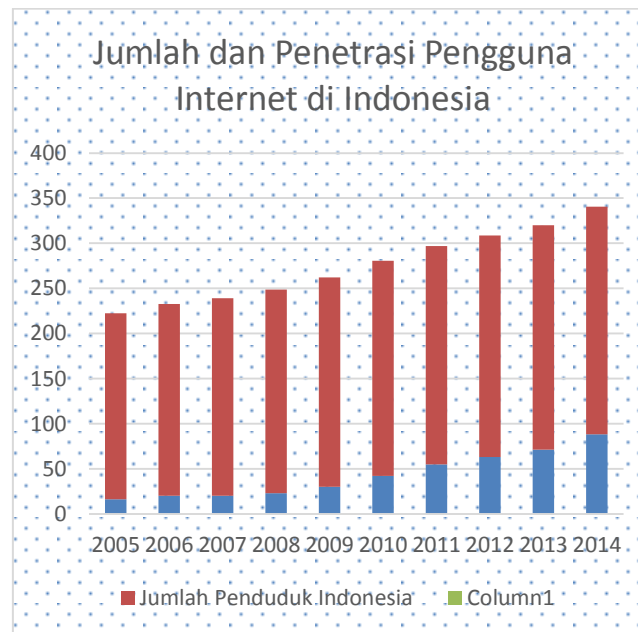


Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Pertumbuhan akses internet di Indonesia sangat pesat, diawali dengan masuknya internet ke Indonesia sekitar tahun 1994. Pengguna Internet di Indonesia mencapai 206,3 juta pengguna atau 7.8% dari tahun sebelumnya hingga di tahun 2014 terus meningkat hingga mencapai 252,4 juta pengguna atau mengalami peningkatan penetrasi hingga 34.9% (APJII,2014).



Gambar I.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

(Sumber: APJII, 2014)

Berdasarkan gambar I.1. pertumbuhan penduduk yang menggunakan internet semakin meningkat dari tahun ke tahun dan diperkirakan akan terus meningkat pada tahun 2015. Banyaknya pengguna internet tersebut diiringi dengan semakin banyaknya perusahaan penyedia jasa internet yang tersebar di Indonesia. Hingga saat ini sudah banyak perusahaan besar yang menyediakan jasa internet di Indonesia, menurut Kominfo, (2015) tercatat sebanyak 244 perusahaan jasa penyedia layanan internet yang tersebar diseluruh Indonesia. Kawasan *Telkom University* memiliki 2 penyedia jasa layanan internet yang sering digunakan oleh mahasiswa yaitu PT.XYZ dan PT.ABC. PT.XYZ berdiri pada tanggal 1 Juli 2013 oleh salah satu *ex-owner* PT.ABC. *Ex-owner* tersebut memutuskan untuk berpisah (pecah kongsi) karena adanya perbedaan visi.

Agar dapat bersaing dengan PT.ABC yang sudah menyediakan jasa internet terlebih dahulu, PT.XYZ harus berupaya untuk menjamin kualitas pelayanannya sebagai penyedia jasa internet (ISP) yang memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver, 1980). Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml e. a., 1996). Dari kedua hal tersebut dapat diketahui bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Apabila kualitas layanan perusahaan dianggap buruk oleh pelanggan, maka akan menimbulkan ketidakpuasan akan layanan tersebut dan berdampak kehilangan terhadap loyalitas pelanggan.

Untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan pada PT.XYZ, dilakukan survey pendahuluan terhadap 15 responden. Menurut Ulrich & Eppinger (1990) wawancara dapat dilakukan secara berurutan dan dapat dihentikan ketika tidak ada kebutuhan baru yang diperoleh dari wawancara tambahan. Pelanggan yang dipilih adalah pelanggan utama (*lead users*), yaitu pelanggan yang masih aktif menggunakan layanan. Tabel I.1. dibawah ini merupakan hasil survey pendahuluan terhadap keluhan pelanggan.

No	Keluhan Pelanggan	Tanggapan PT.XYZ
1.	Koneksi yang tidak stabil (faktor cuaca atau <i>server down</i>)	Fasilitas layanan seperti koneksi internet sering terputus karena sinyal yang buruk diakibatkan oleh faktor cuaca atau <i>server down</i>
2.	Kecepatan internet yang lambat	Lambatnya kecepatan internet dapat disebabkan karena <i>IP Conflict</i> , kabel <i>port</i> yang longgar, atau akibat cuaca buruk dapat mengganggu jalannya koneksi data dan sinyal internet.
3.	Penanganan keluhan <i>customer</i> lambat	Perusahaan sudah memfasilitasi banyak media untuk menampung keluhan seperti via email, line, atau sms langsung ke nomer kantor. Namun kebanyakan keluhan disampaikan melalui line, maka dari itu memakan waktu yang lama untuk membalas pesan pelanggan satu persatu.

4.	Sulit untuk login kedalam <i>website</i> (halaman login PT.XYZ)	Penyebab faktor cuaca atau sinyal yang buruk juga berdampak terhadap sulitnya untuk bisa masuk kedalam <i>website</i> (halaman login PT.XYZ)
6.	Sering terjadi kerusakan pada perangkat pengguna (port kabel)	Hal tersebut terjadi karena perusahaan menggunakan port kabel yang sudah tidak layak pakai selain itu PT.XYZ tidak melakukan maintenance rutin pada setiap pelanggannya sehingga port kabel yang digunakan oleh pengguna rentan rusak atau salah dalam pemasangan port kabel sehingga internet tidak dapat terhubung/diakses.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan pada tabel I.1. diatas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa keluhan pelanggan terhadap jasa yang telah diberikan terhadap harapan pelanggan (*perceived service*) oleh PT.XYZ. Keluhan pelanggan tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap kualitas layanan pada PT.XYZ. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa (Tse, 1988). Dari pernyataan tersebut dan berdasarkan tabel I.1. dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan pada PT.XYZ masih belum memenuhi kepuasan pelanggannya.

Oleh karena itu, dalam menghadapi hal tersebut pihak PT.XYZ perlu menyusun strategi untuk meningkatkan perbaikan kualitas pelayanan yang membantu dalam peningkatan kepuasan pelanggan dengan menggunakan model *Service Quality*. Serta menyusun prioritas perbaikan yang seharusnya diberikan kepada *customer* dengan menggunakan model Kano.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka diperlukan penelitian untuk dapat membantu PT.XYZ dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan Integrasi model *Service Quality* dan Kano. Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja atribut kebutuhan kualitas layanan internet yang sesuai untuk PT.XYZ berdasarkan dimensi *Service Quality*?

2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap atribut layanan internet PT.XYZ menggunakan *Service Quality*?
3. Bagaimana klasifikasi atribut kebutuhan layanan internet PT.XYZ pada kategori Kano?
4. Apa saja atribut kebutuhan pelanggan terhadap layanan PT.XYZ yang perlu ditingkatkan?
5. Bagaimana rekomendasi perbaikan untuk mengembangkan layanan PT.XYZ yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan kualitas layanan internet bagi PT.XYZ
2. Mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan PT.XYZ menggunakan *Service Quality*
3. Mengklasifikasikan atribut kebutuhan berdasarkan kategori Kano pada PT.XYZ
4. Mengidentifikasi atribut kebutuhan pelanggan yang perlu ditingkatkan
5. Merumuskan rekomendasi perbaikan untuk mengembangkan layanan untuk PT.XYZ.

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat bagi PT.XYZ adalah memberikan usulan atau rekomendasi agar dapat mengoptimalkan kualitas pelayanan kepada pelanggan untuk dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya
2. Memberikan referensi bagi mahasiswa lain apabila ingin melakukan penelitian terkait perbaikan kualitas pelayanan pada perusahaan penyedia jasa layanan internet

I.5 Batasan Penelitian

Agar terfokus pada tujuan yang telah disebutkan sebelumnya, maka diperlukan batasan penelitian. Adapun batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian tidak sampai tahapan implementasi dari rekomendasi yang akan diterapkan

2. Apabila terdapat biaya dalam usulan perbaikan kualitas pelayanan, tidak perlu diperhitungkan pada penelitian ini
3. Data rekap pengguna PT.XYZ pada penelitian ini merupakan data pada tahun 2015.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bagian kedua membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, dan mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, menyusun kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, melakukan uji instrumen, merancang analisis pengolahan data.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini menjelaskan mengenai tahapan dalam pengumpulan data kuesioner Service Quality dan kuesioner Model Kano. Setelah diperoleh semua data yang diperlukan, dilakukan pengolahan data menggunakan rumus NKP dan tabel evaluasi Model Kano.

Bab V Analisis Data

Pada bab ini dijelaskan mengenai analisis dari hasil pengolahan data yang diperoleh dari Bab IV. Analisis tersebut berdasarkan keluhan pelanggan dan tanggapan dari perusahaan. Pada bab ini juga diberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produknya.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini meliputi kesimpulan dari hasil penelitian pada pengolahan data dan analisis. Pada bab ini juga diberikan saran bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.