

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini iklim kompetisi dalam dunia telekomunikasi semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Dunia yang semakin modern dan serba digital membuat masyarakat mulai beralih untuk menggunakan internet untuk dapat mengakses informasi lebih mudah dan lebih cepat dimana dan kapan pun.

Keadaan ini yang pada akhirnya menjadi tantangan baru bagi pihak perusahaan terutama dibidang menara telekomunikasi, seperti tetap memberikan pelayanan yang akurat demi tetap mempertahankan kepuasan pelanggan seperti perusahaan telekomunikasi yang menggunakan produk menara telekomunikasi.

Situasi persaingan yang semakin ketat antara perusahaan atau institusi penyedia produk ini juga menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggannya. Terdapat banyak produk di berbagai pasar dengan bermacam keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing. Selain itu, untuk memasuki pasar baru memerlukan biaya cukup besar. Oleh karena itu alternatif yang lebih baik adalah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pasar yang sudah ada, salah satunya adalah melalui usaha untuk memberikan kepuasan bagi konsumen (Lenzun, Massie, & Adare, 2014).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam suatu perusahaan. Menurut (Kurnia Citra Puspitasari, 2017) kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan perbedaan antara hasil yang didapatkan seseorang dibandingkan dengan yang dilakukannya. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Kepuasan pelanggan juga ditunjang oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut (Asep Sulaeman, 2018) kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau memiliki harapan dengan lima dimensi utama yakni kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik. Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan hal tersebut akan mempengaruhi citra perusahaan.

Citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan (Pontoh, 2014). Citra perusahaan tidak dapat diciptakan seperti halnya menciptakan produk, citra perusahaan akan muncul dengan sendirinya sesuai kesan yang diperoleh publik dari pengetahuan dan pemahaman terhadap sesuatu. Citra perusahaan merupakan persepsi yang dibangun oleh pelanggan.

Sektor jasa mengambil peran penting dalam perekonomian Indonesia, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen serta tuntutan untuk mendapatkan pelayanan terbaik. Melihat kenyataan dunia usaha sekarang ini telah banyak yang bergerak dibidang pelayanan jasa, khususnya dalam penyedia menara telekomunikasi. Hal ini ditandai dengan maraknya perusahaan-perusahaan menara telekomunikasi yang menawarkan jasa yang sama sehingga memicu terjadinya perang tarif/harga.

PT Profesional Telekomunikasi Indonesia (“Protelindo”) didirikan pada tahun 2003 dan telah menjadi pemilik dan operator menara independen yang terpercaya untuk operator-operator nirkable di Indonesia. Kegiatan usaha utama dari Protelindo adalah menyewakan ruang pada menaranya yang dapat digunakan bersama untuk seluruh operator nirkabel besar di Indonesia dengan perjanjian sewa jangka panjang. Protelindo memiliki dan mengoperasikan lebih dari 14.500 menara di Indonesia, dan untuk di kawasan Batam terdapat lebih dari 125 menara dimana terdapat pelanggan yang menggunakan jasa menara dari Protelindo yaitu perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi yang ada di Batam seperti Telkomsel, Indosat, XL, 3 dan mitra lainnya.

Selama kerjasama berlangsung, banyak terdapat masalah yang berupa komplain terhadap tata letak perangkat setiap provider, lambatnya pelayanan dan perawatan perangkat serta lingkungan area menara sehingga menyebabkan kekecewaan pelanggan. Berikut data kualitas layanan perusahaan yang menunjukkan jumlah komplain pelanggan dari lima tahun terakhir.

Tabel 1. 1 Data Kualitas Layanan Protelindo

Tahun	Jumlah Komplain	Delta
2016	89	0
2015	93	-4
2014	105	-12
2013	118	-13
2012	137	-19

Sumber: PT Profesional Telekomunikasi Indonesia

Terlihat dari tabel 1.1 di atas bahwa masih terdapat beberapa komplain dari pelanggan yang belum puas dengan pelayanan yang diberikan. Tahun 2015 delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -4, tahun 2014 terdapat delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -12, tahun 2013 delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -13, dan tahun 2012 delta jumlah komplain pelanggan sebanyak -19. Namun demikian pihak PT Profesional Telekomunikasi Indonesia selalu berusaha agar komplain tersebut berkurang dan terbukti dengan berkurangnya jumlah complain pelanggan dari tahun ke tahun. Ini berarti variabel kualitas layanan memang layak untuk diteliti.

Pada tanggal 8 Maret 2010, Protelindo menyelesaikan penawaran umum perdana atas sahamnya dan sekarang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham "**TOWR**". Protelindo berkomitmen untuk mematuhi lebih dari standar dan prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik, sesuai dengan yang diatur dalam hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Protelindo juga banyak memperoleh penghargaan dan sertifikasi dari berbagai badan organisasi. Berikut data penghargaan dan sertifikasi yang diperoleh Protelindo dari lima tahun terakhir.

Tabel 1. 2 Data Penghargaan PT Protelindo

Penghargaan	Tahun
Moody's Investors Service	5 Oktober 2016
Fitch Ratings Indonesia	13 Mei 2016
Fitch Ratings Indonesia	13 Mei 2016
Standard & Poor's Ratings Services	01 April 2016
Standard & Poor's Ratings Services	12 Mei 2014

Sumber: PT Profesional Telekomunikasi Indonesia

Dari tabel 1.2. di atas terlihat beberapa penghargaan yang diperoleh seperti Moody's Investors Service yang merupakan bisnis pemeringkatan obligasi peringkat Moody's Corporation yang mewakili lini bisnis tradisional perusahaan dan nama historisnya, Fitch Ratings Indonesia yang merupakan suatu lembaga pemeringkat kredit internasional dan Standard & Poor's Ratings Services yang merupakan divisi yang menerbitkan riset dan analisis keuangan mengenai saham, obligasi dan komoditas. Penghargaan tersebut belum tentu diperoleh perusahaan menara telekomunikasi lainnya dan bisa saja penghargaan tersebut mempengaruhi citra perusahaan. Ini berarti variabel citra perusahaan memang layak untuk diteliti.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang memusatkan perilaku konsumen terhadap perusahaan menara telekomunikasi dalam hal kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya komplain dari beberapa pelanggan.
2. Adanya pelanggan yang kecewa terhadap pelayanan yang diberikan PT Telekomunikasi Indonesia.
3. Adanya pelanggan yang tidak puas karena lambatnya pelayanan karyawan PT Telekomunikasi Indonesia.
4. Adanya perolehan penghargaan sebagai citra perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tujuan dari penulisan ini dapat tercapai sesuai yang diharapkan, maka dalam penulisan ini dibatasi terhadap masalah yang dibahas. Adapun batasan masalah tersebut yaitu pada penelitian ini penulis melakukan wawancara terhadap para pelanggan ataupun yang pernah berlangganan menggunakan menara telekomunikasi milik PT Profesional Telekomunikasi Indonesia terhitung dari tahun 2014 di kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia?
3. Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, dapat diidentifikasi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan pelanggan pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi bagi para pembaca atau peneliti yang akan melakukan penelitian di masa mendatang.
2. Sebagai tambahan sumber pengetahuan maupun pedoman bagi para pembaca.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, diharapkan dengan adanya penelitian ini mahasiswa bisa menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan mengetahui sampai sejauh mana kualitas ataupun kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang telah ditelitinya ke dalam dunia usaha/kerja yang sebenarnya.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu PT Profesional Telekomunikasi Indonesia dalam memperhatikan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan mereka.