

Upaya PT. Telkom dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Internet Speedy* Dalam Memuaskan Pelanggan (Studi pada PT. Telkom Malang)

Inda Dwi Oktavianis, Mochammad Makmur, Abdul Wahid

Jurusan Administrasi Public, FIA, Universitas Brawijaya, Malang

Email: Inda Dwi Oktavianis@yahoo. com

Abstract

The times growing increasingly modern technology impact. Speedy service was satisfactory, but there are some drawbacks. Referring to the above problem is necessary efforts PT. Telkom in improving the quality of internet service Speedy in satisfying customers and factors. This research method the authors use this type of qualitative research with descriptive methods. The results described in improving the quality of speedy internet service in satisfying customers that there is still a problem either in the service or product. The role of Customer Service is able to provide the best service to answer any customer problems. Customer satisfaction is the main aim of the PT. Telkom. Besides human resources and adequate application of public trust is a factor of influence in speedy internet service quality improvement. Therefore there is need for additional employees in the field technicians, marketing personnel must comply determined by PT. Telkom and the prices are more in the match again.

Keywords: *Improvement, Quality, service*

Abstrak

Perkembangan zaman semakin berkembang berdampak pada teknologi yang semakin modern. Pelayanan speedy cukup memuaskan, tetapi ada beberapa kekurangan yang dikeluhkan. Mengacu masalah diatas diperlukan upaya PT. Telkom dalam meningkatkan kualitas pelayanan internet Speedy dalam memuaskan pelanggan dan faktornya. Metode penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian dijelaskan dalam meningkatkan kualitas pelayanan internet speedy dalam memuaskan pelanggan yaitu masih terdapat permasalahan baik dalam pelayanan atau dari produknya. Adanya peran dari Customer Service mampu memberikan pelayanan yang terbaik dalam menjawab setiap masalah pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari PT. Telkom. Selain itu sumber daya manusia, aplikasi yang memadai serta kepercayaan masyarakat merupakan faktor pengaruh dalam peningkatan kualitas pelayanan internet speedy. Oleh sebab itu perlu adanya penambahan karyawan dalam bidang teknis, petugas marketing harus sesuai yang ditentukan oleh PT. Telkom serta harga yang lebih di sesuaikan lagi.

Kata Kunci: *Peningkatan, Kualitas, Pelayanan*

Pendahuluan

Kualitas suatu organisasi perlu ditingkatkan dalam pelayanan ke pada masyarakat. Peningkatan kinerja dan profesionalismenya merupakan upaya untuk mencapai kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi suatu keberhasilan dalam melaksanakan pelayanan prima ke pada masyarakat.

Saat ini lingkungan dan dunia usaha berada dalam masa era komunikasi dan

informasi. PT. Telkom sebagai BUMN pemegang jasa telekomunikasi meluncurkan Telkom speedy yang telah memberikan kenikmatan dalam kecepatannya. Telkom Speedy memberikan koneksi internet yang lebih cepat dibanding menggunakan layanan dial-up biasa. Kemajuan teknologi Telekomunikasi saat ini menunjang pelaksanaan pembangunan berupa kebutuhan informasi.

Pelayanan yang diberikan Speedy di pandang cukup memuaskan, terutama dalam hal kecepatan. Tetapi ada beberapa kekurangan yang ada pada produk speedy. Dari hasil penelitian telah ditemukan beberapa keluhan dari konsumen diantaranya, kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan, kurang sigapnya petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan, sebagian besar konsumen mengeluhkan mengenai biaya yang tidak sesuai dengan informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya PT. Telkom dalam meningkatkan kualitas pelayanan internet Speedy dalam memuaskan pelanggan. Mengetahui dan mendeskripsikan yang mempengaruhi PT. Telkom dalam meningkatkan kualitas pelayanan internet Speedy dalam memuaskan pelanggan.

Kajian Pustaka

Pelayanan bertujuan dalam memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan. Sumber Daya manusia adalah Pegawai disemua posisi yang memiliki kapasitas yang bersifat responsive terhadap keinginan pelanggan Dwiyanto (2008, h. 140).

Mengutamakan warganegara di atas kewirausahaan, kewirausahaan memang dalam kenyataannya penting, tetapi warga negara berada di atas segala-galanya, hal ini merupakan salah satu prinsip dari *New Public service*. Denhardt dalam Pasalong (2008, h. 218), menyatakan bahwa "*Public servant do not deliver customers service, they deliver democracy*" yang artinya pelayanan masyarakat tidak memberikan layanan pelanggan, mereka memberikan demokrasi

Agar pelayanan dapat memuaskan pelanggan, petugas harus memenuhi empat syarat pokok pelayanan menurut Moenir (1995, h. 1997) adalah tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan, waktu menyampaikan, keramahmatan.

Pelayanan publik berorientasi pada kepentingan orang banyak harus dilaksanakan dengan tata cara yang baik. Menurut Islamy, dalam Ismail (2010, h. 1) menyatakan lima prinsip pokok dalam pelayanan publik yaitu, Aksestabilitas,

Kontinuitas, Teknikalitas, Profitabilitas, Akuntabilitas. Prinsip yang baik diharapkan menjadi acuan bagi instansi dalam tata laksana pelayanan, hal ini dalam KEPMENPAN No. 81 Tahun 1993 tentang Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum, telah dijelaskan beberapa Prinsip-prinsip pelayanan umum yang baik adalah Prinsip Kesederhanaan, Prinsip Kejelasan dan Kepastian, Prinsip Keterbukaan, Prinsip Efisiensi, Prinsip Ekonomis, Prinsip Keadilan serta Prinsip Ketepatan Waktu.

Masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapat perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk tetap bisa bertahan. Menurut Tjiptono (2005, h. 350) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang telah dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu produk. Sehingga produk atau layanan yang dihasilkan perusahaan harus memenuhi spesifikasi yang ditentukan pelanggan dan dinilai berkualitas, dengan kata lain kualitas harus selalu berfokus pada kepentingan pelanggan menurut Fagenbaum, dalam Nasution (2004, h. 41). Pernyataan diatas menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara kepuasan pelanggan dengan pelayanan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian adalah pada PT Telkom Malang. Sedangkan situs penelitian ini yaitu pada karyawan serta customer PT Telkom Malang.

Pembahasan

1. Upaya PT. Telkom dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Internet Speedy dalam Memuaskan Pelanggan.

Penyediaan sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Apabila sarana tidak mendukung maka upaya pelayanan tidak dapat mencapai sasaran atau tujuan yang ditetapkan. Fagenbaum dalam Nasution (2004, h. 41) menyatakan Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu produk. Sehingga produk atau layanan yang dihasilkan perusahaan harus memenuhi spesifikasi yang ditentukan pelanggan dan dinilai berkualitas, dengan kata lain kualitas harus selalu berfokus pada kepentingan pelanggan.

Peralatan kantor yang memadai akan dapat membantu mempercepat serta memperlancar proses kinerja pegawai. Dengan begitu konsumen dapat terpuaskan. Sarana dan prasarana yang terdapat pada PT. Telkom sangat baik dan peralatannya sudah cukup serta memadai. PT. Telkom memberikan berbagai variasi serta pengembangan produk Speedy agar para pelanggan dapat menikmati layanan yang terus berkembang. Hal ini sangat penting agar pelanggan dapat terpuaskan. Menurut Islamy, dalam Ismail (2010, h. 54) bahwa lima prinsip pokok dalam pelayanan publik yaitu Aksetabilitas, Kontinuitas, Teknikalitas, Profitabilitas, Akuntabilitas. Hal tersebut terbukti dengan adanya produk PT. Telkom yang selalu memberikan mutu terdepan dengan menyediakan variasi yang selalu disesuaikan dengan keinginan pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan pada masyarakat dibidang prosedur dalam pemasangan produk Speedy diwujudkan oleh PT. Telkom sesuai dengan prinsip pelayanan publik dalam KepMenPan No. 81 Tahun 1993, yaitu: 1. Prinsip Kesederhanaan, 2. Prinsip Kejelasan, 3. Kepastian Waktu. Hal ini terbukti adanya kemudahan dalam bidang prosedur pemasangan bukan hanya itu saja tetapi PT. Telkom juga memberikan kemudahan dalam bidang pembayaran serta permasalahan dari pelanggan. Memberikan pelayanan kepada masyarakat agar dapat

memuaskan pelanggan. Sehingga, upaya peningkatan kualitas pelayanan dalam hal pelayanan harus dilakukan Customer Service sesuai dengan peraturan pelayanan. Customer Service berperan memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menanggapi permasalahan dan bertugas untuk menyelesaikan masalah yang dikeluarkan oleh pelanggan.

Kualitas pegawai akan dapat mempengaruhi kinerja dalam pelayanan. Memberikan kualitas pelayanan yang prima PT. Telkom dalam sistem rekrutmennya cukup ketat serta bagi pegawai yang telah bekerja harus mengikuti proses pendidikan dan pelatihan. Dengan begitu karyawan mampu memberikan pelayanan yang prima, hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Dwiyanto (2008, h. 140) SDM: Pegawai di semua posisi yang memiliki kapasitas yang bersifat responsive terhadap keinginan pelanggan. Sehingga dengan tindakan yang dilakukan pegawai dengan merespon keinginan masyarakat maka pegawai harus dapat bertanggungjawab terhadap setiap tugas untuk menyelesaikannya dengan cara tepat waktu.

Adanya disiplin kinerja yang diutamakan hal ini harus menjadi syarat pokok bagi karyawan yang malas. Serta dapat memperbaiki kualitas sumber daya manusia yang lebih baik dalam melayani masyarakat. Bahwa dalam melakukan pekerjaan pegawai dituntut untuk disiplin dan dapat tanggung jawab dengan tugas nya.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat yang Mempengaruhi PT. Telkom dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Internet Speedy dalam Memuaskan Pelanggan.

a. Faktor Pendukung

Secara teoritis banyak alternative yang dapat diambil oleh perusahaan dalam rangka mencapai dan meningkatkan kepuasan konsumen. Upaya untuk mencapai penjualan yang menguntungkan tidak lepas dari kemampuan perusahaan dalam menguasai pemasaran. PT. Telkom harus mampu bersaing dengan provider yang lain serta memenuhi bagaimana keinginan dari pelanggan. Hal ini sama dengan menurut Tjiptono (2005, h. 350),

kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang telah dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, bahwa pelanggan puas dengan produk dari PT. Telkom sesuai apa yang dihasilkan. Dalam memuaskan pelanggan bukan saja menghadapi komplein dari pelanggan, tetapi dengan memahami kondisi masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian bahwa keinginan masyarakat pelanggan Speedy menginginkan harga produk Speedy lebih rendah. Hal ini menjadi salah satu faktor agar pelanggan dapat terpuaskan. PT. Telkom sebagai BUMN pemegang jasa telekomunikasi terbesar memberikan pelayanan teknologi dan informasi dengan mengembangkan produnya yaitu Speedy yang memberikan layanan internet kepada masyarakat. Denhardt dalam Pasalong (2008, h. 218) menyatakan bahwa pelayanan masyarakat tidak memberikan layanan pelanggan, mereka memberikan demokrasi.

Hal ini sama halnya dengan Speedy yang telah bersaing dengan provider lainnya. Masyarakat saat ini telah mengetahui bagaimana suatu produk yang akan dapat menguntungkan serta dapat memberikan kepuasan pelanggan. Produk speedy telah dipercaya masyarakat mampu memberikan pelayanan teknologi informasi selama ini. Terbukti dengan bertambahnya jumlah pelanggan hingga 10 % tiap bulan. Hal ini dikarenakan adanya kepuasan dari masyarakat sehingga terciptalah kepercayaan untuk terus menggunakan produk speedy. Menurut Fagenbaum, dalam Nasution (2004, h. 41) menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila dapat member kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu produk. Sehingga produk atau layanan yang dihasilkan perusahaan harus memenuhi spesifikasi yang ditentukan

pelanggan dan dinilai berkualitas dengan kata lain kualitas harus selalu berfokus pada kepentingan pelanggan.

Dengan demikian untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat harus memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan dapat merasa terpuaskan. Mempertahankan kepercayaan masyarakat harus mampu mempertahankan produk yang telah diluncurkan kepada masyarakat ditinjau dari segi produk, kualitas, pelayanan serta harga.

b. Faktor Penghambat

Pelayanan kepada masyarakat yang dilakukan oleh PT. Telkom memang masih membutuhkan perbaikan untuk memberikan pelayanan yang prima. hal ini terbukti masih banyaknya komplein yang diterima oleh PT. Telkom. Lambatnya dalam mengatasi gangguan serta tidak cepatnya pelayanan yang diberikan yang menjadi salah satu faktor. Komplein ini yang menjadikan para pelanggan tidak terpuaskan. Menurut Tjiptono (2005, h. 350) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang telah dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. kepuasan pelanggan merupakan evaluasi dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan apabila hasilnya tidak memenuhi harapan.

Dalam perakteknya ternyata masalah penanganan komplein terhadap pelanggan petugas kurang sigap. kurang sigapnya para teknisi juga memperlambat proses perbaikan karena tugas teknisi bukan hanya memperbaiki tetapi juga memasang instalasi pemasang modem baru.

Penutup

Upaya PT. Telkom dalam meningkatkan kualitas pelayanan internet Speedy dalam memuaskan pelanggan

Berguna untuk mempermudah, mempercepat serta memperlancar kinerja pegawai dalam peningkatan pelayanannya. pengembangan dari produk speedy dengan berbagai pilihan sesuai dengan kebutuhan selalu dilakukan tiap tahun dari segi prize serta kecepatannya Prosedur dan sistem

layanan. Berbagai inovasi yang diberikan dengan berbagai macam pilihan.

Prosedur pemasangan dapat dilakukan dimana saja atau datang langsung kePlasa Telkom. PT. Telkom memberikan kemudahan dalam hal pembayaran. Peran Customer Service mampu memberikan pelayanan yang terbaik yang mampu menjawab setiap masalah pelanggan.

Disiplin dalam kinerja merupakan tanggung jawab pegawai maka disiplin sangat berpengaruh pada hasil pekerjaan yang diselesaikan. Memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas merupakan kewajiban penting bagi seluruh karyawan PT Telkom.

a. Faktor Pendukung

Berbagai cara menarik minat pelanggan salah satunya dengan promosi yang dilakukan petugas marketing. Faktor kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting, maka dari itu komplein dari pelanggan harus benar-benar menjadi masukkan untuk PT. Telkom. Pelanggan menginginkan informasi yang sesuai dengan informasi produk speedy. Kebebasan dalam menggunakan produk speedy . Keunggulan produk yang berbeda dari produk lainnya. Kepercayaan masyarakat cukup bagus adanya transkip

yang ada per bulan menunjukkan peningkatan mencapai 10%. Mempertahankan kepercayaan pelanggan ditinjau dari segi kualitas produk speedy, baik jaringan, pelayanan, teman-teman teknisi dan karyawan juga harus on time.

b. Faktor Penghambat

Lambatnya penanganan yang dilakukan oleh bagian karyawan PT. Telkom dalam pelayanan gangguan terhadap konsumen, kurang sigapnya pendataan laporan atau pengaduan gangguan yang diterima.

Saran bagi PT Telkom sebaiknya ada penambahan karyawan khususnya dalam bidang teknisi agar komplain yang datang dari pelanggan agar diselesaikan. Petugas marketing dalam memberikan informasi terhadap konsumen atau pelanggan haruslah dengan benar yang sesuai dengan apa yang telah ditentukan oleh PT Telkom. Sebaiknya keinginan pelanggan tentang produk speedy harus di pertimbangkan agar menjadi masukan yang lebih baik karena perusahaan harus mengikuti keinginan pasar. Berbagai harga dari produk speedy masih diatas dari produk yang lain, sebaiknya harga lebih disesuaikan dengan kondisi pasar.

Daftar Pustaka

- Dwiyanto, Agus. (2008) **Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik**. Yogyakarta, Gadjah Mada University Press.
- Ismail, MH dkk. (2010) **Menuju Pelayanan Prima**. Malang, Program Sekolah Demokrasi
- Kepmen Pan **Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum** No. 81 Tahun 1993.
- Nasution M Nur. (2004) **Manajemen Jasa Terpadu**. Bogor, Ghalia Indo
- Pasalong, Herhani. (2008) **Kepemimpinan Birokrasi**. Bandung, Alfabeta
- Tjiptono, Fandy Dan Diana Anastasia. (2005) **Total Quality Management**. Yogyakarta, Andi Offset