



PERAN PENTING TENTANG KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNA PELAYANAN JASA WIFI INDIHOME PT .TELKOM KABUPATEN OKU TIMUR

Deviana Susanti¹, Wihana², Reka Malinda³

^{1,2}Program Studi Manajemen, STIE Trisna Negara, OKU Timur, Sumatera Selatan

^{1,2}Jl. M.P. Bangsa Raja No. 27 Belitang, OKU Timur, Sumatera Selatan

Email: devianasusanti260@gmail.com

Abstrak

Pada penelitian ini berjudul "Peran Penting tentang Kepuasan Masyarakat Terhadap Pengguna Pelayanan Jasa wifi Indihome PT. Telkom Kabupaten oku timur. Penelitian tersebut merupakan bentuk kerjasama serta dapat mengapresiasi pentingnya pelayanan jasa pada masyarakat yang dalam hal ini menggunakan jasa internet indihome dari PT.Telkom yang sangat cepat prosesnya dan sangat bermutu serta berkualitas khususnya untuk koneksi internet yang memiliki kecepatan tinggi hingga 100 Mbps. Peran ini adalah seberapa besar kepuasan masyarakat sebagai pengguna pelayanan jasa tersebut, karena ini merupakan kunci sukses dalam segala hal dan sangat berpengaruh dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan besar yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. PT Telkom yang dalam hal ini sebagai penyedia layanan dengan merek indihome yang melalui anak perusahaan. Indihome merupakan layanan digital terdepan yang menggunakan teknologi yang handal dalam bidangnya dan salah satu inovasi produk yang selalu disesuaikan dengan berbagai karakter dalam tingkat kebutuhan masyarakat, baik kalangan rendah, sedang maupun atas dan semua itu tidak dapat dipisahkan dari teknologi yang sekarang ini sangat diperlukan bukan hanya pembisnis dan sekedar pengguna yaitu dalam teknologi Digital yang sekarang menjadi andalan serta program dalam tujuan utama untuk memudahkan segala urusan agar selesai dengan cepat.

Kata Kunci : kualitas produk, kepuasan Masyarakat

Abstract

In this study entitled "The Important Role of Community Satisfaction with Indihome Wifi Service Users PT. Telkom East Oku Regency. This research is a form of collaboration and can appreciate the importance of service to the community, which in this case uses indihome internet services from PT. Telkom, which are very fast in process and very high quality and quality, especially for internet connections that have high speeds of up to 100 Mbps. This role is how much the community is satisfied as users of these services, because this is the key to success in all matters and is very influential in facing increasingly fierce and large competition in East Ogan Komering Ulu Regency. PT Telkom, in this case, is a service provider with the indihome brand through its subsidiaries. Indihome is a leading digital service that uses technology that is reliable in its field and one of the product innovations that is always adapted to various characters at the level of community needs, both low, medium and high class and all of that cannot be separated from technology which is very much needed

right now, right? only business people and just users, namely in Digital technology which is now a mainstay as well as programs with the main goal of facilitating all matters so that they are completed quickly.

Keywords: *product quality, community satisfaction*

PENDAHULUAN

Di era Globalisasi yang sekarang ini sangat berkembang pesat akan teknologi di Indonesia yang semakin berevolusi secara terus menerus mengikuti perkembangan zaman, bahkan sekarang ini semakin mendunia, dan PT Telkom Indonesia (persero) Tbk (telkom) adalah Badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam hal ini di bidang jasa pada pelayanan teknologi informasi serta komunikasi jaringan di Indonesia, hingga saat ini telkom mengklaim sebagai perusahaan komunikasi yang sangat terbesar di Indonesia dengan jumlah pelanggan yang secara terus menerus mengalami peningkatan baik dari segi telepon seluler atau dari pengguna jasa salah satunya speed yang sekarang ini bernama indihome.

Untuk bisa sebesar saat ini PT. Telkom Indonesia telah melalui rintangan dan bahkan perjalanan yang tidak mudah dan sangat panjang dalam segi prosesnya yang bermula pada tahun 1882 silam. Keberadaannya lantas membuat masyarakat berangsur-angsur memilih teknologi modern sebagai alat komunikasi yang sah. Bahkan saat itu banyak perusahaan swasta yang sudah banyak mendirikan atau menyelenggarakan bisnis telepon. Dalam fungsinya adalah melayani kepentingan orang banyak terutama dalam segi kebutuhan informasi dan komunikasi baik secara lokal, regional, maupun secara internasional dan merupakan peran dalam pendukung pembangunan sektor utama lainnya, dalam pembangunan dan pengembangan telekomunikasi merupakan unsur utama dalam masa era globalisasi dan perdagangan bebas.

Kecepatan pada pelayanan ini adalah suatu tuntutan yang memang harus dipenuhi oleh perusahaan itu sendiri, karena terkadang pelayanan yang lambat selalu dikaitkan dengan kemampuan dan bonafit maka perusahaan kadang berdampak luas menyangkut daya citra pada perusahaan PT. Telkom dan masyarakat luas yang menilai kinerja dari pada perusahaan itu sendiri.

KAJIAN PUSTAKA

(Khoiriah, 2017) Pengertian kepuasan dan loyalitas pelanggan menurut para ahli seperti yang diungkapkan oleh (Fauzi, 2018), Pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja hasil suatu produk dan harapan-harapan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Davis, 2002) merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1. Pelayanan
merupakan pilar utama yang bersifat jasa yang bertujuan memelihara hubungan baik dan meningkatkan hubungan antara produsen dan pelanggan.
2. Kualitas produk
Kualitas produk sangat penting karena merupakan representasi konsumen dengan apa yang produsen buat
3. Harga
Patokan harga menjadi sangat penting di setiap bisnis karena setiap harga yang ditawarkan perusahaan pada konsumen merupakan tolak ukur produk itu sendiri.
4. Promosi dan strategi pemasaran

Merupakan bagaimana kita memberi informasi untuk menawarkan, meningkatkan penjualan lebih tinggi dari biasanya dan menciptakan loyalitas suatu produk kepada konsumen.

Cara mengukur indikator kepuasan pelanggan

a. Kritik dan saran

Bagi produsen wajib memahami segala kritik dan saran, supaya perusahaan lebih berkembang serta maju dalam menerima segala kritik dan saran yang ada yang baik dari pelanggan pengguna jasa, serta dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam masalah produk tersebut maupun jasa

b. Menyewa jasa ghost shopper

Ini merupakan salah satu dari strategi untuk mengetahui dari kualitas pelayanan karyawan kepada konsumen, yaitu dapat berpura-pura menjadi salah satu bagian dari konsumen.

c. Mencari tahu alasan pelanggan

Sebagian pembisnis mungkin pernah mendapati pelanggan yang loyalitas namun dalam beberapa saat mereka kadang malah beralih ke perusahaan lain.

d. Survey Kepuasan pelanggan

Merupakan kumpulan dari beberapa informasi secara rinci dan sesuai dengan kebutuhan produsen yang selalu diinginkan.

Faktor faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas pelayanan

Pelayanan merupakan urutan yang paling atas dalam segi urutan, karena kualitas layanan sangat mempengaruhi dari pada layanan itu sendiri

2. Kemudahan

Kemudahan adalah mendapatkan produk atau jasa, sehingga mudah dalam melakukan segala transaksi

3. Kualitas produk atau jasa

Jasa atau produk adalah merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh pelanggan

(Garaika, 2019; Zarella, 2014) Menurut Hannah dan Karp (1991), untuk menciptakan kepuasan pelanggan suatu perusahaan harus benar benar memenuhi kebutuhan serta keinginan dari konsumen, yang dalam hal ini dibagi menjadi beberapa 3 kategori.

Faktor faktor yang berhubungan dengan produk:

a. Kualitas produk,

b. Hubungan

c. Bentuk produk atau jasa

d. Keandalan

Faktor yang berhubungan dengan pelayanan

1. Jaminan, yang ditawarkan perusahaan untuk harga pembelian atau dapat mengadakan perbaikan terhadap jasa atau suatu produk yang rusak setelah adanya pembelian

2. Respon dari cara pemecahan suatu masalah

Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian

Pengalaman karyawan merupakan hubungan antara pelanggan dan karyawan itu sendiri khususnya dalam segala komunikasi. Kenyamanan serta kemudahan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap jasa atau produk yang dihasilkan oleh Perusahaan. (Jonathan P. Allen, 2019) Strategi

Kepuasan Pelanggan (Menurut Surianto dan Aisyiah, 2009) Dapat memberikan keuntungan yang bagus dan baik bagi perusahaan dalam bentuk shopperan yang lebih besar serta dapat menjadi suatu pelanggan dalam waktu jangka panjang. Dapat dicapai dengan cara memusatkan perhatian penuh kepada pemuasan kebutuha-kebutuhan pelanggan pada tingkat yang lebih tinggi.

Menurut (Putra & Indriyani, 2018; Sangadji & Sopiah, 2013; Setiyaningsih & Koeshatono, 2019) Fandy Tjiptono dan Anastasia Dianan dalam Zulian Yamit (2002:83), mengemukakan perusahaan yang berhasil dalam membentuk fokus kepala kepuasan pelanggan memiliki karakteristik sebagai berikut:

- Visi dan komitmen
- Seajar dengan pelanggan
- Kemauan kengidentifikasi dalam mengatasi masalah pelanggan
- Memanfaatkan segala informassi penting dari palanggan
- Mendekati pelanggan
- Kesanggupan. Kemampuan serta pemberdayaan karyawan
- Kesempurnaan jasa atau produk untuk proses secara terus menerus

METODOLOGI PENELITIAN

Pada metodologi penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan sistem pendekatan secara kualitatif. penelitian ini daiadakan dilokasi PT. Telkom kabupaten ogan komering ulu timur, untuk situs pada penelitian ini adalah karyawan dan customer pada PT. Telkom

Reduksi Data

- A. Melakukan observasi langsung pada PT.Telkom
Untuk mendapatkan gambaran tentang berapa persen kebuasan yang di miliki oleh pelanggan dan mengenai kondisi sebarunya. Kegiatan terdebut dilakukan dengan wawancara dengan pihak perusahaan
- B. Identifikasi dari pada faktoe eksternal dan internal yang mempengaruhi dan selalu berkaitan dengan perusahaan BUMN.
- C. Selalu memilih strategi yang paling tepat dengan cara melihat kondisi dari internal bahkan eksternal dalam perusahaan
- D. Dalam penetapan keputusan yag diambil oleh manajemen dalam pengambilan suatu keputusan baik dari segi formal atau informal.

PEMBAHASAN

PT Telkom dalam melayani masyarakat serta berfokus pada kepuasan pelanggan yang bergerak dalam jasa wifi indihome, selalu mengupayakan yang terbaik untuk yang mencapai tujuan yang telah ditentukan. PT Telkom itu sendiri memiliki target kedepan dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat khususnya dalam dunia digital modern yang sekarang ini sedang berjalan.

- a. Upaya PT Telkom dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Wifi Indihome.
Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa , konsumen umumnya memacu pada berbagai faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur menurut Garvin 1994: Peppard dan rpwland 1995 dalam Tjiptono (2008:25):
 1. Kinerja
 2. Keistimewaan tamabahan

3. Keandalan
 4. Daya Tahan
 5. Layanan
- b. Terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat pada PT Telkom.
- Saat ini koneksi internet dari layanan indihome sudah menggunakan jaringan fiber optik yang tersedia hampir diseluruh kota besar diindonesia, dan memiliki internet unlimited tanpa ada batasan kouta.
- Perubahan selalu terjadi seiring berjalannya waktu serta perkembangan jaman dalam era globalisasi, oleh karena itu organisasi selalu dituntut untuk melakukan berbagai inovasi dalam menghadapi bermacam perubahan yang terjadi.
- Persaingan yang semakin ketat, dapat menyebabkan PT Telkom selalu mengalami tuntutan dari pelanggan itu sendiri yang harus selalu dihadapi apabila tidak ini kehilangan pelanggan itu sendiri.

KESIMPULAN

Kepuasan pelanggan adalah bentuk penunjuk arah serta dorongan untuk memotivasi bagi perusahaan PT.Telkom BUMN dalam menciptakan langkah yang lebih kreatif lagi dan selalu membentu masa depan yang cemerlang, Pelanggan merupakan ujung tombak untuk ikut dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Harus selalu menjaga hubungan dan yang terpenting selalu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, G. B. (2002). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Fauzi, R. I. (2018). *Pengantar Manajemen Edisi Revisi*. (Putri Chistian, Ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Garaika. (2019). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. (Yansahrita, Ed.). Sumatera Selatan: STIE Trisna Ngarra.
- Jonathan P. Allen. (2019). *Digital Entrepreneurship*. New York: Routledge.
- Khoiriah, S. (2017). Pengaruh keragaman produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada “Barokah Mini Market Gunung Terang Di Kabupaten OKU Timur.” *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 15(1), 10–18.
- Putra, K., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2016), 2.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Salemba.
- Setiyaningsih, D. N., & Koeshatono, D. (2019). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi. *Manajemen Pemasaran*, 43, 1–14.
- Zarella, D. (2014). *Social Media Marketing*. Igarss 2014. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>