

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan kebutuhan yang universal bagi setiap manusia. Tanpa komunikasi, manusia tidak dapat saling mengenal secara lebih dekat antara manusia yang satu dengan yang lainnya. Walaupun bahasa yang digunakan oleh setiap manusia di muka bumi ini berbeda-beda, tetapi komunikasi merupakan sarana yang efektif dalam berinteraksi antara sesama manusia.

Teknologi komunikasi pada masa sekarang ini berkembang pesat sehinggamemudahkan orang dalam mengirim maupun menerima berita dengan cepat, mudah dan fleksibel (Mobil Quide, 2008). Dahulu orang mengirim atau menrima berita dengan menggunakan surat, telegram, faximile dan teepon rumah, sedangkan pada saat ini ada sebuah media komunikasi yang begitu praktis dimana seseorang dapat mengirim atau menerima berita dalam bentuk suara, tulisan maupun gambar kapanpun dan dimanapun mereka berada dalam area jangkauan layanan tertentu hanya dengan menggunakan teknologi komunikasi ini. Adapun teknologi yang dimaksud adalah ponsel.

Setiap manusia mempunyai selera yang berbeda-beda akan kebutuhan sarana komunikasi. Ada orang yang merasa kebutuhan dalam berkomunikasi sudah cukup dengan sarana komunikasi telepon rumah, tapi di sisi lain ada orang yang merasa kurang cukup dengan telepon rumah saja. Bagi orang yang selalu mobile/aktif, sarana komunikasi melalui telepon rumah saja tidaklah cukup. Telepon seluler (ponsel) merupakan jawaban atas keterbatasan sarana komunikasi yang dialami mereka. Bagi orang yang tidak mempunyai telepon rumah (fix line) telepon seluler adalah satu-satunya sarana komunikasi yang dapat diandalkan oleh mereka yang tidak mempunyai telepon rumah.

Telepon seluler (ponsel) merupakan alat komunikasi yang sangat mudah digunakan, tanpa adanya saluran langsung memalui kabel, tetapi melalui saluran jaringan satelit hanya dengan menamba (Subscriber Identity Module) SIM card pada ponsel atau yang tanpa SIM card maka pengguna dapat langsung berkomunikasi

dengan bebas dan terkendali. Kemampuan untuk mengurum dan menrima berita dengan cepat, mengikis batas waktu dan tempat. Ponsel ini telah mempengaruhi jutaan manusia saling berkomunikasi dan bertukar informasi.

Pelanggan ponsel di Indonesia pada saat ini sedang berkembang pesat dengan jumlah pelanggan yang mencapai 100 juta pelanggan (Mobile Guide, 2008). Seiring dengan meningkatnya permintaan ponsel di pasar mengakibatkan meningkatnya permintaan SIM card khususnya kartu GSM Prabayar yang banyak diminati karena pengguna system pengisian ulang pulsa tanpa abonemen bulanan yang hemat dan ekonomis. Sementara di Indonesia ada 5 provider besar (enyedia jaringan) untuk kartu GSM Prabayar yaitu Simpati (Telkomsel), Pro XL (Exelcomindo), IM3 (Indosat Ooredoo), Tri (Hutchison), Smartfren (Smartfren telecom). Berbagai ragam provider kartu GSM Prabayar memberikan pelayanan trbaik dan memuaskan.

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan Parasuraman (Japariato, 2007) yang dikenal dengan istilah *service quality* yang berdaarkan pada 5 dimensi kualitas, yaitu bukti langsung (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (reponsiveness), jaminan (asurance), dan kepedulian (empathy). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yg diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yg diharapkan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Upaya peningkatan kualitas layanan kartu perdana Tsel berorientas pada loyalitas merek pada penggunaan 5 dimensi kualita layanan, apabila kualitas yang diberikan oleh provider Tsel telah sesuai dan bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan, makak loyalitas bterhadap merek akan tercipta dan emakin meningkat. Begitupula sebaliknya, apabila harapan pelanggan lebih besar dari kualitas layanan yang mereka terima, maka akan mengurangi loyalitas terhadap merek.

Sejak awal diperkenalkannya pada tahun 1993, layanan seluler terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Perusahaan-perusahaan penyedia layanan seluler Prabayar GSM di Jawa Tengah di antaranya adalah Telkomsel dengan merek dagang Simpati, Kartu As, dan Loop, Indosat dengan IM3 Ooredoo dan Mentari, XL dengan merek dagang XL dan Axis, serta Hutchison dengan merek dagang Three (3).

Perusahaan-perusahaan tersebut bersaing dalam melayani permintaan konsumen terhadap kebutuhan komunikasi yang terus meningkat.

Persaingan sengit antar operator seluler dalam mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru merupakan satu keuntungan bagi masyarakat. Konsumen bias menikmati pesta tariff karena para operator menurunkan tarif mereka sebagai langkah untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan baru. Konsumen dapat memilih produk seluler sesuai dengan murahnya harga kartu perdana, sehingga membuat konsumen sering bergonta-ganti kartu perdana dan bahkan ada yang menggunakan lebih dari satu merek operator.

Sejak awal berdiri Telomsel memiliki tujuan agar akses telekomunikasi dapat dirasakan masyarakat dimanapun mereka berada, mulai dari kawasan perkotaan hingga desa perbatasan negeri dan pulau terluar. Saat ini perusahaan bertransformasi dari Telecommunication Company menjadi Digital Company, Telkomsel terus mengedepankan kegunaan teknologi, khususnya mobile broadband dan layanan digital untuk meningkatkan produktivitas masyarakat. Hadirnya layanan Internet cepat 4G LTE yang tersebar di lebih dari 100 kota di Indonesia memberikan pelanggan pengalaman digital mobile lifestyle terbaik.

Melihat kondisi sebagaimana disebutkan diatas, maka salah satu upaya yang dilakukan adalah hal penerapannya bukan hanya ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan, akan tetapi juga perlu memperhatikan perubahan-perubahan yang timbul di internet perusahaan, mengamati tingkah laku konsumen, serta usaha perbaikan produk dan pelayanan yang lebih baik dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan rumusan konsep yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk menguji dan membaha tentang **“Penilaian Konsumen Pada Layanan Produk Kartu Pedana Telkomsel”**

1.2 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari kesalahan penafsiran ataupun penafsiran yang terlalu luas serta lebih fokus terhadap objek pembahasan, dalam laporan Tugas Akhir ini penulis akan mengemukakan batasan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut :

1. Deskripsi penilaian Kosumen
2. Tahap-tahap proses pengambilan keputusan
3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih
4. Deskripsi Produk dan Layanan kartu perdana Tsel
5. Metode dan Teknik Pencarian Data Konsumen
6. Pengawasan dalam Penilaian Konsumen

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1.3.1 Tujuan Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Program Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Untuk mengetahui produk kartu perdana pada PT Telkomsel
3. Untuk mengetahui layanan pada produk kartu perdana pada PT Telkomsel
4. Untuk mengetahui penilaian konsumen tentang berbagai produk kartu perdana Telkomsel

1.3.2 Kegunaan Penulisan

1.3.2.1 Bagi Penulis

1. Mahasiswa dapat menganalisis objek yang diteliti dan memberikan wawasan serta pengetahuan tentang metodologi riset.
2. Sebagai sarana untuk mempraktekkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah.
3. Sebagai sarana persiapan diri untuk menghadapi realitas kerja setelah menyelesaikan studi.

1.3.2.2 Bagi Universitas Diponegoro Semarang

1. Memperoleh bahan masukan bagi pengembangan kurikulum serta modul laboratorium.

2. Meningkatkan kualitas lulusan Program Diploma III Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro sesuai dengan kebutuhan pasar.

1.3.2.3 Bagi PT. Telkomsel Branch Semarang

1. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan diharapkan dapat memberi masukan dalam meningkatkan efektivitas kerja di masa yang akan datang.
2. Terjalannya hubungan kerjasama antara PT. Telkomsel dengan Diploma III Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

1.4 Cara Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi yang relevan sebagai dasar penyusunan laporan Tugas Akhir, penulis melakukan cara pengumpulan data, dimana data tersebut berupa data primer dan data sekunder.

1.4.1 Data Penelitian

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh peneliti di lapangan secara langsung, baik melalui wawancara maupun hasil pengukuran langsung lainnya. Dalam hal ini data penulis diperoleh langsung dari PT. Telkomsel Branch Semarang.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dengan memanfaatkan hasil dari pihak lain, seperti laporan keuangan, laporan hasil studi, publikasi ilmiah dan sebagainya. Untuk data sekunder ini penulis peroleh dari kuliah kerja praktek mengenai struktur organisasi. Selain itu juga mengumpulkan dengan browsing melalui internet.

1.4.2 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini, antara lain:

1.4.2.1 Studi Kepustakaan

Menurut M. Nazir (2003 : 27) Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

1.4.2.2 Studi Lapangan

Menurut Sugiyono (2008 : 63) terdapat beberapa teknik pengumpulan data berdasarkan studi lapangan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Pada bagian studi lapangan ini, penulis menggunakan metode observasi dan wawancara.

1. Metode Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan langsung ke perusahaan untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian.

2. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara meminta penjelasan, keterangan, maupun informasi secara langsung kepada pihak-pihak dari PT. Telkomsel Branch Semarang yang berkaitan dengan pokok bahasan laporan Tugas Akhir.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang permasalahan yang akan dibahas secara keseluruhan, maka diperlukan suatu sistematika pembahasan. Adapun sistematika pembahasan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan kegunaan penulisan, cara pengumpulan data, dan sistematika penulisan

sehingga pembaca diharapkan dapat mengetahui garis besar masalah yang dikemukakan dalam penulisan dan pembahasan laporan.

Bab II Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menjelaskan tentang Gambaran Umum PT. Telkomsel Branch Semarang yang meliputi sejarah singkat berdirinya perusahaan, visi dan misi, logo perusahaan, struktur organisasi, dan produk-produk perusahaan.

Bab III Pembahasan

Pada bab ini akan dilakukan pembahasan tentang ruang lingkup penulisan yang telah disampaikan, antara lain tentang, Deskripsi Penilaian Konsumen, Tahapan-tahapan pengambilan Keputusan, Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih, Deskripsi Produk dan Layanan Kartu Perdana Tesel, Metode dan Teknik Pencairan data Konsumen, Teknik yang digunakan PT Telkomsel Branch Semarang, serta Pengawasan dalam Penilaian Konsumen.

Bab IV Penutup

Pada bab ini, penulis berupaya mengambil kesimpulan mengenai pembahasan pada bab-bab sebelumnya.