan dengan variabel yang mendukung kualitas layanan tersebut terdiri dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil,

Wujud kualitas lingkungan fisik perlu ditunjukkan di dalam memenuhi layanan paripurna agar setiap pelanggan merasakan bentuk layanan yang diberikan oleh PT. Telkom. Layanan tersebut berupa *ambient condition* (kondisi terkendali), desain dan faktor sosial layanan yang diberikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Wujud kualitas hasil adalah suatu kegiatan layanan yang diberikan kepada pelanggan tanpa harus mengorbankan durasi waktu yang lama dalam kegiatan layanan, bukti fisik layanan akses yang cepat dan tingkat valensi atau kesan layanan yang diterima tidak menimbulkan adanya kritikan dan ketidakpuasan atas bentuk pelayanan hasil yang ditunjukkan.

Ketiga wujud nyata ini menjadi fakta yang perlu dipertimbangkan bagi pihak pengambil keputusan pada PT. Telkom dalam menentukan kualitas layanan PT. Telkom untuk dapat mempertahankan kepuasan pelayanan yang telah diterima oleh pelanggan agar tidak mengalami penurunan yang tidak sesuai dengan harapan dari kenyataan yang diperoleh, yang akhirnya pelanggan menumbuhkan loyalitas dari

kualitas layanan PT. Telkom Kandatel Makassar.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di Kota Makassar pada PT. Telkom Kandatel Makassar. Lama penelitian diperkirakan selama 3 (tiga) bulan mulai Januari sampai Maret 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Pasca Bayar pada PT. Telkom Kandatel Makassar yang teregistrasi Januari – Maret 2015 sebanyak 4.500 orang pelanggan.

penarikan sampel secara purposive dapat diambil 10%, 15% dan 20%, sesuai kebutuhan penelitian. Lebih jelasnya dilihat rincian sebagai berikut:

1. Dealer	Populasi = 225 orang	10% = 23 orang
2. Sub Dealer	Populasi = 320 orang	10% = 32 orang
3. Outlet Dealer	Populasi = 210 orang	10% = 21 orang
4. Plaza Telkom	Populasi = 175 orang	10% = 18 orang
5. Plaza Bebas	Populasi = 170 orang	10% = 17 orang
	Jumlah = 1.100 orang	10% = 110 orang

Jadi besar sampel penelitian adalah 110 Responden.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Wawancara, Observasi, Studi dokumentasi, Penyebaran kuesioner

Metode Analisa Data

1. Analisis Kualitatif Deskriptif
Menganalisis data kualitatif yang telah diperoleh melalui wawancara, kuesioner dan dokumentasi.
2. Analisis Regresi Linier Berganda
Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_i$$

Dimana:

Y= Tingkat Kepuasan Pelanggan

X₁= Kualitas Interaksi

X₂= Kualitas Lingkungan Fisik

X₃= Kualitas Hasil

β₁-β₃= Koefisien Regresi (Parameter)

β₀= Konstanta (Intercept)

ε_i= Faktor Kesalahan

Untuk mendapatkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, maka akan dilakukan **Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji-F)** untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan **Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji-t)**, untuk mengetahui

adanya pengaruh variabel independen terhadap dependen secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

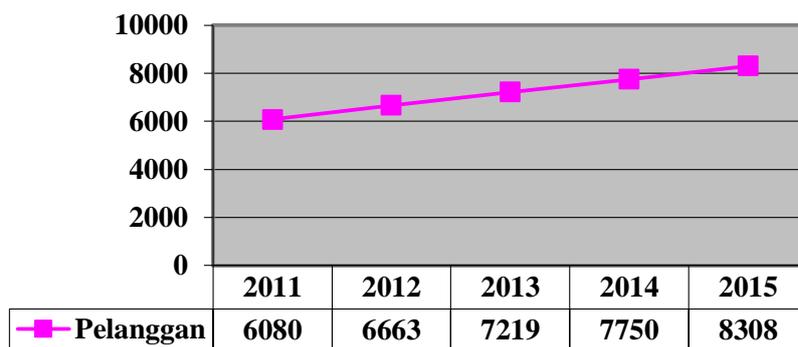
Data Jumlah Pelanggan PT. Telkom Kandatel Makassar

Lingkungan bisnis telekomunikasi mengalami perubahan yang sangat cepat dan *turbulence* baik dari sisi teknologi pasar maupun persaingan. Dari sisi pasar, dengan banyaknya operator penyelenggara telekomunikasi memicu kecenderungan semakin meningkatnya *bargaining position* pelanggan di mata operator.

Jumlah pelanggan PT. Telkom mencapai 9.5 juta secara menyeluruh,

dan untuk area pelayanan DIVRE VII total LIS (*line in service*) hanya sebanyak 720.120 sst dan untuk pelanggan Telkom pasca bayar baru mencapai 37.318 sst (20015). Tahun 2015 diprediksi terjadi peningkatan jumlah pelanggan dengan pertumbuhan sebesar 35%, sehingga jumlah pelanggan akan mencapai angka 1.947.792 pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa *trend* perkembangan layanan telekomunikasi pada abad 21 ini telah bergeser dari produk layanan telepon jaringan tetap berbasis *wireline* menuju ke jaringan *wireless*. Lebih jelasnya ditunjukkan trend jumlah pelanggan PT. Telkom pada gambar grafik dibawah ini:

Trend Jumlah Pelanggan PT. Telkom Tahun 2011 – 2015



Sumber: PT. Telkom Kandatel Makassar, 2015

Analisis Kualitas Layanan Telkom Pada PT. Telkom Kandatel Makassar sesuai dengan variabel penelitian yang diteliti dengan melihat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu kualitas layanan yang terdiri dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil terhadap kepuasan pelanggan. Lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas Interaksi terhadap Kepuasan Pelanggan

Kenyataan pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak karyawan

PT. Telkom Kandatel Makassar dalam memberikan kualitas layanan interaksi selama ini yang diterapkan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui kualitas layanan interaksi sesuai sikap, perilaku dan keahlian yang diterima oleh pelanggan PT. Telkom Kandatel Makassar.

Bentuk konkrit kualitas layanan interaksi yang sesuai dengan sikap yang didapat oleh pelanggan sebagai temuan penelitian yaitu pelayanan yang komunikatif, pelayanan yang terakses oleh customer service dan sikap yang ditunjukkan oleh para

sales promotion sangat komunikatif dalam memberikan layanan interaksi kepada pelanggannya.

Bentuk kualitas layanan interaksi ini juga dapat diwujudkan dengan menunjukkan kemampuan di dalam memberikan layanan sesuai tingkat keahlian yang dimiliki para karyawan atau sales promotion dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas interaksi dari produk Telkom perlu lebih ditingkatkan lagi dengan memberikan pelayanan yang lebih komunikatif, menyiapkan petugas customer care guna melayani kebutuhan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan dari para sales promotion dengan menunjukkan sikap yang lebih ramah dalam melayani pelanggan, memberikan penjelasan yang lebih jelas kepada pelanggan dan senantiasa memperkenalkan keunggulan produk Telkom kepada semua kalangan.

2. Kualitas Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

PT. Telkom Kandatel Makassar berupaya memberikan kualitas lingkungan fisik sesuai dengan wujud pelayanan yang biasa diterapkan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan. Wujud kualitas lingkungan fisik tersebut berupa *ambient condition*, desain dan faktor sosial.

Selain itu diterapkan desain lingkungan fisik layanan Telkom untuk kepuasan pelanggan. PT. Telkom Kandatel Makassar dalam memberikan kualitas pelayanan lingkungan fisik berdasarkan *ambient condition* dan desain, juga memberikan pelayanan lingkungan fisik yang sesuai dengan kebutuhan sosial pelanggan.

3. Kualitas Hasil terhadap Kepuasan Pelanggan

PT. Telkom Kandatel Makassar di dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, berupaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan melalui kualitas hasil berkaitan dengan waktu tunggu/antrian, faktor fisik dan valensi. Hal ini menjadi penting di dalam menentukan kualitas pelayanan dari hasil layanan yang diterima pelanggan.

PT. Telkom Kandatel Makassar, dalam memberikan kualitas pelayanan sesuai kualitas hasil, berupaya untuk memberikan hasil layanan yang sesuai dengan faktor fisik. Faktor fisik yang menjadi penyebab suatu aktivitas tidak lancar yang memakan waktu panjang atau lama yang dapat menimbulkan adanya pelayanan yang tidak berkualitas atau menyebabkan terjadinya pelayanan yang tidak memuaskan. Kualitas pelayanan berdasarkan kualitas hasil pelayanan yang sesuai dengan faktor fisik,

PT. Telkom Kandatel Makassar, juga berupaya dalam memberikan pelayanan yang berkesan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan ini disebut valensi.

Uraian-uraian di atas terkait dengan teori yang mendukung yaitu teori yang dikemukakan Brady dan Cronin menyebutkan adanya tiga unsur model pelayanan. Kualitas layanan adalah suatu model pelayanan yang diterima pelanggan berdasarkan adanya hubungan interaksi, terciptanya lingkungan fisik dan berorientasi tujuan. Dasar pemikiran ini berkembang menjadi suatu model yang disebut :

- 1) Model Kualitas Interaksi yaitu suatu model yang diperkenalkan dalam memberikan suatu pelayanan yang berkualitas yang dapat menggugah sikap, perilaku dan kemampuan

- (keahlian) dalam memberikan bentuk pelayanan yang memuaskan.
- 2) Model Kualitas Lingkungan Fisik yaitu suatu model pemberian pelayanan sesuai dengan kondisi kenyataan fisik berdasarkan kondisi yang stabil (*ambient condition*) sesuai desain fisik (*physical design*) dan adanya kondisi lingkungan sosial (*environment social*).
 - 3) Model Kualitas Hasil yaitu suatu model pemberian pelayanan yang diterima berdasarkan hasil yang tepat berdasarkan durasi waktu, kenampakan fisik yang nyata dan valance (memberi kesan).

Ketiga model ini merupakan suatu model yang dapat diterapkan dalam berbagai bentuk kegiatan layanan baik layanan produk maupun layanan jasa. Efek yang ditimbulkan dari model kualitas ini adalah menumbuhkan adanya tingkat interaksi dengan pelanggan, perbaikan kondisi lingkungan fisik yang mendukung dan orientasi tujuan hasil menjadi target penting dalam mengembangkan dan menetapkan suatu kegiatan layanan.

KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian sesuai dengan temuan dan aplikasinya, maka disimpulkan:

1. Secara simultan kualitas layanan yang terdiri dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan PT. Telkom, sesuai dengan aplikasi berupa sikap, perilaku dan keahlian untuk kualitas interaksi dalam memberikan kepuasan pelayanan. *Ambient condition*, desain dan faktor sosial untuk kualitas lingkungan fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Telkom Kandatel Makassar.

2. Secara parsial kualitas hasil yang dominan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kualitas layanan hasil berupa waktu layanan dalam antrian, faktor fisik (pelayanan fisik) dan kesan yang dirasakan pelanggan Pada PT. Telkom Kandatel Makassar.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, selanjutnya akan disarankan sebagai masukan kepada pihak yang berkompeten pada PT. Telkom Kandatel Makassar dalam menerapkan kualitas layanan PT. Telkom yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, untuk itu disarankan:

1. Di masa akan datang, seyogyanya Pimpinan PT. Telkom Kandatel Makassar lebih tegas lagi dalam memberikan kualitas layanan, sehingga kepuasan pelanggan atas kualitas layanan baik kualitas interaksi, lingkungan fisik maupun kualitas hasil dapat terpenuhi, dan para pelanggan dapat menunjukkan loyalitasnya dalam penggunaan Fasilitas Jasa Telkom.
2. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar kualitas layanan terus dipertahankan dan ditingkatkan dengan mencari solusi yang tepat dengan mengedepankan segala bentuk pelayanan kualitas interaksi, pelayanan kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil atas PT. Telkom.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep. D., 2001. *Pelayanan Prima*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Brady and Cronin, 2001. *Perceived Service Quality*. McGraw-Hill Companies, Inc., USA. (Diterjemahkan oleh Purwoko).

- Dekker, A. Steven, 2001. *Measure Service Quality: Reexamination and Extension*. Journal of Marketing. Vol. 56. July, 55-68. (Diterjemahkan oleh Sutanto).
- Engel, James, 1990. *Satisfaction; A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw Hill Companies Inc., USA. (Diterjemahkan oleh Purwoko).
- Fitzsimmons, James A., 2004. *Service Management for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Book, Co., Singapore. (Diterjemahkan oleh Zainal Abidin).
- Gaspersz, Vincent, 2003. *Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gordon, C. Davis, 2004. *Service Quality and Service*. Published by Ohio University, USA. (Diterjemahkan oleh Sutanto).
- Oemi, 1995. *Measuring Customer Satisfaction; Survey Design, Use and Statistical Analysis Methods*. ASQ Quality Press, Wisconsin, USA. (Diterjemahkan oleh Purwoko).
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York. (Diterjemahkan oleh Sutanto).
- Peter, J.H., 2003. *Service Management in Managing The Image*. Trisakti University, Jakarta.
- Purwoko, Bambang, A., 2000. *Asocial Security Highlight in Indonesia: An Economic Perspective*. Komunika Jaya Pratama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2003. *Konsep Pengukuran Kepuasan Pelanggan*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Stemvelt, Robert C., 2004. *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts. (Diterjemahkan oleh Purwoko).
- Syamsuddin, 1999. *Efektifitas Pelayanan dalam Kepuasan Pelanggan*. Harvarindo, Jakarta.
- Tirtomulyo, Abadi, 1999. *Peningkatan Kepuasan Pelanggan dalam Tinjauan Pemasaran Jasa*. Penerbit Rajawali Press, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1999. *Kepuasan Pelanggan dalam Pelayanan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Umar, Husein, 2001. *Metodologi Penelitian Pemasaran*. Penerbit Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Yun, C.Z., Yong, Y.W., Loh, L., 2003. *The Quest for Global Quality*. Pustaka Delapratasa, Jakarta. (Diterjemahkan oleh Sutanto).
- Zeithaml, Bitner, 2002. *The Concept of Customer Satisfaction*. The McGraw-Hill Companies. Inc. USA. (Diterjemahkan oleh Purwoko).
- *) Penulis adalah Dosen Tetap Yayasan pada STIE Nobel Indonesia Makassar**