

## Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Speedy di Jakarta Pusat

Muhammad Rizki A. Djanaik, Endang Sofyan Ir., MBT

Fakultas Ekonomi, dan Bisnis Universitas Telkom  
mrizkiad@telkomuniversity.ac.id

### ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja yang dirasakannya setelah pemakaian. Banyak faktor yang menentukan kepuasan pelanggan, diantaranya adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa, kualitas barang, harga, atau faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Dalam penelitian ini akan menggunakan variabel Service Quality dan Connection Quality pada Speedy.

Analisis diagram kartesius (*importance and performance matrix*) merupakan metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan membandingkan tingkat kepentingan pelanggan (*customer expectation*) dengan kinerja perusahaan yang secara aktual dirasakan pelanggan. Dengan mengukur tingkat kepentingan diharapkan perusahaan dapat menangkap persepsi yang lebih jelas mengenai pentingnya variabel tersebut di mata pelanggan. Selanjutnya, perusahaan dapat mengkaitkan pentingnya variabel ini dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis diagram kartesius, terdapat 2 indikator Service Quality dan 2 indikator Connection Quality yang berada pada kuadran A. Indikator-indikator tersebut merupakan hal yang dianggap kurang memberikan kepuasan pelanggan Speedy di Jakarta Pusat padahal menurut pelanggan tingkat kepentingannya mencapai 4.90. Tetapi Speedy hanya mampu memberikan tingkat kepuasan sebesar 3.90. Sehingga Speedy perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya untuk meningkatkan performa indikator-indikator yang masuk pada kuadran A.

**Kata kunci :** *diagram kartesius, analisis kepuasan pelanggan, Telkom Speedy*

### ABSTRACT

Customer satisfaction is the customer response to the previous correspondence between the level of interest and performance is felt after using a service. Many factors determine customer satisfaction, such as; customer perceptions about the quality of service, quality of goods, prices, or the factors that are personal and situational. In this research will use variable Service Quality and Connection Quality on Speedy.

Cartesian diagram analysis (*importance and performance matrix*) is a method measuring customer satisfaction by comparing the level of importance with the company's actual performance level of perceived customer. By measuring the level of interest in expected service, the company can capture a clearer perception of the importance of this variable with the fact of perceived customer.

Based on the cartesian diagram analysis, there are 2 indicators Service Quality dan 2 indicators Connection Quality that stayed pada quadrant A. These indicators it is considered to be less at giving satisfaction on Speedy customers in Central Jakarta, eventhough based on importance level from customer reach 4.90 point. However, the company only able to given level of performance 3,90 point. In other words, Speedy needs to concentrate for allocating more resources to increase the performance on these indicators that stayed in quadrant A.

**Key Words :** *Cartesian digram, customer satisfaction analysis, Telkom Speedy*

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk memperhatikan dan melayani seorang konsumen dengan lebih baik daripada kompetitor mereka. Selain itu jumlah kompetitor-kompetitor baru yang semakin banyak membuat perusahaan yang dapat bertahan dalam kompetisi seperti ini adalah perusahaan yang mengutamakan kualitas akan produk atau jasa yang dihasilkan, karena kualitas pelayanan inilah yang akan menentukan kesuksesan suatu perusahaan.

Salah satu perusahaan penyedia jasa pelayanan adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia telah memiliki berbagai macam produk. Produk Telkom sendiri terbagi ke dalam beberapa bagian diantaranya, sambungan telepon nirkabel (Fixed Wireless-Flexi), data dan internet, jaringan dan interkoneksi, dan seluler. Salah satu layanan jasa layanan internet dari PT. Telekomunikasi Indonesia yakni Telkom Speedy pada tahun 2004. Telkom Speedy di Jakarta Pusat pada tahun 2014 mengalami jumlah komplain yang tinggi yakni 7,65% dari jumlah pelanggannya. Padahal Jakarta Pusat merupakan pusat bisnis dimana sangat membutuhkan layanan internet yang baik.

*Sumber : Telkom Jakarta*

Adapun. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah;

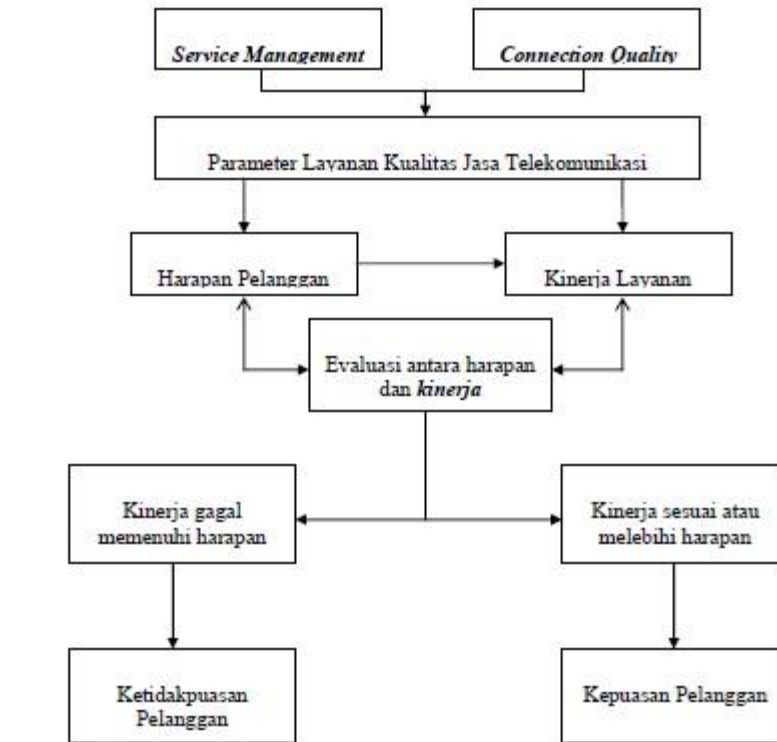
- 1) Mengeahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Telkom Speedy.
- 2) Menganalisis indikator yang perlu dipertahankan Speedy dalam kepuasan pelanggan
- 3) Menganalisis yang perlu ditingkatkan Speedy dalam kepuasan pelanggan

Maka berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ;  
**“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA TELKOM SPEEDY DI JAKARTA PUSAT”**.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan Speedy di Jakarta Pusat peneliti mengambil sampel sebanyak 400 responden yang dimana menggunakan teknik sampling dengan *Accidental Sampling* yakni mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan pelanggan Telkom Speedy. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dimana untuk mencari deskripsi yang tepat dan cukup dari semua aktivitas, objek, proses, dan manusia.

**2. METODE PENELITIAN**

**2.1. Kerangka Penelitian**



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

**2.2 Jenis Data**

**2.2.1 Data Primer**

Pada penelitian ini data primer diperoleh dari sumber PT. Telkom tbk di Jakarta serta hasil pengisian kuesioner untuk mengetahui kualitas pelayanan, dan kepuasan kosumen pengguna layanan internet Telkom Speedy di Jakarta Pusat.

**2.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan jumlah pengguna layanan internet Speedy, deskripsi perusahaan dan data mengenai faktor – faktor yang berasal dari buku, jurnal dan sumber – sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

**2.3 Populasi dan Sampel**

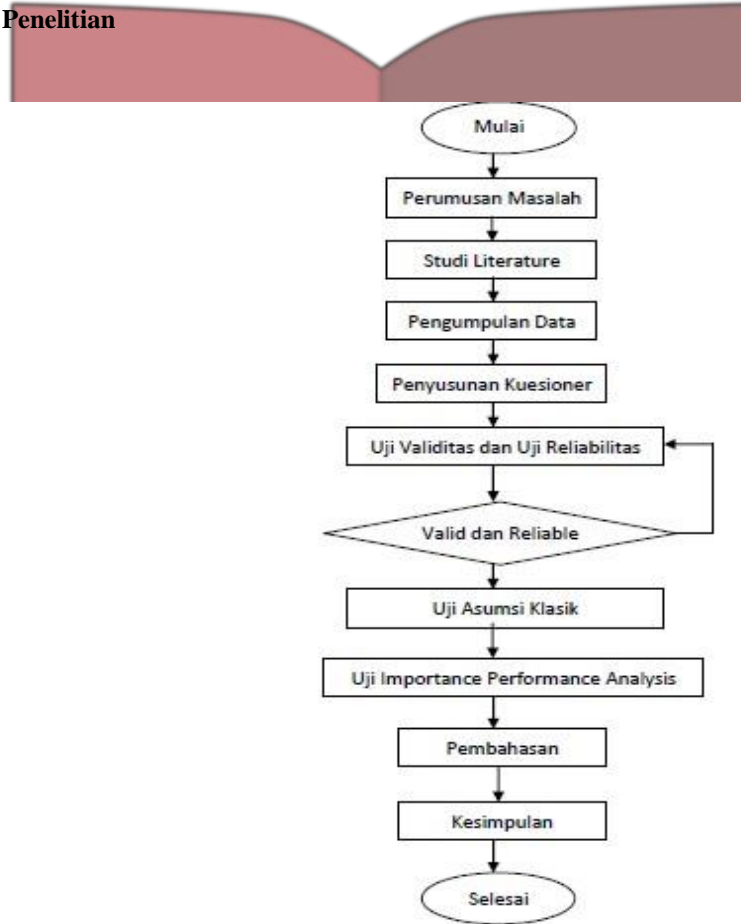
**2.3.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Telkom Speedy yang telah menggunakan Speedy yang berdomisili di Jakarta Pusat. Populasi ini juga bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pendidikan. Populasi yang terdapat pada pelanggan Speedy di Jakarta Pusat berjumlah 49.886 orang.

**2.3.2 Sampel**

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Telkom Speedy yang berdomisili di Jakarta Pusat. Dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* yang dilakukan dalam mengambil sampel yaitu responden yang diteliti adalah pelanggan yang telah menggunakan Speedy yang berdomisili di Jakarta Pusat.

**2.4 Tahapan Penelitian**



Gambar 2. Tahapan Penelitian

**2.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

**a. The Matrix**

“Jasa telekomunikasi dapat dibagi menjadi identifikasi unik yakni “service function” yang merupakan jumlah layanan .... 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”. Oodan, Savolaine, Daneshman, dan Hoath (2009:53).

Service Quality Criteria		Speed	Accuracy	Availability	Realibility	Security	Simplicity	Flexibility
Service Function								
Service Management	Sales and pre-contract activities							
	Provision							
	Alteration							
	Service Support							
	Repair							
Connection quality	Cassation							
	Connection Establishment							
	Information Transfer							
	Connection Release							
Charging and Billing								
Network/ Service Management by Customers								

Gambar 3 Matrix Layanan Kualitas Jasa Telekomunikasi

1) Service Management

- a) Sales and pre-contract activities. Dalam hubungan bisnis antara penyedia layanan dan pelanggan untuk penyediaan pasokan dan pemeliharaan layanan tahap pertama adalah penjualan. Pada tahap ini, pelanggan disediakan informasi tentang fitur informasi, keterbatasan, dan setiap perubahan yang direncanakan dalam fitur layanan atau kemampuan untuk masa depan, pasokan biaya awal, sewa (jika ada), pengaturan pemeliharaan dan tingkat kualitas yang diharapkan.
- b) Provision adalah menyiapkan, oleh operator seluler, dari semua komponen yang diperlukan untuk keperluan operasi dan pemeliharaan layanan, seperti yang didefinisikan dalam spesifikasi layanan dan untuk digunakan oleh pelanggan.
- c) Alteration. Selama siklus hidup dari hubungan bisnis antara pelanggan dan penyedia layanan mungkin ada kesempatan ketika pelanggan membutuhkan perubahan fitur layanan atau jasa.
- d) Service Support. Berikut yang termasuk dalam service support :
  - 1. Pertanyaan pada pengoperasian layanan.
  - 2. Dikumentasi operasi layanan dan hal lain yang relevan.
  - 3. Prosedur untuk membuat dan menindak lanjuti pengaduan.
  - 4. Pencegahan maintenance.
- e) Repair. Hal ini mencakup semua kegiatan yang berhubungan dengan perbaikan dari layanan instan yang tidak menawarkan satu atau lebih dari fitur tertentu ke layanan fitur ini untuk dikembalikan dan digunakan oleh pelanggan.
- f) Dalam product life cycle, dalam hubungan bisnis antara pelanggan dengan penyedia layanan servis terakhir yang logis adalah penghentian layanan. Semua klausa kontrak berakhir dengan berhentinya layanan.

2) Connection Quality

- a) Connection establishment, Semua kegiatan yang terkait dengan penetapan layanan telekomunikasi.
- b) Information transfer. Fungsi pelayanan ini mungkin yang paling sensitif terhadap pelanggan, kelompok bersama-sama semua ukuran kualitas yang mempengaruhi transfer informasi.
- c) Connection release. Semua kegiatan yang terkait dengan pelepasan dari koneksi instan yang dikembalikan ke keadaan tidak aktif. Pengukuran kinerja mencakup kesesuaian dengan jangka waktu tertentu (dalam batasan) untuk pelepasan dan urutan pelepasan tersebut dilakukan elemen yang berbeda dalam jaringan.
- d) Charging and Billing. Hal ini berkaitan dengan semua aspek yang terkait dengan pengisian dan penagihan.

- e) Network / Service management by the customers. Dengan meningkatnya kecanggihan di bidang jasa telekomunikasi, beberapa kontrol dari layanan ini diberikan kepada pelanggan, misalnya kontrol routing pengaturan untuk layanan freephone.

#### **b. Quality Kriteria**

- a) Speed. Kriteria kualitas ini diungkapkan oleh waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan salah satu service function.
- b) Accuracy. Kriteria kualitas ini berkaitan dengan ketepatan dan kelengkapan dalam menjalankan fungsi komunikasi.
- c) Availability, adalah kemungkinan dimana komponen yang relevan dari service function dapat diakses untuk kepentingan pelanggan saat permintaan.
- d) Reliability, adalah kemungkinan fungsi layanan yang memperlihatkan dalam batas-batas tertentu untuk kecepatan, keakuratan atau ketersediaan dalam suatu periode tertentu.
- e) Security. Kriteria kualitas ini berkaitan dengan kerahasiaan dimana fungsi pelayanan dilakukan. Tidak ada informasi yang diberikan kepada pihak yang tidak diinginkan.
- f) Simplicity. Kemudahan dalam penerapan fungsi layanan. Kriteria kualitas ini menyangkut aspek ergonomis dimana fitur layanan ditangani oleh penyedia layanan. Hal ini juga mencakup persyaratan yang disukai pelanggan untuk layanan tertentu.
- g) Flexibility. Kriteria kualitas ini tergabung bersama persyaratan opsional pelanggan terkait dengan pelayanan

### **2.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas *Customer Satisfaction Index* dan analisis matrix *Importance Performance Analysis* dengan alat analisis SPSS versi 15.

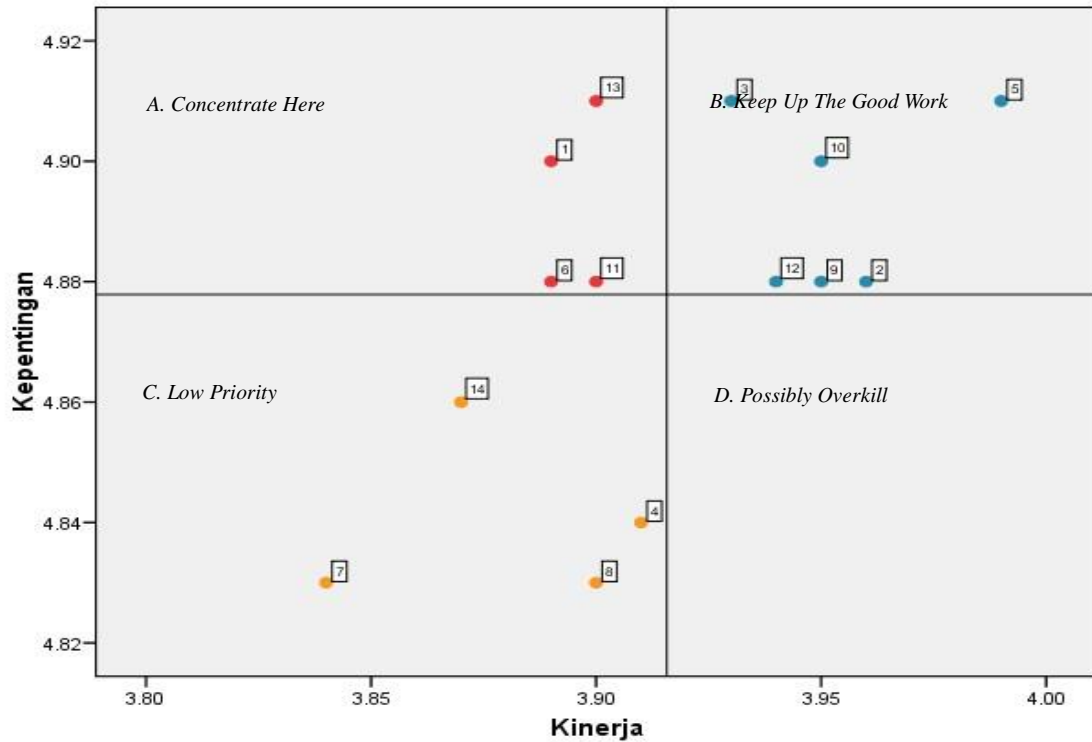
#### **2.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas data berfungsi mengetahui derajat ketepatan data dari hasil pengukuran sampel dengan konsep pengukuran. Hasil uji Validitas untuk 7 indikator Service Quality dan 7 indikator Connection Quality adalah valid.

#### **2.6.2 Uji Reliabilitas**

Uji realibilitas adalah alat untuk mengetahui derajat kehandalan data dari hasil pengukuran sampel yang berguna untuk melihat konsistensi pengukuran. Hasil Uji Reliabilitas untuk Variable Service Management adalah cukup reliable, sedangkan variable Connection Quality adalah reliable.

3. PEMBAHASAN



Gambar 4. Diagram Kartesius  
 Sumber : data yang telah diolah

Berdasarkan Gambar 3. terdapat empat indikator yang berada pada kuadran A dimana pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan. Indikator yang perlu diperhatikan Speedy adalah sebagai berikut:

3.1 Prioritas Utama

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan. Indikator yang perlu diperhatikan Speedy adalah sebagai berikut:

- a) Proses aktivasi layanan Speedy cepat. (1)
- b) Keandalan layanan Speedy setelah aktivasi layanan (6)
- c) Ketersediaan jaringan Speedy saat penggunaan (11)
- d) Keandalan koneksi Speedy. (13)

3.1 Pertahankan Prestasi

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen. Adapun indikator yang menurut pelanggan sudah baik dan tidak memiliki masalah:

- a) Kesesuaian layanan yang diberikan Speedy dengan layanan yang diinformasikan. (2)
- b) Kemudahan prosedur aktivasi layanan Speedy. (3)
- c) Proses aktivasi layanan Speedy dapat dilakukan kapan saja.(5)
- d) Kesesuaian layanan Speedy dengan yang dijanjikan.(9)



- e) Kemudahan pelanggan Speedy memperoleh informasi yang dibutuhkan.(10)
- f) Speedy dapat digunakan dimana saja.(12)

### 3.3 Prioritas Rendah

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting. Adapun indikator-indikator yang terdapat pada kuadran ini:

- a) Ketersediaan layanan Speedy sesuai dengan keinginan pelanggan.(4)
- b) Kerahasiaan data pelanggan Speedy terjamin.(7)
- c) Koneksi internet Speedy cepat.(8)
- d) Kerahasiaan data informasi yang digunakan pelanggan Speedy terjamin.(14)

### 3.4 Berlebihan

Pada kuadran ini tidak ditemukan indikator-indikator yang memiliki tingkat kepuasan dan kepentingan yang berlebihan. Dengan kata lain Speedy telah mengalokasikan sumber daya yang terkait pada layanan mereka kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

### 3.5 Customer Satisfaction Index

Hasil perhitungan CSI (Customer Satisfaction Index) pelanggan Speedy dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

No	Indikator	Kepentingan (I)	Kinerja (P)	Skor (S) I x P
<b>Variabel Service Management</b>				
1	Proses aktivasi layanan Speedy cepat.	4,90	3,89	19,06
2	Kesesuaian layanan yang diberikan Speedy dengan layananyangdiinformasikan.	4,88	3,95	19,27
3	Kemudahan prosedur aktivasi layanan Speedy.	4,91	3,93	19,29
4	Ketersediaan layanan Speedy sesuai dengan keinginan pelanggan.	4,82	3,91	18,84
5	Proses aktivasi layanan Speedy dapat dilakukan kapan saja.	4,91	3,99	19,59
6	Kehandalan layanan Speedy setelah aktivasi layanan.	4,88	3,89	18,98
7	Kerahasiaan data pelanggan Speedy terjamin.	4,83	3,84	18,54
<b>Variabel Connection Quality</b>				
1	Koneksi internet Speedy cepat.	4,83	3,90	18,83
2	Kesesuaian layanan Speedy dengan yang dijanjikan.	4,88	3,95	19,27
3	Kemudahan pelanggan Speedy memperoleh informasi yang dibutuhkan.	4,90	3,95	19,35
4	Ketersediaan jaringan Speedy saat penggunaan.	4,88	3,90	19,03
5	Speedy dapat digunakan dimana saja.	4,88	3,94	19,22
6	Kehandalan koneksi Speedy.	4,91	3,90	19,14
7	Kerahasiaan data informasi yang	4,86	3,87	18,80



	digunakan pelanggan Speedy terjamin.		
Total		68.33	267,21

Tabel 1. *Customer Satisfaction Index*

Sumber : data yang telah diolah

CSI :  $\frac{267,21}{500} \times 100\% = 78,21\%$



Nilai CSI yang diperoleh adalah 78,21%. Hal ini menggambarkan pelanggan Speedy cukup puas atas kinerja layanan yang diberikan oleh Speedy. Untuk memberikan kepuasan yang lebih, maka Speedy harus memperbaiki kinerja layanan yang belum memberikan kepuasan pelanggan

**4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan metode Customer Satisfaction Index sebesar 78,21 %, yang artinya pelanggan sudah cukup puas.
- b) Speedy perlu meningkatkan 4 indikator yang di anggap penting dan perlu diperbaiki pada pengolahan data dengan metode Importance Performance Analysis karena kurangnya pelayanan kepada pelanggan, yakni pada indikator proses aktivasi layanan Speedy cepat, kehandalan layanan Speedy setelah aktivasi layanan, ketersediaan jaringan Speedy saat penggunaan, dan kehandalan koneksi Speedy.
- c) Speedy perlu mempertahankan 6 indikator yang di anggap sudah baik pada pengolahan data dengan metode Importance Performance Analysis karena pelayanan yang diberikan sudah memuaskan pelanggan, yakni pada indikator kesesuaian layanan yang diberikan Speedy dengan layanan yang diinformasikan, kemudahan prosedur aktivasi layanan Speedy, proses aktivasi layanan Speedy dapat dilakukan kapan saja, kesesuaian layanan Speedy dengan yang dijanjikan, kemudahan pelanggan Speedy memperoleh informasi yang dibutuhkan, dan speedy dapat digunakan dimana saja.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi Kelima. Jakarta, Penerbit Rineka Cipta.
- Arikunto S, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta
- Djarwanto. (1993). *Metode Penelitian*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam, (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2008). *Modal Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver.16.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Husaini, Usman. (2008). *Manajemen, Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran* Edisi 11. Jakarta:PT, Indeks
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kountur, Ronny. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit PPM
- Lovelock, Christoper dan Lauren K. Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Cetakan Kedua*, Jakarta: Indeks
- Oodan, A., Ward, K., Savolaine, C., Daneshman, M., & Hoath, P. (2009). *Telecommunication Quality of Service Management (new cover ed)*. London, United Kingdom : The Institution of Engineering and Technology.
- Sinollah (2011), Analisis kepuasan pelanggan multilevel marketing dengan metode diagram kartesius (Matrix Importane and Performance) survey pada pelanggan/distributor PT. Centranusa Insan Cemerlang (CNI) dan PT. Harmoni Dinamika (HD) di kota Malang, Malang, Universitas Brawijaya.
- Sugiyono, (2006), *Statistika Untuk Penelitian*, (Cetakan ke-7). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. (Cetakan Ke-11). Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya UI.
- Sutrisno Hadi. (1997). *Metode Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Fisiologi UGM
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, Bitner & Gremler (2009), *Service Marketing*. Singapore: McGraw Hill.

