

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, PT. Telkom Indonesia, Tbk berperan sebagai objek penelitian. Hal ini didasarkan pada latar belakang penelitian dan tujuan dari penulis ketika memutuskan untuk melakukan penelitian ini. Berikut adalah gambaran singkat mengenai objek penelitian.

1.1.1 Sekilas Tentang PT. Telkom Indonesia. Tbk

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di negara ini. Dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI), New York *Stock Exchange* (NYSE), London *Stock Exchange* (LSE) dan *public offering without listing* (POWL) di Jepang.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk biasa disebut Telkom Indonesia atau Telkom adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia.

Pada tahun 1882, sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf berdiri. Pada tanggal 23 Oktober 1856, pengoprasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta dengan Bogor dilakukan. Pada tahun 2009 momen tersebut dijadikan sebagai hari lahir Telkom.

Pada tahun 1961, terjadi perubahan status menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965 dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Pada tahun 1974, PT Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Pada tahun 1991 Perumtel berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia. Memasuki abad ke-21, pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor Telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi monopoli. Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "New Telkom" yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan.

1.1.2 Logo PT. Telkom Indonesia. Tbk



Sumber : <http://telkomspeedy.com>

Gambar 1.1
Logo PT. Telkom Indonesia, Tbk

Makna warna pada logo PT Telekomunikasi Indonesia Tbk :

1. Warna merah artinya berani, cinta, energi dan ulet, warna merah mencerminkan *spirit* Telkom yang selalu optimis dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
2. Warna putih berarti suci, damai, cahaya dan bersatu, yang mencerminkan *spirit* Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
3. Warna hitam merupakan warna dasar kemauan keras
4. Warna abu-abu merupakan merupakan warna transisi melambangkan teknologi.

1.1.3 Visi, Misi, Tujuan PT. Telkom Indonesia. Tbk

Pada suatu instansi baik swasta maupun pemerintahan pastinya memiliki suatu visi dan misi yang akan mengarahkan suatu instansi tersebut agar tidak keluar dari jalur yang seharusnya. Berikut visi dan misi dari PT Telkom Indonesia, Tbk.

a. Visi

“Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan TIME di kawasan regional.”

b. Misi

1. Menyediakan layanan TIME (Telekomunikasi, Informasi, Media, dan *Edutainment*) yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

c. Tujuan

Menjadi posisi terdepan dengan memperkokoh bisnis *legacy* dan meningkatkan bisnis *new wave* untuk memperoleh 60% dari pendapatan industri pada tahun 2015.

1.1.4 Produk PT.Telkom Indonesia. Tbk

PT. Telkom Indonesia.Tbk memiliki banyak anak perusahaan dan berbagai produk yang ditawarkan.Salah satu produk unggulan Telkom adalah Telkom Speedy.Speedy merupakan produk dari Telkom Indonesia berupa layanan akses internet berkualitas tinggi bagi rumah tangga serta bisnis skala kecil dan menengah. Speedy menggunakan teknologi ADSL yang menghantarkan sinyal digital berkecepatan tinggi melalui jaringan teleponi secara optimal bagi keperluan konsumsi internet, dengan kecepatan data dari 384 kb/s hingga 10 Mb/s.Speedy menyediakan berbagai pilihan paket layanan sesuai dengan kebutuhan di rumah maupun bisnis Anda, baik paket berjenis *time-based* maupun paket *unlimited* dengan pilihan kecepatan yang bervariasi.

Telkom menyediakan 3 (tiga) jenis layanan Speedy:

1. Speedy Reguler: merupakan produk layanan internet broadband yang diperuntukkan bagi pelanggan perumahan (*family*) atau personal yang hanya membutuhkan akses internet standar misalnya untuk keperluan *browsing, chatting, gaming, download e-mail*, dan lain-lain. Speedy Reguler ditawarkan dalam paket berlangganan dengan kecepatan mulai dari 384 kbps – 100 Mbps, tergantung kondisi jaringan setempat.

Karakteristik:

- a. SLG (*Service Level Guarantee*) standard untuk segmen perumahan.
 - b. *Asymmetric* dengan perbandingan upstream jauh lebih kecil dari *downstream*.
 - c. Abonemen / berlangganan.
 - d. *Unlimited*.
 - e. Cara pembayaran *Postpaid*.
 - f. 1 IPPublik Dinamik (DHCP - *Dynamic Host Configuration Protocol*).
 - g. Port TCP 25 (SMTP *service*) hanya dibuka ke SMTP yang disediakan TELKOM yaitu smtp.telkom.net port 25.
 - h. Dapat disisipi *advertising*.
2. Speedy Instan: merupakan produk yang diluncurkan oleh TELKOM sebagai salah satu upaya untuk menyediakan layanan broadband yang siap pakai oleh pelanggan (*Pay as you use*). Pelanggan yang belum berlangganan paket Speedy Reguler dapat menggunakan layanan *broadband* dengan cara membeli paket harian baik *prepaid* maupun *postpaid*.

Karakteristik:

- a. SLG (*Service Level Guarantee*) standard untuk segmen perumahan.
 - b. *Asymmetric* dengan perbandingan upstream jauh lebih kecil dari *downstream*.
 - c. *Pay As You Use*.
 - d. *Limited* sampai kuota waktu habis.
 - e. Cara pembayaran *Prepaid* atau *Postpaid*.
 - f. IP Publik Dinamik (DHCP - *Dynamic Host Configuration Protocol*).
 - g. *PortTCP 25* (SMTP service) hanya dibuka ke SMTP yang disediakan TELKOM yaitu smtp.telkom.net port 25.
 - h. Dapat disisipi *advertising*.
3. *Speedy Gold*: merupakan produk layanan internet broadband yang diperuntukkan bagi pelanggan SME (*Small Medium Enterprise*) yang membutuhkan layanan internet untuk keperluan bisnis, misalnya mail server kecil, *web server* pribadi, warnet dll. *Speedy Gold* ditawarkan dalam paket berlangganan dengan kecepatan mulai 512 kbps – 100 Mbps.

Karakteristik

- a. SLG standard untuk segmen bisnis.
- b. *Asymmetric* dengan perbandingan upstream lebih kecil dari *downstream* (kualitas lebih baik dari *Speedy Reguler*).
- c. Abonemen / berlangganan.
- d. *Unlimited*.
- e. Cara pembayaran *Postpaid*.
- f. 1 IP Publik Statik (DHCP) sesuai permintaan *customer*.
- g. *Port TCP 25* (SMTP service) hanya dibuka ke SMTP yang disediakan TELKOM yaitu smtp.telkom.net port 25.
- h. Tidak disisipi *advertising*.

Informasi *Speedy Gold* dapat diperoleh di Unit *Business Service* Telkomsetempat, atau melalui *Call Center*: 021-500250.

Paket Speedy dan Tarif

Terdapat pilihan paket layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, baik paket berjenis *time-based* maupun paket *unlimited*. *Speedy Reguler* yang dibagi menjadi 2 pilihan paket yaitu : *Speedy Multispeed* dan *Speedy Non-Multispeed* yang skema tarifnya sebagai berikut:

1. Paket *Speedy Multispeed*

Paket Speedy *Multispeed* (berlaku untuk pelanggan baru didaerah yang tersedia paket Speedy*multispeed*)yang menawarkankecepatan yang berbeda-beda dimana konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Tabel 1.1

Tarif Paket Speedy *Multispeed* (Tarif belum termasuk PPN10%)

No	Jenis Paket	Biaya Bulanan
1	Speedy 512 kbps	Rp 190.000
2	Speedy 1 Mbps	Rp 320.000
3	Speedy 2 Mbps	Rp 485.000
4	Speedy 3 Mbps	Rp 695.000
5	Speedy 5 Mbps	Rp 995.000
6	Speedy 10 Mbps	Rp 1.895.000
7	Speedy 20 Mbps	Rp 2.795.000
8	Speedy 50 Mbps	Rp 5.495.000
9	Speedy 100 Mbps	Rp 9.495.000

Sumber :<http://telkomspeedy.com>, 2013

2. Paket Speedy *Non-Multispeed*

Paket Speedy *Non-Multispeed*berlaku untuk pelanggan pelanggan baru pada daerah-daerah yang belum tersedia paket Speedy *Multispeed*.

Tabel 1.2

Tarif Paket Speedy *Non-Multispeed* (Tarif belum termasuk PPN 10%)

No.	Paket	Line Speed	Biaya Registrasi	Biaya Bulanan	Kuota Bulanan	Excess Usage Charge
1	Time Based	1 Mbps	Rp75.000	Rp200.000	50 Jam	Rp750 / 30 menit
2	Personal	1 Mbps	Rp75.000	Rp200.000	1 GB	Rp500 / MB
3	Professional	1 Mbps	Rp75.000	Rp400.000	3 GB	Rp500 / MB
4	Unlimited Office	1 Mbps	Rp75.000	Rp750.000	Unlimited	
5	Unlimited Warnet	1 Mbps	Rp75.000	Rp2.500.000	Unlimited	

Sumber :<http://telkomspeedy.com>, 2013

Keterangan Tabel:

a. Speedy 384 Kbps

Dengan kecepatan 384 kb/s *downstream* dan 96 kb/s *upstream*, *Unlimited* dengan *fair usage* 3 GB.

b. Speedy 512 Kbps

Dengan kecepatan 512 kb/s *downstream* dan 128 kb/s *upstream*, *unlimited* dengan *fair usage* 3 GB.

c. Speedy 1 Mbps

Dengan kecepatan 1 Mb/s *downstream* dan 256 kb/s *upstream*, serta alokasi kapasitas ke *gateway* internasional yang lebih besar, paket ini ditargetkan bagi para profesional, atau bagi penggunaan internet rumah tangga yang dishare hingga ke 10 pengguna.

d. Speedy 2 Mbps

Dengan kecepatan 2 Mb/s *downstream* dan 512 kb/s *upstream*, serta alokasi kapasitas ke *gateway* internasional yang lebih besar, paket ini ditargetkan untuk keperluan bisnis dan perkantoran dengan penggunaan Internet yang dishare hingga ke 20 pengguna.

e. Speedy 3 Mbps

Dengan kecepatan 3 Mb/s *downstream* dan 512 kb/s *upstream*, serta alokasi kapasitas ke *gateway* internasional yang lebih besar, paket ini ditargetkan untuk keperluan bisnis dan perkantoran dengan penggunaan internet yang dishare hingga lebih dari 30 pengguna.

1.1.5 Layanan Konsumen Telkom Speedy

Telkom menyediakan fasilitas layanan bagi konsumen untuk setiap permasalahan yang berkaitan dengan mengenai hal Speedy, Internet, penanganan gangguan berlarut, registrasi, tagihan, atau hal-hal lain dapat mengakses layanan konsumen. Tujuannya adalah untuk menyediakan layanan memudahkan konsumen melakukan interaksi dengan perusahaan, khususnya tentang pelayanan terhadap komplain atau keluhan yang ditujukan terhadap Telkom Speedy. Fasilitas layanan yang disediakan oleh perusahaan yaitu:

a. *Phone in*: Call center 147

b. *Web in* : www.telkomspeedy.com, *official facebook*
<http://www.facebook.com/pages/TELKOM-SPEEDY/339770381797>, *official twitter*
@TelkomSpeedyID

c. *Work in* : Plasa Telkom

1.2 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan berkembangnya arus globalisasi saat ini kebutuhan informasi menjadi kebutuhan yang sangat penting. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong konsumen untuk meningkatkan intensitas penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menawarkan sisi kecanggihan, kepraktisan, dan kemudahan. Informasi yang dapat diperoleh sangatlah beragam dan untuk mendapatkannya cukup mudah dan praktis.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang memanfaatkan peluang tersebut. Pemenuhan akan kebutuhan teknologi internet dijawab dengan berkembangnya berbagai produk berbasis pemenuhan kebutuhan terhadap jaringan internet, salah satu produk andalanya adalah Telkom Speedy. Dimulai pada tahun 2006 PT Telkom mencoba bersaing di industri ISP (*Internet Service Provider*) dengan mengeluarkan produk baru ke pasaran dengan nama Speedy. Layanan ini dapat dinikmati oleh masyarakat di seluruh bagian Indonesia.

Speedy merupakan salah satu jenis produk yang ditawarkan oleh PT. Telkom yang berupa layanan akses internet berkualitas tinggi bagi rumah tangga, pelaku bisnis dalam skala kecil dan menengah. Pada umumnya yang dilakukan perusahaan Telkom terhadap produk Speedy dengan menggunakan teknologi ADSL (*asymmetric digital subscriber line*), yang menghantarkan sinyal digital berkecepatan tinggi melalui jaringan telepon secara optimal bagi keperluan konsumsi konten Internet, dengan kecepatan data dari 384 Kb/s hingga 10 Mb/s.

Keunggulan layanan Speedy dibandingkan dengan layanan Internet Service Provider lainnya adalah Speedy menggunakan teknologi ADSL (*asymmetric digital subscriber line*), yang menghantarkan sinyal digital berkecepatan tinggi melalui jaringan telefoni secara optimal bagi keperluan konsumsi konten Internet, dengan kecepatan data dari 384 kb/s hingga 10 Mb/s.

Berikut adalah perbandingan teknologi Speedy terhadap teknologi Internet lain:

- a. Pada *dial-up Internet*, akses data dilewatkan pada sentral digital, yang memiliki keterbatasan *sampling* data maksimal 56 kb/s. Pada Speedy, akses data dipisahkan dari akses suara di DSLAM (*digital subscriber line access module*) sehingga kecepatan Speedy dapat ditingkatkan maksimal sesuai kebutuhan.
- b. Pada *broadband wireles access*, akses pada user dibagi dari BTS yang memiliki kapasitas terbatas. Akses pada Speedy bersifat individual per user hingga port DSLAM terdekat, dimana setiap user menduduki port tersendiri yang bersifat *dedicated*.

Kini Speedy juga telah memiliki *market share* yang besar. Dalam berita situs resmi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. pada tanggal 26 April 2012 dengan judul “Laba Bersih Telkom Triwulan I/2012 Tumbuh 17,50 Persen”, menyebutkan bahwa pelanggan *fixed broadband* (Speedy) mencapai 1,88 juta atau tumbuh 5,20%. Pada tahun 2012 Telkom Indonesia juga meraih 2 *Social Media Award* untuk kedua produknya, yaitu Speedy untuk kategori *Internet Service Provider Fixed*, dan Flexi untuk kategori CDMA Simcard. Pada tahun 2013 untuk kuartal pertama, Jumat (10 Mei 2013), Speedy mencatatkan jumlah pelanggan 2,65 juta atau naik 40,8% dibandingkan periode sama tahun lalu sekitar 1,88 juta pelanggan. Penetapan *Social Media Achievement Award* ini adalah berdasar riset percakapan di social media di Indonesia, diperoleh dengan menggunakan *social media monitoring platform Media Wave*. *Media Wave* melakukan *monitoring* percakapan konsumen di

media social termasuk situs-situs *social network* (seperti *Facebook dan Twitter*), *blog, news*, video, dan forum. Setiap pembicaraan merek dianalisis berdasarkan kualitas dan kuantitas percakapan.

Dengan adanya persaingan dalam dunia industri yang semakin ketat secara langsung maupun tidak langsung mendorong setiap industri tidak terkecuali industri informasi dan telekomunikasi khususnya PT.Telkom untuk terus menerus meningkatkan kualitas performansinya agar tetap *exist* dan unggul. Oleh karena itu, perusahaan selalu melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik lagi untuk setiap aspeknya. Berusaha dalam memberikan kualitas produk yang terbaik. Selain itu untuk bersaing dalam industri penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia harus dapat mengedepankan kepuasan dan mengetahui apa saja yang diharapkan dan dibutuhkan oleh para pelanggan.

Pencapaian dan penghargaan yang diperoleh oleh Telkom atas produk Speedy tidak dapat menjamin pelanggan bebas dari gangguan atau kekecewaan terhadap layanan. Semakin banyak jumlah pelanggannya, maka perusahaan pun harus makin bekerja keras untuk mempertahankan pelanggan tersebut.

Menurut Lovelock (2011:372), kemungkinan besar, pelanggan tidak akan selalu puas, atau setidaknya beberapa kali merasakan ketidakpuasan dari layanan yang diterimanya. Bagaimana pelanggan menanggapi ketidakpuasan terhadap layanan ini? Respon pelanggan bisa dengan mengeluh kepada pihak ketiga, atau mengeluh langsung kepada pihak perusahaan, atau memutuskan untuk berhenti berlangganan.

Demikian pula dengan Speedy, pelanggan layanan internet ini pasti tidak lepas dari keluhan. Pelanggan kerap kali mengalami gangguan maupun kekecewaan yang diungkapkan dalam bentuk keluhan. Keluhan yang masuk ke pihak perusahaan harus mampu ditangani dengan baik. Keluhan terhadap kegagalan layanan tersebut jika tidak ditangani dengan baik, dapat berkembang menjadi keluhan terhadap kegagalan penanganan keluhan. Kualitas produk yang diberikan tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Sehingga banyak yang melakukan keluhan kepada penyedia jasa Speedy yaitu PT Telekomunikasi Indonesia. Tbk.

Menurut Kotler & Keller, (2009:58) semua keluhan adalah karunia bila ditangani dengan baik. Perusahaan yang mendorong pelanggan yang kecewa untuk mengajukan keluhan dan juga memberdayakan karyawan untuk memulihkan situasi ditempat telah mencapai pendapatan yang lebih tinggi dan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang tidak mempunyai pendekatan yang sistematis untuk mengatasi masalah kegagalan jasa.

Dalam sebuah situs layanan Speedy lewat berita *online* yang terdapat pada *web in*, terdapat berbagai keluhan dari para pelanggan pada produk Speedy. Beberapa keluhan yang sering terjadi diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.3
Data Komplain Pelanggan TelkomSpeedy
(Januari – September 2013)

Bulan	Jenis Keluhan					Total
	Akses Lambat	Tidak Bisa Koneksi	Koneksi Sering Putus	Petugas diminta datang (Layanan)	Lain-lain	
Jan.	272	125	158	81	34	670
Feb.	99	159	138	103	31	530
Mar.	83	152	111	80	49	475
Apr.	55	154	127	122	32	490
Mei.	47	105	77	124	51	392
Jun.	122	171	118	171	41	623
Jul.	38	75	94	135	42	384
Agst.	95	90	55	77	40	357
Sept.	69	125	70	128	85	477
Total	880	1142	949	1009	405	4384

Sumber: UCS Witel Jabar Tengah, 2013

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah komplain pelanggan yang diterimanya dari lewat media layanan berupa *website* Telkom Speedy yaitu *web in* mengalami jumlah yang fluktuatif. Bahkan pada bulan Januari 2013 Telkom Speedy memperoleh banyak komplain dari pelanggan, yaitu sebanyak 670 komplain. Walaupun sempat mendapatkan penurunan jumlah komplain yang lumayan drastis pada bulan Mei, yaitu sebanyak 392 komplain, namun pada akhir September jumlah komplain dari para pelanggan kembali mengalami peningkatan menjadi 477 komplain.

Secara umum pada perusahaan yang berpusat terhadap pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggannya perusahaan selalu berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik. Begitu juga pada pelayanan speedy yang berusaha untuk memberikan penanganan yang terbaik untuk menangani setiap keluhan yang data dari pelanggan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam

jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama sebuah perusahaan, dimana untuk mendapatkan keuntungan maka kepuasan pelanggan harus dikedepankan. Menurut Kotler & Amstrong (2008:16) kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) tergantung dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Walaupun setiap bulan ada penambahan pelanggan baru Telkom Speedy, tetapi tidak menjamin konsumen akan terus berlangganan Speedy, apabila kualitas produk Speedy tidak diperbaiki maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan beralih menggunakan produk lain.

Berikut ini merupakan tabel jumlah pengguna Speedy dan pelanggan yang berhenti berlangganan Speedy mulai dari bulan Januari - September 2013 sebagai berikut:

Tabel 1.4
Pelanggan Speedy Witel Jabar Tengah
(Januari - September 2013)

	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	Mei.	Jun.	Jul.	Agst.	Sept.	Total
Sales	2.315	1.966	1.736	1.492	2.062	2.053	1.899	1.835	2.662	18.020
Churn	308	92	78	58	64	187	183	181	199	1.350
NAL	2.007	1.874	1.658	1.434	1.998	1.966	1.816	1.654	2.531	16.938
LIS	39.397	39.332	39.810	39.839	40.080	40.130	40.760	40.729	40.873	360.950

Sumber: UCS Witel Jabar Tengah, 2013

Keterangan:

Sales : Transaksi pelanggan baru/bulan

Churn : Berhenti berlangganan

NAL : Selisih pelanggan baru terhadap yg berhenti

LIS : *Line is Service* (Jumlah pelanggan aktif)

Tabel 1.5
Asumsi Pendapatan Yang Hilang (*Lost Revenue*)
(Januari - September 2013)

Total Churn	<i>Lost Revenue</i>
1350 x RP 190.000	

(jumlah pelanggan yang berhenti x tarif minimum paket Speedy)	RP 256.500.000,00
---	-------------------

Berdasarkan tabel 1.5 dapat dilihat jumlah *churn* pada bulan Januari mencapai jumlah tertinggi yaitu 308 pelanggan, hingga di bulan September sebesar 191 pelanggan. Jumlah pelanggan yang dilayani juga semakin meningkat. Pada bulan Januari, terdapat 39.397 pelanggan yang berlangganan, dan pada bulan September mencapai 40873 pelanggan. Semakin meningkatnya jumlah *churn* dan meningkatnya LIS dapat mengindikasikan menurunnya tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen yang berlangganan pada layanan internet Speedy.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui tidak sedikit pelanggan yang mengeluhkan gangguan layanan yang mereka alami. Namun jumlah pelanggan dan jumlah *churn* Speedy tiap bulannya bukan malah menurun, melainkan mengalami peningkatan kembali pada bulan September. Dari tabel 1.6 diatas juga kita dapat mengetahui jumlah pendapatan yang hilang *Lost Revenue* yang berasal dari pelanggan yang memutuskan berhenti berlangganan produk Speedy (*Churn*) berjumlah RP 265.500.000. Tarif regular biaya minimum untuk pemasangan Speedy yaitu sebesar RP 190.000 dan tarif maksimal mencapai RP 9.495.000, oleh karena itu penulis mengambil biaya tarif yang paling minimum RP 190.000 dan 1350 berasal dari total *churn* atau pelanggan yang berhentiberlangganan Speedy untuk menghitung *lost revenue*. Dengan adanya hal tersebut tentu berpengaruh terhadap penurunan pendapatan yang harusnya diperoleh oleh Telkom Speedy.

Banyak konsumen yang merasa kinerja yang diberikan Telkom Speedy tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Layanan yang diterima konsumen dinilai masih kurang sehingga hal ini mengindikasikan adanya kemungkinan akan menurunnya kepuasan konsumen pada Telkom Speedy. Maka perlu diadakan suatu penelitian tentang kualitas produk Speedy agar perusahaan dapat mengevaluasi posisinya dan mengetahui faktor-faktor kualitas manakah yang perlu mendapatkan perhatian khusus demi perbaikan kedepannya.

Berdasarkan latar belakang di atas dan melihat permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TELKOM SPEEDY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA PENGGUNA PRODUK SPEEDY DI KOTA BANDUNG TAHUN 2013).”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka diperoleh rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk Telkom Speedy di kota Bandung?

2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada produk Telkom Speedy di kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk Telkom Speedy terhadap kepuasan pelanggan di kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas produk Telkom Speedy di kota Bandung.
2. Mengetahui dan menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk Telkom Speedy di kota Bandung.
3. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas produk Telkom Speedy terhadap kepuasan konsumen di kota Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Kegunaan penelitian ini diantaranya adalah :

- a. Adapun manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah diharapkan dapat memberikan bahan masukan dan informasi untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap penggunaan produk Telkom Speedy di kota Bandung, serta dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan strategi produk ke depannya.
- b. Memotivasi perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk dalam bidang telekomunikasi.

2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi metode pembelajaran yang efektif bagi peneliti dan peneliti lain yang menjadikan penelitian ini sebagai referensi, sekaligus untuk meningkatkan kemampuan analisis dan berpikir secara sistematis dan konseptual. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi kajian keilmuan di bidang Manajemen Pemasaran mengenai penanganan keluhan, peningkatan kualitas suatu produk dan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai isi penelitian. Isi bab ini meliputi uraian tentang objek penelitian, latar belakang, masalah tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta *literature* yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang digunakan, operasionalisasi variable, data dan sumber data, serta analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan “Analisis Kualitas Produk Telkom Speedy Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Produk Speedy Di Kota Bandung Tahun 2013)” yang berisi data-data yang telah dikumpulkan dan diolah untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan akhir dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran-saran yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa maupun instansi berkaitan dengan pembahasan **PENGARUH KUALITAS PRODUK TELKOM SPEEDY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA PENGGUNA PRODUK SPEEDY DI KOTA BANDUNG TAHUN 2013).**