





ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN TELKOM SPEEDY DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF TELKOM SPEEDY SERVICE IN BANDUNG 2014

Djody Dimas Setiawan , Dr. Maya Ariyanti, SE., MM., 

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Prodi S2 Magister Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

 dimas.diodi13@gmail.com, 
maya.arivanti@gmail.com

Abstrak

Dunia telekomunikasi terus mengalami perkembangan. Mulai dari telepon kabel, telepon selular, dan saat ini peran internet semakin kuat. Karena dengan internet hubungan komunikasi seperti tidak memiliki batas, setiap orang dapat berhubungan langsung antar kota, negara, bahkan antar benua. Namun hal tersebut tidak akan berjalan dengan baik jika tidak disertai dengan layanan internet yang baik. Di Indonesia salah satu perusahaan yang menyediakan layanan internet adalah Telkom Speedy.

Penelitian ini membahas bagaimana kualitas layanan Telkom Speedy di Bandung menurut harapan dan kinerja dari konsumen dengan minimal penggunaan selama 2 bulan. Sampel diperoleh dari kuesioner pada 400 reponden dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling incidental/convenience sampling*. Penyebaran dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada para pelanggan Telkom Speedy yang mengunjungi Plasa Telkom dan secara *online* dengan sarana GoogleDocs. Kriteria layanan pada penelitian ini menggunakan *Quality of Service*, sedangkan data pada penelitian ini dianalisis dengan teknik *Importance-Performance Analysis*.

Dari hasil *output* penelitian, nilai harapan para pelanggan Telkom Speedy sebanyak 79,06% dengan kriteria baik. Sedangkan nilai dari kinerja Telkom Speedy yang dirasakan oleh pelanggan sebanyak 68,60%, juga dengan kriteria baik. Dari diagram kartesius pada *Importance-Performance Analysis*, terdapat 8 sub-variabel pada kudran II yang mengindikasikan Telkom Speedy sudah baik dalam memberikan layanan. Kemudian 5 sub-variabel pada kudran III, menunjukkan masih ada kendala pada jaringan, namun masih mendapat toleransi dari pelanggan. Sedangkan pada kudran IV terdapat 1 sub-variabel yang menunjukkan masih ada layanan Telkom Speedy yang dianggap berlebihan oleh para pelanggan.

Pada waktu mendatang, Telkom Speedy harus bisa meningkatkan kualitas layanannya, untuk mengurangi kendala yang dirasakan pelanggan dan konten yang diberikan lebih tepat sasaran agar tidak berlebihan.

Kata kunci : kualitas layanan, kepuasan pelanggan, *importance-performance analysis*, *quality of service*

Abstract

Telecommunications world continues to experience growth. Ranging from a landline, mobile phone, and at this time the role of the internet is getting stronger. Because of the internet as a communication link has no borders, everyone can relate directly between cities, countries, and even between continents. But it will not go well if it is not accompanied with good internet service. In Indonesia, one of the companies that provide Internet service is Telkom Speedy.

This study discusses how the quality of service Speedy in Bandung according to the expectations and performance of consumers with minimal use for 2 months. Samples were obtained from a questionnaire on 400 respondents using sampling nonprobability with incidental sampling technique / convenience sampling. Deployment is done by giving questionnaires to customers who visit Plasa Telkom Speedy Telkom and online by means of GoogleDocs. Criteria for service in this study using the Quality of Service, while the data in this study were analyzed by using Importance-Performance Analysis.

From the results of the research output, the value of Telkom Speedy customers' expectations as much as 79.06% with good criteria. While the value of Telkom Speedy performance perceived by the customer as much as 68.60%, also

with good criteria. Of the Cartesian diagram on the Importance-Performance Analysis, there are 8 sub-variables on kudran II indicates Telkom Speedy is good in providing services. Then 5 sub-variables in quadrant III, showed there are still obstacles on the network, but it still gets the tolerance of the customer. Meanwhile, in quadrant IV are 1 sub-variables that indicate there are service Speedy deemed redundant by the customer.

In the future, Telkom Speedy should be able to improve the quality of its services, to reduce the perceived constraints and content customers are given better targeted so as not excessive.

Keywords: service quality, customer satisfaction, importance-performance analysis, quality of service

1. Pendahuluan

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi di Indonesia yang berdiri pada tahun 1882. Bagaimanapun sebuah perusahaan pasti memiliki kendala dan ketidakpuasan dari masing-masing konsumen. Salah satu produk unggulan dari PT. Telkom adalah jasa layanan internet Telkom Speedy. Telkom Speedy produk yang dapat digunakan oleh individu maupun korporasi tingkat menengah atas. Dengan teknologi ADSL, jaringan ini menghantarkan sinyal digital berkecepatan tinggi melalui jaringan telepon secara optimal bagi keperluan konsumsi internet. Speedy menyediakan berbagai pilihan paket layanan sesuai dengan kebutuhan di rumah maupun bisnis, baik paket berjenis time-based maupun paket unlimited dengan pilihan kecepatan yang bervariasi. Hal ini merupakan bentuk partisipasi PT. Telkom pada kemajuan informasi pada era globalisasi.

Globalisasi mendorong kebutuhan informasi menjadi sangat penting dewasa ini. Akses informasi internet tidak mengenal batas geografis, ras, suku, budaya, negara, maupun kelas ekonomi, atau faktor-faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Internet memiliki banyak kegunaan, diantaranya untuk komunikasi, pedidikan, bahkan sebagai sarana bisnis. Karena banyaknya manfaat tersebut, maka pengguna internet semakin meningkat jumlahnya seiring dengan meningkatnya kemudahan-kemudahan yang diperoleh dalam penggunaan internet. Namun jika kualitas layanan internet tidak baik atau sering mengalami gangguan maka aktifitas tersebut juga akan terhambat. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung tahun 2014 pada pengguna Telkom Speedy aktif sebanyak 40.873, dengan masa penggunaan minimal 2 bulan. Penelitian juga dilakukan berdasarkan beberapa keluhan mengenai kualitas layanan Telkom Speedy yang dirasakan oleh para konsumen sepanjang tahun 2014.

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

Tabel 1.1 Data Keluhan Pengguna Telkom Speedy (Jan – Sept 2014)

Sumber: UCS Witel Bandung

Kualitas layanan jaringan dapat dihitung dengan beberapa kriteria yang terdapat pada *Quality of Service*. Dari kriteria tersebut dapat diketahui aspek apa saja yang mempengaruhi baik tidaknya suatu layanan jaringan internet dengan penghitungan dari *Importance-Performance Analysis*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan Telkom Speedy di Kota Bandung.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Quality of Service (QoS)

Definisi *Quality of Service* menurut Oodan et al, “*Quality of Service (QoS) management is an essential function in the provision and maintenance of a telecommunication service. It is necessary to understand the role of management QoS and the main features. Effective management would reflect in optimum use of network, human and financial resources of any network or service provider.*” [2]

Dapat diartikan *Quality of Service* adalah fungsi penting dalam penyediaan dan pemeliharaan layanan telekomunikasi. Hal ini dapat digunakan untuk memahami peran dari manajemen *QoS* dan fitur-fitur utamanya, dan memahami fitur-fitur utamanya. Manajemen yang efektif akan tercermin dalam penggunaan yang optimal dalam jaringan, manusia dan sumber daya finansial dari berbagai penyedia layanan jaringan.

2.1.2 Derivation of service specific QoS parameters

2.1.2.1 The Matrix

Menurut Oodan et al, jasa telekomunikasi dapat dibagi menjadi identifikasi unik yakni “*service function*” yang merupakan jumlah layanan. Satu set kriteria kualitas juga dikembangkan berdasarkan pengetahuan industri dan proses yang berulang dalam pengembangan kriteria tersebut. Pilihan dan pengelompokan “*service function*” dipengaruhi oleh urutan berlangganan dalam layanan, yaitu, mulai dari penjualan dan berakhir dengan penghentian layanan. Teknis pengisian/penagihan dan jaringan/layanan fungsi manajemen dikelompokkan secara terpisah. [2]

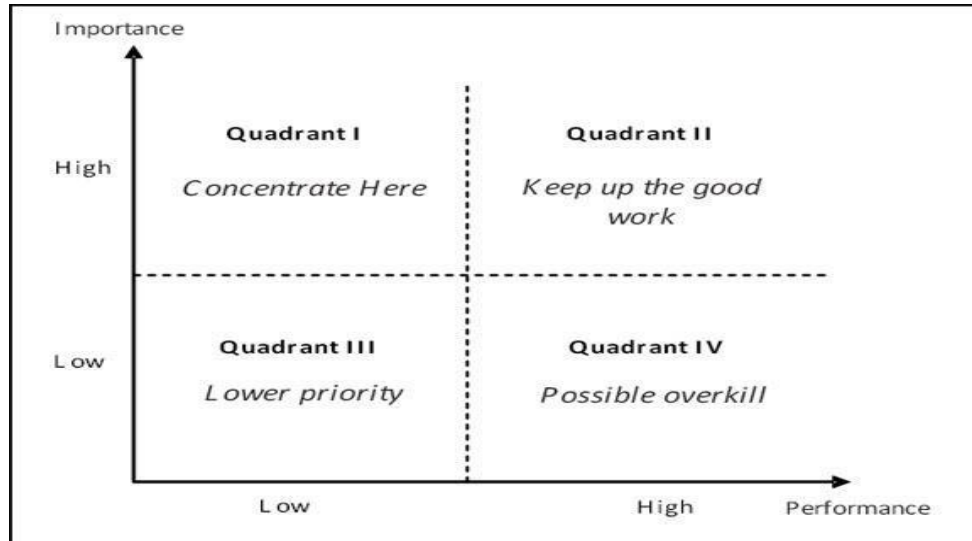
<i>Service Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sales 2 Provision 3 Alteration 4 Service Support 5 Repair 6 Cessation
<i>Connection Quality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 7 Connection establishment 8 Information transfer 9 Connection release 10 Charging and billing 11 Networks/service management by customer

Tabel 2.1 *Services Functions Making Up a Telecommunication Service*
 Sumber: Oodan et al

Kriteria kualitas yang menjadi perhatian pelanggan untuk jasa telekomunikasi juga dapat ditemukan di kategori berikut: *speed, accuracy, availability, reliability, security, simplicity, dan flexibility.*

2.1.3 Importance-Performance Analysis

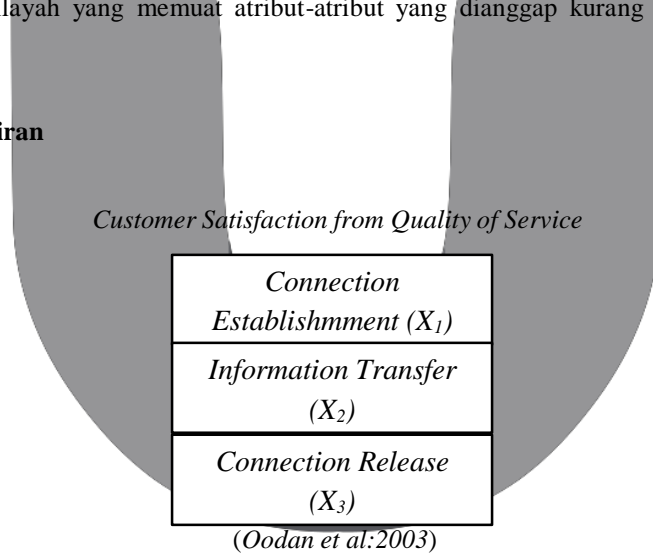
Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla & James (1977) dalam artikel mereka “*Importance-Performance Analysis*” yang dipublikasikan *Journal of Meeting*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix*. Matrix ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, di mana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total. Selain itu, matriks ini juga menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya. Kendati demikian, batas antara “tingkat kepentingan tinggi” dan “tingkat kepentingan rendah” serta “tingkat kinerja tinggi” dan “tingkat kinerja rendah” relatif *arbitrary*, tergantung konteks riset bersangkutan. [5]



Gambar 2.1 Kuandran *Importance-Performance Analysis*

Keterangan : Kuadran I, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan (tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah). Di wilayah ini perusahaan melakukan perbaikan secara terus-menerus agar *performance* dalam kuadran ini meningkat. Kuadran II, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasan relatifnya lebih tinggi. Kuadran III, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya kurang istimewa. Kuadran IV, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan berlebihan.

2.1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran
Sumber : Hasil Olahan Peneliti

2.2 Metodologi

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. [4]

Sekaran (2006), mengungkapkan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal, minat yang ingin peneliti investigasi. [3] Populasi yang sesuai untuk penelitian ini adalah pelanggan Telkom

Speedy di Kota Bandung dengan minimal penggunaan selama 2 bulan. Pengumpulan data dari 400 responden menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling insidental/convenience sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2012:85). [4] Pengumpulan sampel dilakukan dengan dua cara yaitu melalui penyebaran kuesioner *online* via GoogleDocs dan penyebaran kuesioner *offline* dengan mendatangi responden yang sedang berada di Plasa Telkom.

Teknik analisis data yang digunakan adalah *Importance-Performance Analysis*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix*. Matrix ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, di mana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total. Selain itu, matriks ini juga menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya. Kendati demikian, batas antara “tingkat kepentingan tinggi” dan “tingkat kepentingan rendah” serta “tingkat kinerja tinggi” dan “tingkat kinerja rendah” relatif *arbitrary*, tergantung konteks riset bersangkutan. [5]

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan Demografi Responden

Data primer ini didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 400 responden yang berisikan lima karakteristik yang akan dilihat yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan perbulan, dan pengeluaran dalam pemakaian produk Telkom Speedy. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa profil konsumen Telkom Speedy di kota Bandung didominasi oleh laki-laki pada masa remaja akhir dengan rentang umur dari 17-25 tahun dan masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa dengan tingkat pendapatan berkisar antara Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000. Sedangkan untuk berlangganan Telkom Speedy, mayoritas konsumen mengeluarkan <Rp 200.000.

Importance-Performance Analysis

Pada penelitian ini penulis menggunakan *Importance-Performance Analysis* untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap kinerja jaringan Speedy di Bandung. Hasil penghitungan berdasarkan 400 kuesioner yang berisi 14 item pertanyaan, yang selanjutnya akan diolah dengan *software SPSS*. *Importance-Performance Analysis* merupakan metode analisis yang menggunakan diagram kartesius yang dibagi menjadi 4 kuadran. Hasil olah data akan menentukan bagaimana kinerja perusahaan terhadap kepuasan yang diterima pelanggan yang menggunakan jasa/layanan dari perusahaan tersebut.

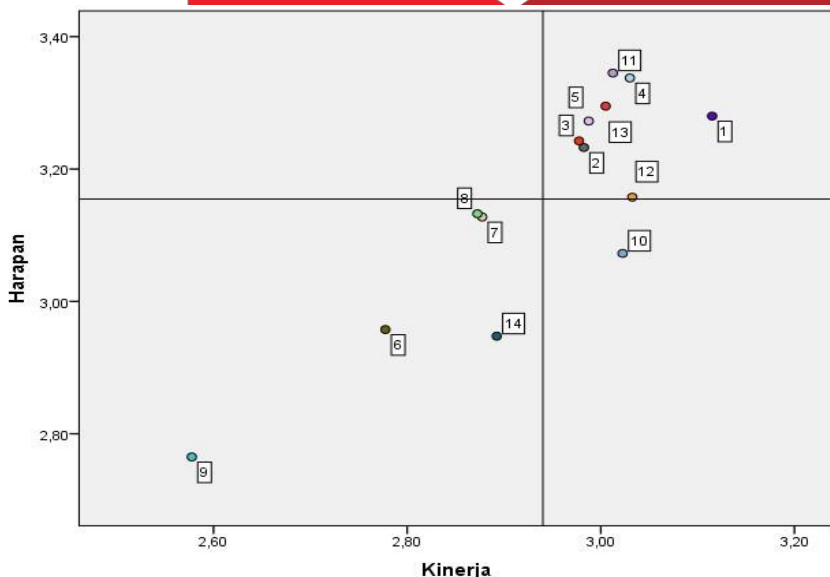
Untuk mendapatkan hasil data pada diagram, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mendapatkan nilai rata-rata dari masing-masing pertanyaan baik itu harapan maupun kinerja. Setelah rata-rata dari setiap pertanyaan didapatkan, selanjutnya hitung jumlah dari rata-rata harapan dan juga rata-rata dari kinerja. Lalu hasil penjumlahan tersebut dibagi dengan banyaknya item kuesioner (14) untuk mendapatkan nilai *c-line*. *C-line* merupakan garis yang akan menjadi sumbu X dan Y dalam diagram.

Harapan		Kinerja	
Pernyataan	Means	Pernyataan	Means
Q1	3,28	Q1	3,12
Q2	3,23	Q2	2,98
Q3	3,24	Q3	2,98
Q4	3,34	Q4	3,03
Q5	3,27	Q5	2,99
Q6	2,96	Q6	2,78
Q7	3,13	Q7	2,88
Q8	3,13	Q8	2,87
Q9	2,77	Q9	2,58
Q10	3,07	Q10	3,02

Q11	3,35	Q11	3,01
Q12	3,16	Q12	3,03
Q13	3,30	Q13	3,01
Q14	2,95	Q14	2,89
sum	44,17	sum	41,16
c-line	3,15	c-line	2,94

Tabel 3.1 Penghitungan C-line
 Sumber: Data olahan peneliti

Garis-garis C-line tersebut akan berpotongan dan membentuk 4 kuadran pada diagram kartesius. Masing-masing item pernyataan akan menempati salah satu kuadran tersebut, tergantung dari jawaban yang diberikan konsumen pada setiap item.



Gambar 3.1 Kuadran Kartesius
 Sumber: Data olahan peneliti

Pada kuadran kartesius item 1, 2, 3, 4, 5, 11, 12, dan 13 menempati kuadran B, yaitu kuadran “Keep up with the good work” (pertahankan prestasi). Hal ini berarti bahwa kinerja dari Speedy sudah dinilai baik oleh konsumen dan sebaiknya pihak perusahaan dapat mempertahankan kinerja yang baik tersebut. Sedangkan item 6, 7, 8, 9, dan 14 menempati kuadran C, yaitu kuadran “Low Priority” (prioritas rendah). Beberapa item pernyataan dinilai tidak terlalu penting bagi beberapa pelanggan, ini juga berarti bahwa beberapa kinerja yang dilakukan Speedy belum bisa memberikan kepuasan untuk para pelanggan. Kemudian terakhir item nomor 10 menempati bagian di kuadran D, yaitu kuadran “Possibly Overkill” (terlalu berlebih), ini berarti bahwa item nomor 10 tidak terlalu mendapatkan perhatian dari konsumen, atau masih ada hal lain yang masih harus dijadikan prioritas pihak perusahaan untuk ditingkatkan.

4. Kesimpulan

Kualitas layanan jaringan Telkom Speedy di Kota Bandung sudah cukup baik. Dapat terlihat dari variable-variable pada penelitian ini, untuk variabel *connection establishment* (X1) sudah mendapat kriteria baik, itu berarti koneksi dan sinyal Telkom Speedy di Kota Bandung sudah baik, lalu dari variabel *information transfer* (X2) juga sudah mendapat kriteria baik, itu berarti kecepatan, kestabilan, dan kuota jaringan Telkom speedy sudah sesuai dengan harapan konsumen, dan yang terakhir pada variabel *connection release* (X3) juga mendapat kriteria baik, ini

juga memberikan keterangan bahwa kinerja Telkom Speedy untuk memberikan fasilitas keamanan pada penggunaan jaringan dan virus sudah dirasa baik oleh para pelanggannya.

Daftar Pustaka

- [1] Oodan, A. Ward, K. Savolaine, C. Daneshmand, M. & Hoath, P. (2003). *Telecommunications Quality of Service Management*. London : The Institution of Electrical Engineers.
- [2] Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business (buku 1, edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat.
- [3] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : ALFABETA.
- [4] Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality, Satisfaction (edisi 3)*. Yogyakarta : ANDI.karan, Uma. (2006). *Research Methods For Business (buku 1, edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat.

