

ABSTRAK

Telkomsel mengklaim hingga saat ini punya 143 juta pelanggan prabayar di seluruh Indonesia. Dari jumlah itu, sebanyak 140 juta pelanggan prabayar menggunakan kartu SIM prabayar. Telkomsel menyediakan tiga layanan prabayar, yaitu Simpati, Kartu As, dan Loop. Seluruh layanan itu menghasilkan rata-rata pendapatan per pelanggan prabayar (*average revenue per user/ARPU*) Rp 40.000. dengan banyaknya keluhan terlkomsel terdapat pula beberapa keluhan konsumen. Maka kondisi saat ini, pada penjelasan yang telah dipaparkan dapat dilihat bahwa kinerja operasional Perusahaan Telkomsel, Telkomsel bisa menjadi operator nomer satu di Indonesia dengan jumlah pelanggan prabayar terbanyak dan juga pendapatan tertinggi. Dan adanya keluhan-keluhan dari pelanggan prabayar Telkomsel yang perlu perbaikan kualitas layanan prabayar . Tugas seorang manajerial prabayar untuk membuat rancangan kualitas layanan prabayar agar Telkomsel tetap menjadi nomer satu disegala hal dan tidak ada kesenjangan dengan pelanggan prabayar.

Melalui Penelitian ini akan dilakukan penelitian mengenai kesenjangan antara persepsi pelanggan prabayar dan persepsi manajerial prabayar. Dimensi kualitas layanan prabayar *mobile* menurut Chen dan Yang (2015:89) terbagi menjadi tiga kategori yaitu kualitas layanan prabayar sistem, kualitas layanan prabayar informasi, dan kualitas layanan prabayar pelanggan prabayar. Dimensi pada kualitas layanan prabayar sistem terdiri dari *efficiency and effectiveness, functionality, integration, construct cost, security*. Dimensi kualitas layanan prabayar informasi terdiri dari *accuracy, integrity, usability, readability*. Dimensi kualitas layanan prabayar pelanggan prabayar terdiri dari *after-sales service, flexible-price policy, technique support, training*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa jika dilihat dari nilai per-dimensi diketahui bahwa tingkat kepentingan tertinggi menurut persepsi pelanggan prabayar sampai paling rendah adalah *System Service Quality (SSQ)* sebesar 82.72%, *Information Service Quality (ISQ)* sebesar 81.91% dan *Customer Service Quality (CSQ)* sebesar 79.12% . Dan jika dilihat dari nilai per-dimensi menurut persepsi manajerial prabayar dari yang tertinggi sampai yang paling rendah adalah *System Service Quality (SSQ)* sebesar 84.67%, *Information Service Quality (ISQ)* sebesar 84.16% dan *Customer Service Quality (CSQ)* sebesar 84.36%.

Dari hasil keseluruhan, nilai gap tertinggi dari dimensi adalah *Customer Service Quality* dimana nilai tersebut didukung oleh dua indikator dari *Customer Service Quality*. Dan dari hasil nilai persentase tingkat kepentingan yang tercantum dari pihak manajerial prabayar yaitu dapat dilihat bahwa ada hasil negative pada dimensi *Security* dan *Construct Cost*.

Kata Kunci : Persepsi Pelanggan prabayar, Persepsi Manajerial prabayar, GAP, Telkomsel.