

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi komunikasi pada saat ini sangat memungkinkan penggunaan berbagai macam media komunikasi untuk menyampaikan pesan. Salah satu media baru yang saat ini mulai banyak digunakan adalah internet. Kiryanto (2008:239) menyatakan, internet adalah jaringan global dari komputer-komputer yang saling terhubung di mana individu yang terhubung dengan sebuah jaringan yang berkomunikasi dengan komputer mana pun dari ribuan komputer lain jika jaringan tersebut juga tersambungkan dengan berbagai jaringan.

Dengan adanya teknologi komunikasi, akan membuka mata dunia dengan dunia baru dan interaksi baru. Hadirnya internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi oprasional sebagai masyarakat yaitu sebagai sarana komunikasi di mana dengan mengakses internet masyarakat bisa berkomunikasi dengan orang-orang tanpa mengenal batas tempat dan waktu.

Untuk mengakses internet memerlukan alat koneksinya, yaitu *modulator demodulator* atau yang biasa dikenal dengan modem. Secara umum modem adalah suatu piranti komputer yang paling banyak digunakan untuk melakukan koneksi ke internet. Jadi untuk mengakses internet masyarakat memerlukan modem sebagai alat penyambungannya.

Banyak perusahaan telekomunikasi yang mengeluarkan produk tersebut, dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan. Salah satunya adalah PT Telkom, perusahaan tersebut mengeluarkan produk yang bernama *speedy*. Telkom speedy dengan basis teknologi *Asymetric Digital Subscriber line (ADSL)*, yang dapat menyatukan data suara secara simultan melalui satuan saluran telepon biasa dengan kecepatan maksimal (Panduan Telkom, 2003:57)

Pelanggan merupakan bagian terpenting dalam keberhasilan suatu perusahaan, oleh karena itu pelanggan perlu mendapatkan perhatian khusus di dalam memberikan layanan yang memuaskan, agar pelanggan tidak kecewa dengan pelayanan tersebut. Bila pelayanan (*Service*) tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka di mata pelanggan pelayanan yang diberikan dinilai buruk.

Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan puas, karena peluang yang terbaik untuk meningkatkan citra perusahaan salah satunya dengan cara mendapatkan opini yang baik dari pelanggan dengan pelayanan dari produk dan *Customer service*.

Namun pada kenyataannya masih terdapat permasalahan yang dihadapi oleh pihak Telkom yang berkaitan dengan pelayanan. Hasil observasi awal penulis, akses atau koneksi Speedy yang termasuk kategori lambat. Pelanggan atau konsumen tertarik karena promo yang gencar. Akan tetapi untuk *download* file kecil saja harus memakan waktu yang lama karena aksesnya yang lambat. Sama halnya yang dialami oleh kartika seorang mahasiswi yang sudah berlangganan satu tahun “sudah membayar tagihan satu bulan tetapi *download* file

kecil saja harus memakan waktu yang lama karena kecepatannya yang hanya 5-10 Kbps” Bukan hanya itu, Seperti yang dialami oleh Laras seorang karyawan bank swasta yang sudah berlangganan Produk Speedy selama dua tahun “Jika jaringan teleponnya mengalami masalah maka akan berdampak terhadap koneksi internetnya atau bahkan sebaliknya dan juga jika cuaca sedang hujan maka internet tidak ada koneksi sama sekali” Itu sangat berbeda dengan promo yang diberikan seperti iklan tv, brosur. Ini cukup meresahkan pelanggan, di tengah promosi yang gencar dari pihak Telkom, ternyata pelayanannya belum memuaskan pelanggan. Jika masalah layanan ini tidak segera diperbaiki, pihak Telkom sendiri yang akan rugi karena pelanggan akan mulai pindah ke produk lain.

Yang kedua, penulis mendapatkan informasi melalui forum online detikforum.com yaitu pelayanan internet speedy mulai mengecewakan para pelanggan, tidak hanya koneksi yang sering putus tetapi juga pada customer service nya. Promosi dan iklan-iklan Speedy terkesan tidak sesuai dengan pelayanan produk yang diberikan kepada pelanggannya mereka berhasil memuaskan. Pelanggan atau konsumen merasa dirugikan, karena telah memilih Speedy. Ada seseorang pelanggan yang memposting kekecewaannya di detikforum.com yang mengatakan Speedy hanya bagus di beberapa hari setelah menjadi pelanggan. Pada saat mengadu kepada pihak telkom “Keluhan anda akan kami catat dan kami teruskan ke bagian teknisi dalam waktu paling lama 3X24 jam”. Sama dengan yang dialami oleh Royan seorang mahasiswa yang memiliki masalah terhadap koneksinya lalu *complain* terhadap pihak Telkom dan hanya

dibalas dengan pernyataan “anda harus membayar tagihan bulan selanjutnya” padahal pelanggan tersebut baru saja beberapa hari membayar tagihannya.

Penulis berkesimpulan bahwa ini perlu ditarik kepermukaan, karena pentingnya kepuasan suatu pelanggan terhadap produk dan pelayanan *Customer Service* akan berdampak buruk terhadap citra perusahaan. Seharusnya kasus ini mendapatkan penanganan, tetapi apa yang dialami oleh pelanggan dari observasi awal penulis masih kurang memuaskan. Maka penulis berkesimpulan untuk meneliti kasus ini, dan menjadikan pelanggan Speedy yang mengunjungi kantor pelayanan di daerah BSD Tangerang Selatan sebagai responden penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka pokok permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap Produk speedy PT. Telkom tbk
2. Sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap Pelayanan keluhan customer service di kantor pelayanan PT. Telkom tbk cabang BSD

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap produk Speedy

2. Untuk Mengetahui Sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan keluhan customer service di kantor pelayanan PT. Telkom Tbk cabang BSD.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memeberikan masukan dan mengembangkan ilmu komunikasi khususnya pada pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan sumbang saran atau bantuan berupa masukan para pengguna jasa Speedy PT. Telkom tbk dalam memberikan layanan yang baik sehingga pelanggan menjadi merasa terpuaskan kebutuhannya dan pelanggan menjadi bersifat loyal terhadap merek-merek produk dari PT. Telkom tbk.

1.5 Sistematika Penulisan

Pemaparan keseluruhan isi proposal penelitian ini dipilah menjadi bab per bab, dimana sistematikanya adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, dengan disertai indentifikasi masalah, perumusan masalah dan keterbatasannya. Dalam bab ini dikemukakan pula tujuan penelitian serta mamfaat dari penelitian yang dilakukan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan landasan teori yang menunjang pembahasan yang meliputi konsep-konsep

3. BAB III METODE PENELITIAN

Membahas cara-cara penulis mengumpulkan data guna menunjang penelitian dan memberikan gambaran singkat mengenai permasalahan yang di bahas.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Berisi mengenai hasil penelitian yang mencakup gambaran subjek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

5. BAB V PENUTUP

Bab penutup ini berisi kesimpulan yang didapatkan penulis dalam penelitian dan saran penulis untuk kemajuan perusahaan.