

**ANALISIS PELAYANAN PT TELKOM WITEL KALIMANTAN BARAT KOTA
PONTIANAK
ANALYSIS SERVICES PT TELKOM WITEL WEST KALIMANTAN PONTIANAK
CITY**

Finia Silta Marhan¹, Astri Wulandari²

^{1, 2} Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

¹ finiasilta@gmail.com, ² Astri.wulandari@tass.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Saham Perusahaan diperdagangkan di BEI, NYSE, LSE dan Public Offering Without Listing ("POWL") di Jepang. Dalam Hal itu Penulis ingin meneliti tentang kualitas pelayanan yang ada di PT. Telkom Indonesia Kalimantan Barat Kota Pontianak karenanya penulis ingin meneliti tentang Bagaimana kualitas Pelayanan PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat kota Pontianak dan Bagaimana persepsi pelanggan atas pelayanan PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Teknik non probability sampling dengan tipe incidental sampling, yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden dapat dijadikan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah yaitu deskriptif kualitatif.

Dari hasil penelitian ini akan menunjukkan kualitas pelanggan pada "PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak" dengan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara yang di bantu dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang akan memberikan persepsi pada penelitian ini dengan menggunakan kriteria Interpretasi skor memiliki kriteria baik pada kualitas pelayanan dan baik pada persepsi responden.

Keyword : kualitas pelayanan, PT Telkom Witel Kalimantan Barat

ABSTRACT

Telkom is the STATE-OWNED ENTERPRISES operating in the fields of telecommunications and network services in the territory of Indonesia and therefore subject to the laws and regulations in Indonesia. The company's shares traded on the NYSE, LSE, BEI and Public Offering Without Listing (POWL) in Japan. In the event that the author wanted to examine about the quality of service that is in pt. Telkom Indonesia West Kalimantan town of pontianak thus authors want to examine about Like where the quality of service, PT Telkom Indonesia Witel West Kalimantan, Pontianak and the Like where the perception of customer services, PT Telkom Indonesia Witel West Kalimantan city of Pontianak.

In this study the author uses the technique of sampling non probability incidental type, the sample assignment method based on chance, whoever the member population found researchers and willing to be a respondent can be used as a sampel, if a person is seen incidentally found it suitable as a sampel data source that is used as many as 100n respondents. Analysis too used is qualitative deskriptif IE.

From the results of this study will show the quality of the customers on the "PT Telkom Indonesia Witel West Kalimantan, Pontianak town" with the results of research that has been done through interviews that help by spreading detailed questionnaire to respondents that will give the perception on this research by using the criteria of Interpretation sekor has good criteria on quality of service and good on the perception of the respondent.

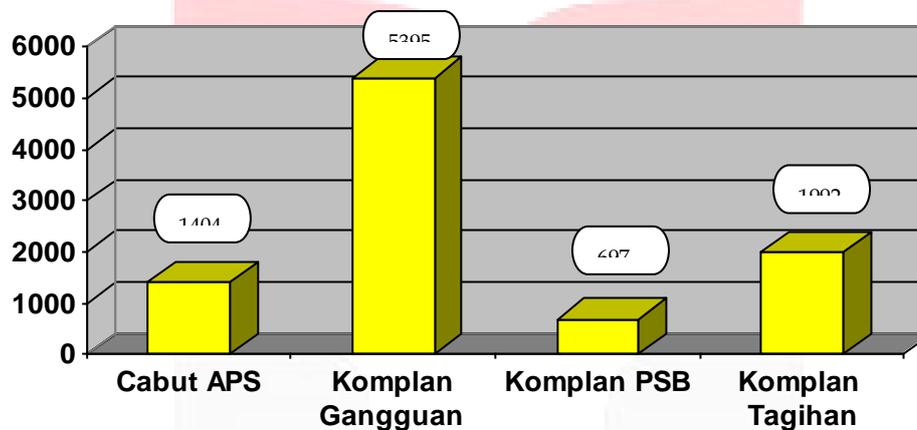
Keywords: quality of service, PT Telkom West Kalimantan Witel

1. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu sarana komunikasi yang banyak dipergunakan maka PT. Telkom diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada peranannya, terutama kuantitas dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan. Tetapi tak jarang kita temui banyaknya gangguan pada saat penggunaan produk Telkom, seperti yang kita ketahui setiap hari di plasa Telkom bahkan divisi-divisi PT. Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak selalu didatangi pelanggan yang ingin mengeluh atas layanan yang tidak sesuai yang diberikan oleh PT. Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak. Hasil pengamatan, survei dan wawancara pada pihak perusahaan membuktikan bahwa banyaknya pelanggan yang mengeluhkan gangguan jaringan dan pembayaran yang tidak sesuai dengan pemakaian produk jasa yang telah dibeli.

Dari kasus yang sudah ada penulis mencoba melihat perbandingan pemasangan dan keluhan pelanggan yang telah tercatat di PT. Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak untuk menjadi sampel pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Dapat kita lihat pada data yang ada jumlah data cabut APS sebanyak 1404 pada tahun 2016 memberikan kesan bahwa konsumen merasa tidak puas akan layanan yang di berikan PT. Telkom Witel Kalimantan Barat.



Gambar 1.3
Data komplain layanan

Sumber: data perusahaan PT Telkom Indonesia Witel Kalimantan Barat 2016

Dengan adanya data yang resmi yang penulis dapat dari perusahaan komponen yang sangat terganggu adalah pada komplain Gangguan sebanyak 5391 komplain pelanggan dalam setahun sehingga dengan latar belakang masalah tersebut maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis pelayanan PT. Telkom writel Kalimantan Barat Kota Pontianak"**.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak.
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan atas pelayanan yang di berikan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak?

2. Kajian Pustaka Dan Metodologi Penelitian

2.1 Pemasaran

Memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler dan Armstrong, 2012:5).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29), pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan itu sendiri dan mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai balasannya.

2.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012:5) mengemukakan pengertian manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan tumbuh pelanggan melalui penciptaan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

2.3 Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) pengertian jasa adalah jasa merupakan sebuah aktivitas yang diasosiasikan dengan elemen *intangibility* (sesuatu yang abstrak) dimana didalamnya terjadi interaksi antara konsumen dengan penyedia jasa tetapi tidak berakibat terhadap suatu kepemilikan.

2.4 Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa sebagai kegiatan proses sosial dan manajerial yang mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan melalui penciptaan penawaran yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun mempunyai nilai tambah yang tidak berwujud pula saat dibeli. (Kotler dan Armstrong, 2012:225).

Berikut adalah empat karakteristik jasa yang dapat dilihat dari gambar 2.1 berikut :



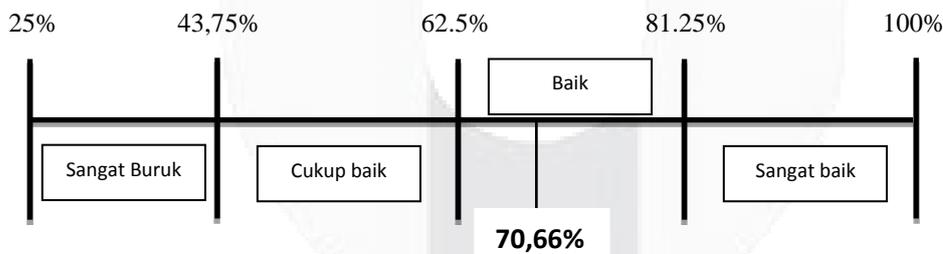
2.5 Kualitas Pelayanan

Menurut Menurut Tjiptono (dan Aditya, 2012 : 23) kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka.

3. Pembahasan

3.1 Total Kualitas Pelayan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa tingkat pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Kota Pontianak secara keseluruhan indikator, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berada pada 70,66% dengan kriteria baik.



GAMBAR 3.1

Persentase Dalam Garis Kontinum

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi baik terhadap kualitas pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak. Hal tersebut dapat di tunjukkan dengan nilai garis kontinum sebesar 70,66% yang dapat di kategorikan baik.

3.2 Persepsi Responden Terhadap 5 Dimensi Kualitas Pelayanan

1. Reability (keandalan)

Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Reability* (keandalan) Hal tersebut dapat di tunjukkan dengan pernyataan pertama dan nilai garis kontinum sebesar 75,75% yang dapat di kategorikan baik dan pernyataan kedua dengan nilai garis kontinum sebesar 66,75% yang dapat di kategorikan baik.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Responsiveness* (daya tanggap). Hal tersebut dapat di tunjukkan pada pernyataan pertama dengan nilai garis kontinum sebesar 65,75% yang dapat di kategorikan baik dan pernyataan kedua dengan nilai garis kontinum sebesar 66,75% yang dapat di kategorikan baik.

3. *Assurance* (jaminan)

Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Assurance* (jaminan) Hal tersebut dapat di tunjukkan dengan nilai garis kontinum sebesar 72,5% yang dapat di kategorikan baik.

4. *Empathy* (Empati)

Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *empathy* (empati) hal tersebut dapat di tunjukkan pada pernyataan pertama dengan nilai garis kontinum sebesar 70,25% dan pernyataan kedua dengan nilai garis kontinum sebesar 75,5% yang dapat di kategorikan baik.

5. *Tangible* (Bukti Fisik)

Responden memiliki persepsi yang sangat baik terhadap aspek *Tangible* (bukti fisik) hal tersebut dapat di tunjukkan dengan nilai nilai garis kontinum sebesar 68,75% dan pada pernyataan ke dua dengan nilai garis kontinum sebesar 68% yang dapat di kategorikan baik

4. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan melalui kuisioner dengan Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan tipe incidental sampling, yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden dapat dijadikan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Maka dapat disimpulkan melalui kuisioner yang di sebarakan mengenai analisis kualitas pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak memiliki tanggapan yang baik dalam persepsi pelanggan atas pelayanan yang telah di berikan.

2. Persepsi Pelanggan atas pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak.

A. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Reability* (keandalan) PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak dapat di lihat dari rata rata hasil pernyataan yang telah di ajukan yaitu dengan garis kontinum pada aspek *Reability* sebesar 71.25% yang dapat di kategorikan baik.

B. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Responsiveness* (daya tanggap) pada PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak dapat di lihat dari rata rata hasil pernyataan yang telah diajukan yaitu dengan garis kontinum pada aspek *Responsiveness* sebesar 66.25% yang dapat di kategorikan baik

C. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Assurance* (jaminan) pada PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak. Persepsi tersebut di lihat dari persepsi yang baik terhadap petugas memiliki attitude yang baik serta ramah dan sopan santun dalam melayani keluhan pelanggan. Hal tersebut dapat di tunjukkan dengan nilai nilai garis kontinum sebesar 72,5% yang dapat di kategorikan baik.

D. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *empathy* (empati) pada PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak dapat di lihat dari rata rata hasil pernyataan yang telah diajukan yaitu dengan garis kontinum pada aspek *empathy* sebesar 72,87% yang dapat di kategorikan baik.

E. Responden memiliki persepsi yang sangat baik terhadap aspek *Tangible* (bukti fisik) pada PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak dapat di lihat dari rata rata hasil pernyataan yang telah diajukan yaitu dengan garis kontinum pada aspek *tangible* sebesar 68,37% yang dapat di kategorikan baik.

4.1 Saran untuk perusahaan

Adapun saran dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan kesimpulan dapat di simpulkan bahwa pelayanan yang di berikan PT Telkom Witel Kalimantan barat dapat di kategorikan baik tetapi penulis ingin memberikan sedikit saran untuk perusahaan, agar perusahaan lebih mengoptimalkan lagi pelayanan yang di berikan agar mendapat hasil yang lebih baik lagi dan sangat memuaskan pelanggan atas kualitas pelayanan yang di berikan.

2. Berdasarkan persepsi pelanggan atas pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak penulis akan memberikan saran pada:

A. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Reability* (keandalan) tetapi terdapat 1 pernyataan yang memiliki nilai rendah pada garis kontinum yaitu pada pernyataan petugas secara konsisten dapat memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang di janjikan, sebaiknya petugas lebih mengutamakan janji yang di berikan kepada pelanggan agar tidak membuat kekecewaan pada

pelanggan sehingga akan meningkatkan kualitas dan rasa puas pada pelayanan PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak.

B. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek responsiveness (daya tanggap) tetapi persentase garis kontinumnya pada bagian ini adalah yang paling kecil persentasenya maka dari itu penulis akan memberikan saran kepada perusahaan pada pernyataan Petugas mampu memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat, sebaiknya PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak harus membenahi kerja petugas dan mengontrol apakah petugas sudah menjalankan perintah sesuai prosedur atau tidak, agak tidak terjadi komplain yang berulang karena jika petugas tidak memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat maka pelanggan akan melakukan komplain berkali kali dan dapat menimbulkan kesalahan juga pada sistem perushaa.Pada pernyataan Petugas siap membantu pelanggan jika terjadi kesalahan, sebaiknya petugas lebih siap untuk membantu pelanggan saat terjadi kesalahan yang dilakukan oleh pelanggan, tidak menyalahkan pelanggan atas kesalahannya, tetapi lebih ke memberi arahan agar pelanggan tidak mengulangi kesalahan.

C. Dari kesimpulan responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *Assurance* (jaminan) pada PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak pelanggan menyatakan baik tetapi di sini penulis akan memberikan saran kepada perusahaan agar perusahaan lebih mengoptimalkan lagi aspek *Assurance* pada pelayanan yang diberikan agar pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

D. Dari kesimpulan responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek *empathy* (empati) pada PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak pelanggan menyatakan baik tetapi di sini penulis akan memberikan saran kepada perusahaan agar perusahaan lebih mengoptimalkan lagi aspek *empathy* pada pelanggan agar pelanggan merasa di utamakan dan merasa puas akan layanan yang diberikan. Misalnya lebih mengerti apa yang di inginkan pelanggan atas pelayanannya dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan

E. Dari kesimpulan responden memiliki perspsi yang baik terhadap aspek *Tangible* (bukti fisik) pada PT Telkom Witel Kalimantan Barat Kota Pontianak pelanggan menyatakan baik dengan kualitas pelayanan yang diberikan tetapi penulis akan memberikan saran agar perusahaan lebih memerhatikan fasilitas fisik yang baik, misalnya daerah sekitar kantor harus lebih bersih dan di buat segar, sehingga pelanggan akan menilai kualitas pelayanan yang akan diberikan pasti akan baik juga.

Daftar Pustaka

- [1] Adam, Muhammad. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- [1] Aditya, Tjiptjono, 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. 2012:23 [1] Heizer., Barry Render. (2014). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan (Edisi 11)*. Jakarta Pusat: Salemba Empat.
- [1] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- [2] Yudha Kartika, Ariawira. 2015.” Analisis Kualitas pelayanan Pada Pelanggan PT Telkom Yogyakarta” . Tugas Akhir. Universitas Negri Yogyakarta..
- [3] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta
- [3] Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia
- [4] <http://www.telkom.co.id/2017>