

PENGARUH KINERJA PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN TELEPON RUMAH TANGGA PADA
WILAYAH KANTOR CABANG TELKOM
SUMENEP

(Studi Perilaku Pelanggan Telepon Rumah Tangga Pada Wilayah Kantor
Cabang Telkom Sumenep)

S K R I P S I

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
Gelara Sarjana Strata Satu (S-1)
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh ;

Kartini Apriyanti

NIM : 970910202008

Pembimbing I

Prof. Dr. Kabul Santoso, MS.

Pembimbing II

Drs. Didik Eko Julianto

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

2001

Asal		Klass
Terima T	10236824	658.3
No. Induk	10236824	APR
		7

S

SKS

e.1

LEMBAR PENGESAHAN

Diterima dan Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

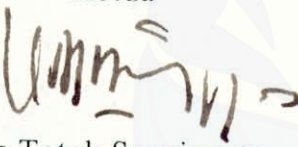
Pada

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Hari : Kamis
Tanggal : 13 September 2001
Pukul : 08.00 WIB

Tim Penguji

Ketua

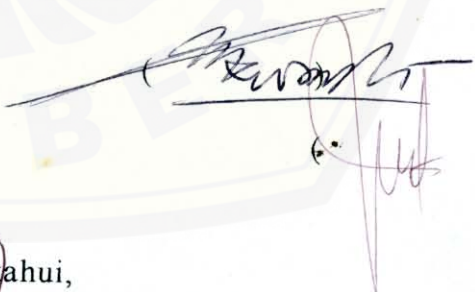

Drs. Totok Supriyanto

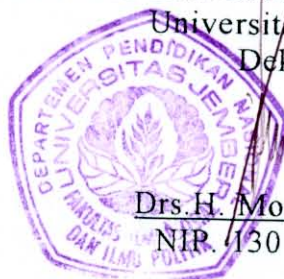
Sekretaris


Drs. Didik Eko Julianto

Anggota Penguji

1. Drs. Poerwanto, MA
2. Dwi Sungkowo, S.Sos, MP


Mengetahui,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Dekan



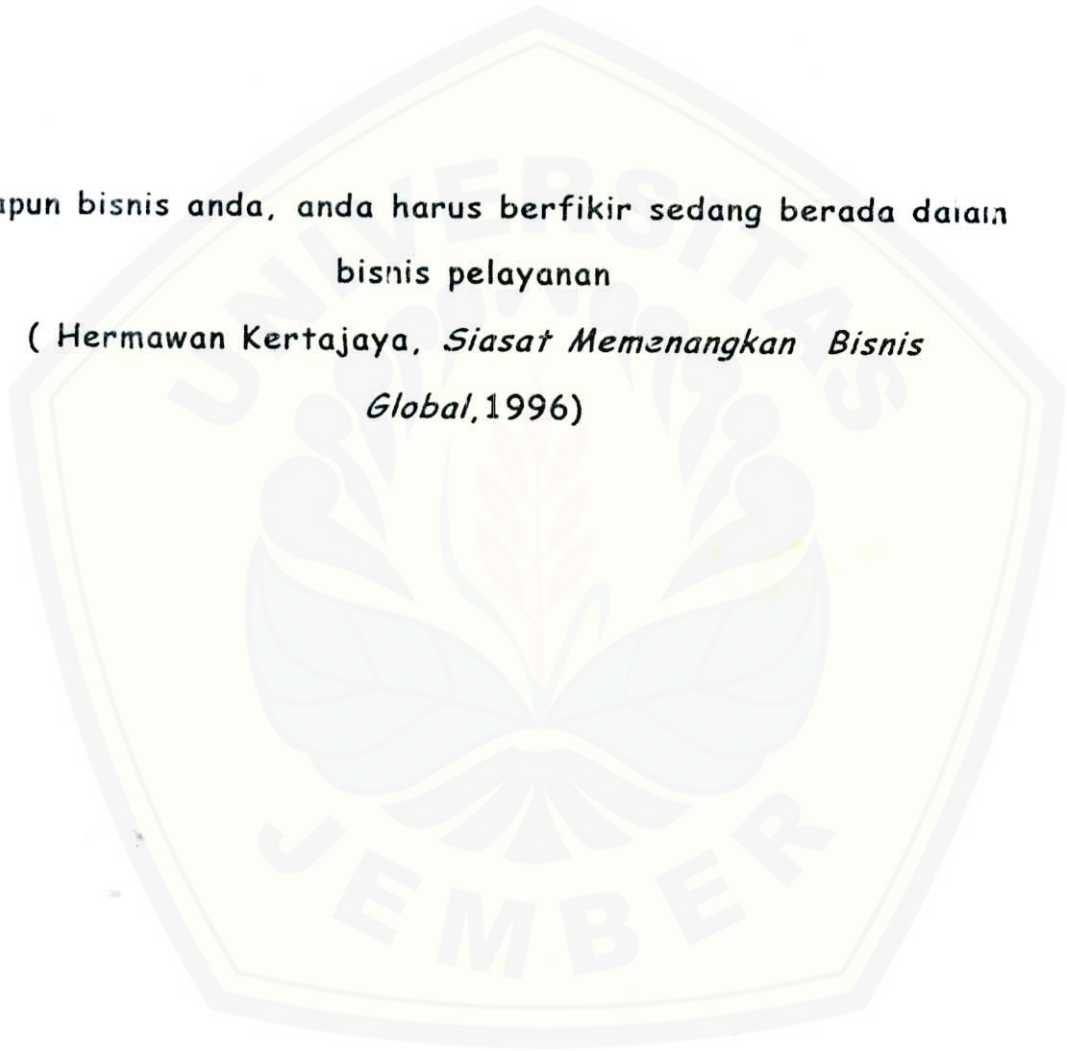
Drs. H. Moch. Toerki
NIP. 130 524 832

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

MOTTO

Apapun bisnis anda, anda harus berfikir sedang berada dalam
bisnis pelayanan

(Hermawan Kertajaya, *Siasat Memenangkan Bisnis
Global*, 1996)





Persembahan

Kupersembahkan serangkaian karya ini dengan
sepenuh hati teruntuk

Ibunda Hanifah dan Ramanda Sunarto
Yang tiada pernah putus mencurahkan kasih sayang, mengalirkan
doa-doanya untuk keberhasilan ananda.

Kakakku Tersayang
Mbak Endang, Mas Agus yang selalu memberikan segalanya untuk
tercapainya cita-cita ananda

My second parents
Om Didik dan Bulik Atik yang selalu merengkuhku dalam suka
dan duka

Kichun
Yang senantiasa menjaga, melindungi dan memberikan kekuatan
dalam keputusan.

Serta
Agama, Bangsa, Negara dan Almamaterku Tercinta



KATA PENGANTAR

Dengan penuh kerendahan hati, penulis panjatkan syukur Alhamdulillah, karena berkat rahmat dan hidayahNya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan ini adalah dalam rangka memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dengan judul “Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga pada Wilayah Kantor Cabang Telkom Sumenep”.

Dalam proses penulisan skripsi ini, tidak lepas dari bantuan bimbingan serta doa dari berbagai pihak. Atas kebaikan dan jasa-jasa yang diberikan dengan penuh tulus ikhlas, maka penulis mengungkapkan terimakasih yang tiada terhingga kepada:

1. Bapak Prof.Dr.Kabul Santoso, MS, selaku Rektor Universitas Jember sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran dan masukan didalam pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs.H.Moch.Toerki, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Bapak Drs.Mudhar Syarifudin, MSi, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Bapak Drs.Totok Supriyanto, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
5. Bapak Drs.Didik Eko Julianto, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran dan masukan serta bimbingan pada penulis dalam pembuatan skripsi ini.

6. Bapak Drs.Matnur Haryono, selaku Dosen Wali yang telah memberikan saran selama penulis mengikuti studi di FISIP UNEJ.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf dan Karyawan FISIP UNEJ.
8. Bapak Drs.Sutimin, selaku Pimpinan PT.Telkom (Persero) Kancatel Sumenep, dan Bapak H.Moh Sjarif Hidayat, selaku Senior Supervisor Support yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di wilayah Kancatel Sumenep.
9. Bapak Drs.Budi Muljono, selaku Senior Supervisor Customer Service yang memberikan data dan penjelasan yang berkaitan dengan obyek penelitian penulis.
10. Seluruh staf dan karyawan PT.Telkom (Persero) Kancatel Sumenep.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan jawaban pada kuisioner penulis.
12. Sahabat-sahabatku Frisko, Febri, Sugi dan Warda (*thank's for your advice and support*). Halim, Ike, Iin & Tanti (*thank's for everything*).
13. Teman-temanku di ADNI '97 terima kasih atas kekompakannya.
14. Crue Kenanga Indah mBak Chus, Yuli, siCentil Ozy, Dian, Novi, simanja Dian, Vita dan untuk sikecil berdua terima kasih atas canda tawa dan kebersamaannya.
15. Keluarga Bapak Lukman Mahadi, terimakasih atas bantuannya dan semoga kita dapat berkumpul kembali.
16. Dan semua pihak yang tidak mungkir penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuannya.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta bagi pihak-pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis demi terselesaikannya penulisan ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan bantuan saudara-saudara.

Jember, Agustus 2001

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan	5
1.3.1. Tujuan Penelitian	5
1.3.2. Kegunaan Penelitian	5
1.4. Konsepsi Dasar	5
1.4.1. Hubungan Kinerja Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	6
1.4.2. Bidang Bisnis	9
1.4.3. Pengertian Jasa	10
1.4.4. Karakteristik Jasa	10
1.4.5. Jenis Pemasaran dalam Jasa	13
1.4.6. Pengertian Kinerja dan Pelayanan	14
1.4.7. Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
1.5. Hipotesis	19
1.6. Asumsi	19
1.7. Operasionalisasi Konsep	19
1.8. Metode Penelitian	18

1.8.1. Tahap Persiapan	28
1.8.2. Tahap Pengambilan Sampel.....	29
1.8.3. Tahap Pengumpulan Data	30
1.8.4. Tahap Pengolahan Data	30
1.8.5. Tahap Penarikan Kesimpulan.....	32
II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	33
2.1. Sejarah Perusahaan	33
2.1.1. Kegiatan Usaha.....	34
2.1.2. Bentuk Perusahaan	35
2.1.3. Lokasi perusahaan.....	35
2.1.4. Unit Pelayanan PT.Telkom Kancatel Sumenep	36
2.1.5. Jumlah Karyawan dan Jam Kerja	36
2.2. Struktur Organisasi.....	37
2.3. Tujuan Perusahaan.....	52
2.3.1. Visi dan Misi PT.Telkom	52
2.3.2. Logo PT.Telkom	53
2.4. Produk PT.Telkom (Persero) Kancatel Sumenep	53
2.5. Standart Pelayanan	54
2.6. Fasilitas Umum	55
III. DESKRIPSI DATA.....	57
IV. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	71
4.1. Analisa Data.....	72
4.1.1. Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga.....	72
4.1.2. Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga	74
4.1.3. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga.....	76
4.1.4. Pengaruh Emphaty Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga.....	78

4.1.5. Pengaruh Tangibles Terhadap Kepuasan Pelanggan

Telepon Rumah Tangga	80
4.2. Pembahasan	81
V. KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86
Daftar Pustaka	
Lampiran-Lampiran	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data keluhan pelanggan PT.Telkom (Persero) Sumenep Tahun 1999 dan 2000	17
Tabel 2. Klasifikasi dan jumlah pelanggan FT.Telkom (Persero) Sumenep tahun 2000.....	29
Tabel 3. Klasifikasi responden berdasarkan umur.....	57
Tabel 4. Tingkat pendidikan responden.....	58
Tabel 5. Pekerjaan responden	59
Tabel 6. Pendapatan responden.....	60
Tabel 7. Jawaban responden mengenai pelayanan pasang baru telepon.....	60
Tabel 8. Jawaban responden terhadap prosedur pelayanan pasang sambungan baru telepon.....	61
Tabel 9. Jawaban responden tentang jangka waktu pemasangan.....	61
Tabel 10. Tanggapan responden mengenai produk baru PT.Telkom seperti kartu bebas, nada sela dan telkomnet instan.....	61
Tabel 11. Jawaban mengenai berapa kali menggunakan produk baru tersebut.....	62
Tabel 12. Jawaban responden mengenai keuntungan nada sela.....	62
Tabel 13. Tanggapan responden mengenai keluhan yang diajukan	62
Tabel 14. Tanggapan responden tentang kemudahan yang diberikan oleh PT.Telkom dalam melakukan pengaduan.....	63
Tabel 15. Tanggapan responden tentang pelayanan telegram	63
Tabel 16. Tanggapan responden tentang lama waktu karyawan memproses rekening telepon	63
Tabel 17. Tanggapan responden mengenai telepon umum yang ada di pinggir jalan.....	64
Tabel 18. Tanggapan responden mengenai kesopanan dan keramahan karyawan PT.Telkom Sumenep	64

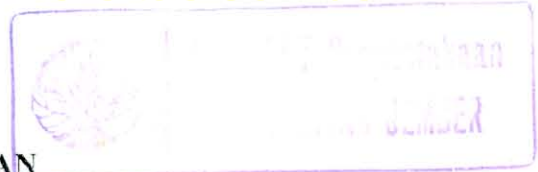
Tabel 19. Tanggapan responden mengenai kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan.....	64
Tabel 20. Tanggapan responden apakah karyawan pernah melakukan kesalahan dalam memproses rekening telepon.....	65
Tabel 21. Tanggapan responden mengenai keamanan di tempat parkir.....	65
Tabel 22. Tanggapan responden tentang citra PT. Telkom.....	65
Tabel 23. Tanggapan tentang pelayanan karyawan PT. Telkom pada saat pelanggan membutuhkan bantuan.....	66
Tabel 24. Tanggapan responden terhadap karyawan dalam menjawab telepon.....	66
Tabel 25. Tanggapan responden tentang karyawan yang selalu berusaha menanggapi setiap keluhan pelanggan.....	66
Tabel 26. Tanggapan responden atas pelayanan karyawan pada saat telepon mengalami gangguan.....	67
Tabel 27. Tanggapan responden tentang bentuk dan ruangan PT. Telkom Sumenep.....	67
Tabel 28. Tanggapan responden tentang ruang tunggu yang disediakan PT. Telkom Sumenep.....	67
Tabel 29. Tanggapan responden tentang toilet yang disediakan PT. Telkom Sumenep.....	68
Tabel 30. Tanggapan responden tentang tempat parkir yang disediakan oleh PT. Telkom Sumenep.....	68
Tabel 31. Tanggapan responden tentang sarana pendukung operasi seperti komputer, telepon umum dan wartel yang ada di Kantor Cabang PT. Telkom Sumenep.....	68
Tabel 32. Tanggapan responden tentang jumlah karyawan PT. Telkom Sumenep.....	69
Tabel 33. Tanggapan responden tentang kebersihan kantor dan lingkungan PT. Telkom Sumenep.....	69

Tabel 34. Tanggapan responden tentang lokasi PT.Telkom Sumenep	69
Tabel 35. Tentang kepuasan pelanggan.....	70
Tabel 36. Lama responden menjadi pelanggan	70
Tabel 37. Pengaruh Reliability terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga.....	72
Tabel 38. Perhitungan Chi Kuadrat.....	73
Tabel 39. Pengaruh Responsiveness terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga.....	74
Tabel 40. Perhitungan Chi Kuadrat.....	75
Tabel 41. Pengaruh Assurance terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga.....	76
Tabel 42. Perhitungan Chi Kuadrat.....	77
Tabel 43. Pengaruh Emphaty terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga.....	78
Tabel 44. Perhitungan Chi Kuadrat.....	79
Tabel 45. Pengaruh Tangibles terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tanga	80
Tabel 46. Perhitungan Chi Kuadrat.....	81
Tabel 47. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pemasaran dalam jasa14
Gambar 2. Model analisis penelitian18





I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini, dunia telekomunikasi memegang peranan penting dalam berbagai aktivitas. Seiring dengan itu, pembangunan sektor ini di Indonesia menjadi hal yang mutlak agar dapat bersaing dengan negara lain. Sehingga teknologi-teknologi bidang telekomunikasi juga banyak mengalami kemajuan.

Teknologi telekomunikasi terus dikembangkan menjadi wahana yang dapat diandalkan untuk terselenggaranya arus berita, informasi dan data baik nasional maupun internasional secara jelas, lancar, dan cepat guna mendukung kelancaran kegiatan ekonomi dan penyelenggaraan pembangunan. Jaringan dan jangkauan telekomunikasi terus diperluas dengan menggunakan teknologi maju yang sesuai, serta meningkatkan mutu dan efisiensi pelayanannya. Fasilitas telekomunikasi umum terus dikembangkan di seluruh pelosok tanah air, sehingga makin tersebar dan menjangkau masyarakat luas.

PT. Telkom merupakan salah satu perusahaan pelayanan jasa telekomunikasi di dalam negeri yang siap untuk bersaing dalam pasar bebas. Untuk memenangkan persaingan, tentunya dibutuhkan suatu keunggulan baik produk maupun dari segi pelayanan. Pihak perusahaan harus mampu memanfaatkan kesempatan yang ada terutama mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Prinsip selalu dekat dengan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya dan mengantisipasi setiap keluhan mereka haruslah ditekankan dalam menjalankan aktivitas usaha pelayanan telekomunikasi.

Berbagai macam keluhan pelanggan yang ada seperti :

1. Keluhan berupa ketidak sesuaian pemakaian pulsa telepon dengan rekening tagihan atau claim pulsa,
2. Keluhan gangguan telepon macet atau tidak dapat dipakai, gangguan ini bisa berasal dari :
 - a. karena gangguan jaringan,
 - b. karena kerusakan pada pesawat telepon pelanggan.

3. Keluhan banyaknya telepon umum koin yang tidak berfungsi dan telepon umum bebas yang tidak sesuai penempatannya.

Tabel 1. Data keluhan pelanggan PT. Telkom Sumenep tahun 1999 dan 2000.

No	Uraian	Satuan	Tahun	
			1999	2000
1	Keluhan pelanggan	Pengaduan/1000sst/bulan	13	11
2	Waktu pasang baru	Hari	5	4
3	Pengaduan pulsa	Claim/1000 plg/bulan	2	1
4	Angka TU yang berfungsi	%	80	85
5	Korespondensi intern	% terjawab maks 5 hari	98	99

Sumber: PT. Telkom Sumenep Tahun 2000

Berdasarkan keluhan pelanggan diatas, PT. Telkom harus mampu meningkatkan pelayanannya. Karena bagi PT. Telkom, pelanggan merupakan aset utama yang harus diperhatikan terutama melalui pemeliharaan hubungan baik dengan pelanggan, karena disini berlaku motto "*Telkom Setia Melayani Anda*".

Upaya yang dilakukan PT. Telkom dalam rangka meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan antara lain, perluasan jaringan telepon, layanan pasang baru telepon (PSB), layanan mutasi gedung, layanan gangguan telepon, layanan membayar rekening telepon dan layanan claim pulsa. Menghadapi tuntutan tersebut PT. Telkom harus mampu menawarkan derajat kepuasan yang tinggi bagi pelanggan. Pihak PT. Telkom harus selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan serta menjamin kepuasan mereka. Terkesan bahwa pelayanan terhadap pelanggan tidak dapat dihindari fungsinya bagi PT. Telkom. Pelayanan merupakan ujung tombak bagi perusahaan suatu perusahaan jasa.

Jasa hanya dapat dirasakan langsung oleh pelanggan, tidak berwujud (*intangible*) serta tidak bisa disimpan sehingga yang menjadi penentu bagi kualitas jasa hanyalah pelayanan dalam menangani jasa tersebut. Pada sektor jasa, peran tenaga profesional dalam menjual jasa sangat diperlukan. Kesan baik atau buruk pada suatu pelayanan jasa dapat dilihat dari segi kinerja para karyawannya dan jasa yang dihasilkan. Suatu produk jasa akan mempunyai keunggulan tertentu jika ia mempunyai suatu keunikan serta kualitas yang memadai. Jasa secara spesifikasi harus bersifat *market oriented* serta memperhatikan kebutuhan dan

keinginan pelanggan sehingga ia akan mendapat penilaian apakah telah sesuai atau belum sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan.

Istilah pelanggan adalah raja bukan sekedar konsep klise, dalam era yang penuh persaingan keras. Seorang pengelola bisnis harus memahami apa yang di harapkan pelanggan dan bagaimana merealisasikan harapan pelanggan. Pada kondisi seperti sekarang ini perhatian para pengelola kegiatan usaha terhadap pelanggannya menjadi faktor penentu dalam menciptakan keberhasilan perusahaan tersebut untuk tetap mempertahankan usahanya (*survive*) dari para pesaing usahanya.

Kualitas kinerja pelayanan bagi PT. Telkom merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan tersebut. Ini berarti bahwa pelayanan memiliki arti penting, karena citra PT. Telkom dibentuk dari pelayanan. Dalam menciptakan kualitas pelayanan, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh setiap karyawan PT. Telkom, yaitu sikap dan penampilan yang luwes sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik, memahami produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan para pelanggan, memberikan pelayanan yang cepat, akurat sesuai janji, tanggap terhadap permasalahan pelanggan, sabar dalam melayani pelanggan serta tanggap terhadap kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Kualitas pelayanan tidak hanya diciptakan oleh karyawan yang berada di *front office* saja, tetapi merupakan suatu proses kesatuan dengan faktor pendukung lainnya, seperti karyawan di *back office* dan sarana pendukung seperti tata ruang, peralatan modern dan peraturan kebijakan sehingga pelayanan yang dihasilkan benar-benar bermutu dan memuaskan pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggan perlu dilakukan terus menerus, meskipun pengaduan atau keluhan yang diterima pihak perusahaan relatif rendah. Penerapan kualitas pelayanan itu berarti bahwa setiap pelayanan diberikan secara maksimal dengan cara terbaik, sehingga pencanangan visi dan misi usaha yang mencakup pemuasan pelanggan sering dibutuhkan untuk memberikan arah bagi pelayanan terpadu dan menyeluruh. Visi strategik tentang kualitas pelayanan yang diciptakan pimpinan perusahaan akan menjadi acuan bagi

setiap lapisan manajemen dalam menerapkan kedalam rencana kegiatan baik tahunan maupun sehari-hari.

Dengan adanya pelayanan yang memuaskan tersebut, akan tercipta suatu kesan atau citra positif terhadap perusahaan yang pada gilirannya akan menyebar pada pelanggan dan calon pelanggan. Disamping itu dengan adanya pelayanan yang baik, pelanggan akan mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan dan tujuan perusahaan untuk menciptakan kepuasan terhadap pelanggan tercapai.

1.2 Permasalahan

PT. Telkom Sumenep saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Target penjualan tahun 2000 ini mencapai 1100 sambungan telepon harus dibangun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat akan jasa telekomunikasi. Untuk itulah PT. Telkom selalu berusaha memperbaiki manajemennya secara terus-menerus dan juga meningkatkan kinerja pelayanannya.

PT. Telkom Sumenep harus memperhatikan setiap keluhan dari pelanggan, seperti: klaim pulsa, jaringan putus, banyaknya tunggakan rekening, banyaknya telepon umum yang tidak berfungsi dan lain-lain. Mengingat pelayanan adalah faktor utama yang perlu diperhatikan dalam perusahaan jasa untuk menarik pelanggan.

Dengan memperhatikan dan melihat kondisi yang ada pada PT. Telkom secara keseluruhan dan di Sumenep khususnya sebagaimana diungkapkan diatas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : **“Apakah ada pengaruh antara kinerja pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga wilayah Kantor Cabang Telk - Sumenep?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kinerja pelayanan jasa dengan kepuasan pelanggan telepon rumah tangga,
2. Untuk mengetahui sub variabel manakah yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai sumbangan pemikiran atau bahan pertimbangan bagi Pimpinan PT. Telkom Sumenep dalam menyusun dan melaksanakan kebijakan pelayanan,
2. Sebagai referensi tambahan bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan berkepentingan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

1.4 Konsepsi Dasar

Untuk mendapatkan gambaran atau pandangan terhadap suatu fenomena secara sistematis, maka kita memerlukan teori yang merupakan rangkaian dan konsep yang mendasari pemikiran guna mencari jalan keluarnya atau untuk pemecahannya dari suatu persoalan yang diselidiki. Sebelum melangkah lebih jauh lagi dalam membahas konsepsi dasar, maka ada baiknya apabila penulis mengemukakan terlebih dahulu konsepsi dasar menurut Supranto (1997:70) yang menjelaskan bahwa :

Konsepsi dasar adalah suatu pandangan yang teoritis dari definisi yang mendasari pemikiran kita guna mencapai jalan keluarnya atas suatu pemecahan dan dari persoalan yang diselidiki. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan pemikiran kita dengan jalan menghubungkan sejumlah peristiwa.

Dari pengertian diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa konsepsi dasar merupakan pandangan dari suatu gambaran yang dijadikan sebagai dasar landasan berpikir untuk mencari jalan pemecahan dari suatu masalah yang dihadapi dengan jalan mengadakan penelitian. Tujuan dari konsepsi dasar adalah untuk menyederhanakan pemikiran kita agar tidak terlalu banyak pola pikir dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam penelitian.

1.4.1 Bidang Bisnis

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya akan memilih bidang bisnis yang ditekuninya. Bisnis itu sendiri sering diartikan sebagai suatu usaha atau kegiatan aktivitas yang memungkinkan terjadinya transaksi yang dapat menimbulkan atau memberikan keuntungan. Bidang bisnis yang digeluti suatu perusahaan antara lain dapat dibedakan :

1. usaha industri manufaktur,
2. usaha pertambangan,
3. usaha energi (listrik dan gas),
4. usaha perkebunan,
5. usaha perikanan,
6. usaha pertanian

yang merupakan kelompok bisnis yang hasil produknya adalah barang, dan :

1. usaha konstruksi,
2. usaha telekomunikasi,
3. usaha perdagangan,
4. usaha perbankan,
5. usaha perhotelan,
6. usaha perdagangan sekuritas,
7. usaha jalan tol,
8. usaha multimedia

yang merupakan kelompok bisnis yang hasil produknya berupa jasa yang dapat ditawarkan untuk dijual. Dengan adanya pembagian bidang bisnis diatas jelas bahwa PT. Telkom merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yaitu jasa telekomunikasi.

Perusahaan jasa dalam melayani pelanggannya diperlukan pelayanan yang berkualitas, karena baik buruknya perusahaan jasa tergantung dari kinerja para karyawannya dalam memberikan pelayanan. Kinerja yang berkualitas dari sebuah perusahaan jasa dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Jika pelanggan puas dengan kinerja para karyawannya maka perusahaan tersebut akan

memiliki citra yang baik dimata pelanggannya, begitu pula sebaliknya. Jadi kinerja pelayanan ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Hubungan Kinerja Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Terutama pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan seperti perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan.

Persaingan yang semakin ketat ini, dimana banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan, misalnya seperti dalam bentuk iklan. Karena dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian jasa yang berkualitas dengan kinerja pelayanan yang memuaskan.

Kinerja pelayanan merupakan salah satu faktor yang mendorong terciptanya kepuasan pelanggan. Faktor-faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan sebagai berikut (Widjaja Tunggal, 1993:12):

1. Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik utama produk atau jasa;
2. Ciri khas (*feature*) merupakan sentuhan tambahan, karakteristik yang kedua;
3. Keandalan (*reliability*) merupakan konsistensi dari performansi sepanjang waktu;
4. Ketahanan (*durability*) merupakan masa manfaat dari suatu produk;
5. Daya guna (*service ability*) kemampuan menyelesaikan masalah dan keluhan;
6. Tanggapan (*response*) merupakan karakteristik kebijakan manusia terhadap manusia (ketepatan waktu, kesopanan, profesional dan lain-lain);
7. Keindahan (*esthetics*) berhubungan dengan karakteristik yang berkaitan dengan panca indera;
8. Reputasi berhubungan dengan performansi masa lalu dan sesuatu tak berwujud lain.

Pendapat lain dikemukakan oleh Garvin dalam Lovelock, 1994; Peppard dan Rowland, 1995 dalam Tjiptono (1999:25) faktor-faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut dan sebagainya;
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti *dash board*, AC, *sound system* dan sebagainya;
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering rusak;
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil;
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan;
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistik dan sebagainya;
8. Kualitas yang diperspsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan pelanggan adalah aspek pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli.

Kinerja merupakan karakteristik utama produk atau jasa. Sebuah perusahaan jasa harus selalu dan tak henti-hentinya melakukan peningkatan kualitas kinerja pelayanannya. Dalam menilai pelayanan ini berkualitas atau tidak tergantung dari kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan. Menurut pendapat Zeithaml et. al kualitas kinerja pelayanan ini dapat dilihat dari beberapa indikator seperti *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangibles* yang dapat dijabarkan sebagai berikut dalam Umar (2000:38):

1. *Reliability*,

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

2. *Responsiveness*,

Yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi : kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

3. *Assurance*,

Meliputi kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi:

- a. Kompetensi (*competence*), artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.
- b. Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.
- c. Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.

4. *Emphaty*,

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Dimensi *emphaty* ini merupakan penggabungan dari dimensi :

- a. Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.

- b. Komunikasi (*communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
 - c. Pemahaman pada pelanggan (*Understanding the customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
5. *Tangibles*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Perusahaan-perusahaan jasa terbaik selalu memantau kinerja pelayanan yang diberikan, apakah sudah memenuhi harapan para pelanggannya atau belum. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mengevaluasi apakah pelanggan sudah merasa puas atas kinerja yang diberikan perusahaan. Kelima dimensi diatas dapat digunakan sebagai alat ukur apakah pelayanan karyawan berkualitas atau tidak, sesuai atau belum sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Karena kita tahu, jika karyawan benar-benar memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas maka tujuan dari perusahaan jasa tersebut untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan tercapai. Tetapi jika pelayanan yang diberikan kurang baik atau kualitasnya rendah maka perusahaan jasa tersebut akan menanggung akibatnya mungkin pelanggan merasa tidak puas, dan bisa-bisa perusahaan jasa tersebut akan ditinggal oleh pelanggannya. Sehingga perusahaan jasa tersebut akan mengalami kerugian.

1.4.3 Pengertian Jasa

Perkembangan bisnis jasa semakin meningkat akhir-akhir ini, tidak hanya dirasakan dari jenis-jenis jasa yang beragam, tetapi juga kebutuhan jasa itu sendiri makin dominan. Hal ini terlihat dari makin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan teknologi multimedia. Menurut Kotler (1997:83) jasa didefinisikan "sebagai tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan

kepemilikan apapun produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik".

Terdapat definisi lain mengenai jasa, Soeprihanto et.al. (1998:305) jasa adalah "setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik". Jadi jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan kepada pihak lain untuk dijual.

1.4.4 Karakteristik Jasa

Pembedaan secara tegas antara barang dan jasa seringkali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian barang tertentu kerap kali disertai dengan jasa-jasa khusus. Dan pembelian suatu jasa seringkali pula meliputi barang-barang yang melengkapinya. Untuk membedakan jasa dengan produk barang, jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, menurut Kotler (1997:84) adalah :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*),
Jasa tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.
2. Tidak terpisakan (*Inseparability*),
Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi.
3. Bervariasi (*Variability*),
Karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan jasa sangat bervariasi.
4. Mudah lenyap
Jasa tidak bisa disimpan, tetapi langsung dikonsumsi (*perishability*).

Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jasa. Komponen jasa ini dapat merupakan bagian kecil atau bagian utama atau pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Pada kenyataannya, suatu penawaran

dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu berupa barang pada satu sisi dan jasa murni pada sisi lainnya. Berdasarkan kriteria ini, penawaran satu perusahaan dapat dibedakan menjadi lima kategori, Kotler (1997:83) yaitu:

1. Produk Fisik Murni
Penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik, misalnya sabun mandi, pasta gigi, atau sabun cuci, tanpa ada jasa atau pelayanan yang menyertai produk tersebut.
2. Produk Fisik dengan Jasa Pendukung
Pada kategori ini penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Misalnya produsen mobil harus memberikan penawaran yang jauh lebih banyak daripada hanya sekedar mobil saja, yaitu bisa meliputi jasa pengantaran, reparasi, pemasangan suku cadang dan lain-lain.
3. Campuran
Penawaran terdiri dari barang dan jasa yang sama besar persistinya. Misalnya orang mengunjungi restoran untuk makanannya dan pelayanannya.
4. Jasa utama yang didukung Barang dan Jasa Minor (tambahan)
Penawaran terdiri atas jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat yang membeli jasa transportasi. Selama menempuh perjalanan menuju tempat tujuannya ada beberapa unsur produk fisik yang terlibat, seperti makanan dan minuman yang disediakan dalam jasa seperti ini memerlukan barang yang bersifat kaital intensif (dalam hal ini pesawat) untuk realisasinya. Tetapi penawaran utamanya adalah jasa.
5. Jasa Murni
Penawaran hampir seluruhnya berupa jasa, misalnya fisioterapi, konsultan, psikologi dan lain-lain.

Love Lock, 1992 dalam Tjiptono (1997:134) melakukan klasifikasi jasa berdasarkan lima kriteria, yaitu:

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa
Jasa dikelompokkan kedalam sebuah matriks yang terdiri atas 2 sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible actions* dan *intangible actions*), sedangkan sumbu horisontalnya adalah penerima jasa (manusia dan benda).
2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan
Jasa dikelompokkan dalam sebuah matriks yang terdiri atas 2 sumbu, dimana sebuah vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (hubungan keanggotaan dan tak ada hubungan formal), sedangkan sumbu horisontalnya adalah sifat penyampaian jasa (penyampaian secara berkesinambungan dan penyampaian diskret)
3. Berdasarkan tingkat customization dan judgment dalam penyampaian jasa
Jasa dikelompokkan dalam sebuah matriks yang terdiri atas 2 sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tingkat *customization* karakteristik jasa (tinggi dan rendah), sedangkan sumbu horisontalnya adalah tingkat *judgment* yang diterapkan *contact personel* dalam memenuhi kebutuhan pelanggan industrial (tinggi dan rendah)
4. Jasa dikelompokkan kedalam sebuah matriks yang terdiri atas 2 sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti dan permintaan puncak biasanya melampaui penawaran) sedangkan sumbu horisontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah)
5. Berdasarkan metode penyampaian jasa
Jasa dikelompokkan kedalam sebuah matriks yang terdiri atas 2 sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa; perusahaan jasa mendatangi pelanggan; serta pelanggan dan perusahaan jasa melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik), sedangkan sumbu horisontalnya adalah ketersediaan outlet jasa (*single site* dan *multiple site*).

Bila pelanggan membeli suatu jasa, ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan yang bersangkutan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya. Berbeda dengan produk barang, oleh karena itu para pelanggan akan mempertahankan tanda-tanda atau bukti yang ada pada jasa tersebut. Jadi tugas pemasar jasa ini adalah bisa mengkomunikasikan jasa tersebut dengan memberikan bukti-bukti fisik yang menyertainya pada saat memasarkan jasa tersebut.

1.4.5 Jenis pemasaran jasa

Perusahaan jasa agar tetap eksis harus bisa memasarkan setiap jasa yang dihasilkannya. Apalah arti sebuah perusahaan jasa yang hanya bisa menghasilkan suatu jasa tetapi tidak bisa dikonsumsi. Maka perusahaan harus menggunakan strategi yang tepat, agar jasa tersebut bisa diterima dan dikonsumsi. Untuk pemasaran jasa disamping strategi pemasaran, perlu pula diperhatikan tiga jenis pemasaran dalam jasa itu sendiri. Menurut Kotler (1997:88) adalah:

1. Pemasaran Eksternal,

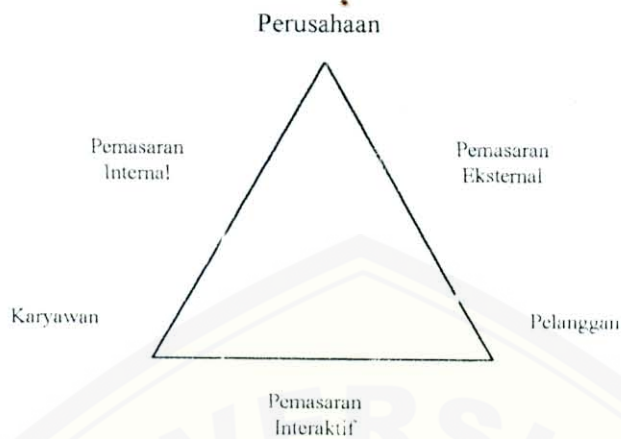
Yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk berupa barang atau jasa yang dihasilkannya. Pemasaran eksternal ini dijalankan perusahaan melalui strategi bauran pemasaran, baik melalui produk yang dihasilkan, harga yang ditawarkan, pelayanan yang dilakukan dan kegiatan promosi yang dijalankan. Pemasaran eksternal, tidak hanya dilakukan oleh perusahaan jasa, tetapi juga dijalankan oleh pemasaran produk berupa barang.

2. Pemasaran Internal,

Yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan kesenangan dan ketenangan dalam menjalankan kegiatan atau aktivitasnya menghasilkan produk berupa barang atau jasa dan menyampaikannya kepada pelanggan.

3. Pemasaran Interaktif,

Yaitu kegiatan yang dilakukan karyawan melalui berinteraksi dengan pelanggan untuk membina hubungan jangka panjang. Dengan pemasaran interaktif, menempatkan karyawan sebagai kunci keberhasilan pemasaran dengan fokus karyawan adalah pelanggan, terutama kepuasan pelanggan. Pengembangan pemasaran interaktif ini yang mendasari dikembangkannya "*customer service*" di dalam perusahaan, khususnya perusahaan jasa, yang menekankan pada fokus pelanggan untuk menciptakan tercapainya kepuasan pelanggan. Upaya menciptakan peningkatan kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui peningkatan kualitas kinerja pelayanan jasa.



Gambar 1. *Manajemen pemasaran II oleh Kotler (1997:164).*

Kualitas kinerja pelayanan bisa diciptakan oleh karyawan dengan dukungan perusahaan. Perusahaan disini menyediakan fasilitas yang mendukung terciptanya kinerja yang berkualitas tersebut. Apalagi dalam memasarkan jasa, kinerja karyawan yang berkualitas benar-benar dibutuhkan. Agar dalam memasarkan jasa dapat berjalan dengan baik

1.4.6 Pengertian Kinerja dan Pelayanan

a. Pengertian Kinerja

Karyawan dalam perusahaan jasa mempunyai peranan yang penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian harus diusahakan agar pegawai dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik melalui pelaksanaan tugasnya masing-masing. Kinerja menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1991:503) adalah "sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, kemampuan kerja". Menurut Winardi (1990) dalam kamus ekonomi mendefinisikan kinerja sebagai "prestasi perusahaan secara keseluruhan dalam menggunakan sumber daya yang dimilikinya".

Dari beberapa pengertian kinerja diatas, dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan hasil kerja yang telah dicapai oleh seorang pegawai atau karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

b. Pengertian Pelayanan

Dalam sebuah perusahaan jasa, pelayanan merupakan ujung tombak dari berhasil tidaknya suatu perusahaan. Begitu pula yang terjadi pada PT. Telkom. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan. Menurut Moekijat (1984:528) memberikan definisi pelayanan sebagai berikut:

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang sifatnya berwujud atau tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen dengan memberikan barang atau jasa yang disertai atau tanpa pemindahan kepemilikan atas barang atau jasa.

Sedangkan Moenir (1995:16) mengartikan pelayanan sebagai "proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung". Definisi lain menurut Roslan (1997:258) menjelaskan pelayanan prima adalah "yang berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pihak pelanggannya (konsumennya), sedangkan konsumen tersebut merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar".

Tujuan dari pelayanan yang prima / baik yang diberikan perusahaan, adalah sebagai berikut :

1. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada pelanggan.
2. Tetap menjaga (*maintenance*) agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya atau keinginannya.
3. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan.

Tujuan dari pelayanan yang prima ini tidak lain adalah untuk memuaskan pelanggan dan bagi perusahaan sendiri demi menjaga citra perusahaan agar perusahaan sendiri tetap dipercaya. Demi tercapainya kepuasan pelanggan ini (*customer satisfaction*) harus diperhatikan :

1. Menghargai kepentingan dan kebutuhan pelanggannya.
2. Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/ kebutuhan konsumennya/ pelanggannya.

3. Selalu bersikap bijaksana dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya.
4. Tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumennya.

Pelayanan kepada pelanggan bisa saja tidak memuaskan, karena beberapa sebab, diantaranya pelanggan keliru mengkomunikasikan jasa-jasa yang diinginkan, pelanggan keliru menafsirkan signal-signal perusahaan dan kinerja karyawan perusahaan jasa itu sendiri yang buruk. Masalah pelayanan tersebut dapat diatasi dengan strategi pelayanan yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Karena masalah strategi pelayanan ini merupakan salah satu unsur untuk mencapai kepuasan pelanggan. Strategi kualitas pelayanan harus mencakup empat hal berikut (Tjiptono, 2000: 132):

1. Atribut layanan pelanggan
Penyampaian layanan jasa harus tepat waktu, akurat, dengan perhatian dan keramahan.
2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa
Penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan.
3. Sistem umpan balik untuk kualitas layanan pelanggan
Umpan balik sangat dibutuhkan untuk evaluasi dan perbaikan berkesinambungan.
4. Implementasi .

1.4.7 Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan merupakan tujuan dari pemasaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Sedangkan perusahaan tidak dapat benar-benar mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggannya, sebab tingkat kepuasan antara pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lain berbeda. Tergantung persepsi masing-masing pelanggan secara umum. Setelah menerima pelayanan, pelanggan akan mengalami beberapa tingkat kepuasan yang berbeda tergantung penilaian setiap

pelanggan. Sebelumnya kita dapat mendefinisikan kepuasan menurut Kotler, Hoon Ang, Mengleong, dan Tan (1999:50) sebagai berikut:

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya.

Dan pelanggan itu sendiri menurut Tjiptono (1997:114) adalah “orang yang membeli produk atau jasa perusahaan”. Sedangkan pelanggan yang menguntungkan adalah “orang, rumah tangga atau perusahaan dalam jangka panjang memberikan pendapatan yang melebihi biaya perusahaan untuk menarik penjual dan melayani pelanggan itu dalam jumlah yang diterima”.

Jadi kepuasan pelanggan menurut Wilkie (1990) sebagai “suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”. Dan Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan “evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan”. Serta Kotler, et al (1997) sendiri mengartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah “tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari berbagai definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Jadi setiap pelanggan memiliki tingkat harapan yang dibandingkan dengan kenyataan yang diterima. Kenyataan dalam hal ini adalah keseluruhan nilai yang merupakan hasil kinerja karyawan yang diterima oleh pelanggan. Jika kinerja karyawan memenuhi harapan pelanggan akan puas, senang dan gembira. Akan tetapi jika pelanggan merasa kinerja karyawan tidak sesuai maka pelanggan akan kecewa. Begitu pula jika kinerja karyawan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan sangat puas.

Dari konsep diatas dapat dikaji bahwa perusahaan dalam menilai kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan. Dengan kinerja pelayanan yang berkualitas tersebut, perusahaan berharap disamping memenuhi kebutuhan masyarakat juga memenuhi harapan

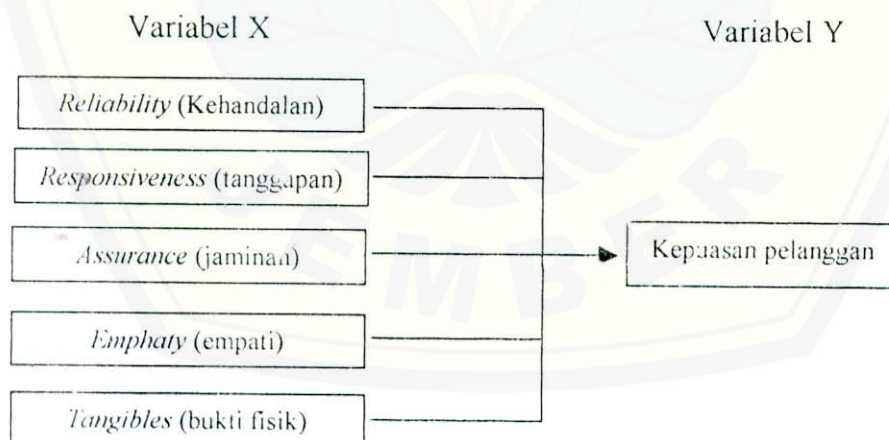
pelanggannya, dengan kata lain pelanggan merasa puas dengan adanya kinerja pelayanan yang berkualitas tersebut.

Sedangkan untuk operasionalisasi konsep nantinya penulis mengukur kinerja pelayanan jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Yang merupakan variabel bebas disini adalah kinerja pelayanan jasa yang terdiri dari beberapa indikator seperti: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles*. Disebabkan penulis merasa semua unsur dalam pelayanan sudah terwakili oleh beberapa indikator tersebut. Sedangkan yang menjadi variabel terikat disini adalah kepuasan pelanggan

Setelah variabel dalam penelitian ini ditentukan maka akan digambarkan sebuah model analisis yang menunjukkan hubungan antar variabel. Untuk memperoleh perumusan model analisis yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini, yaitu :

Variabel bebas (X) → Variabel terikat (Y)

Model analisis penelitian



Gambar 2. Model analisis penelitian (Umar,2000:38)

1.5 Asumsi

Agar hipotesis yang diajukan di atas dapat berfungsi, penulis menentukan beberapa asumsi. Asumsi adalah anggapan dasar tentang keadaan penelitian yang menunjang pemecahan masalah dengan menyederhanakan dan mempermudah pembahasan. Adapun asumsi-asumsi tersebut adalah :

1. Pelanggan menginginkan pelayanan yang cepat, tepat, dan mudah.
2. Segala kebijakan perusahaan tentang pelayanan tidak berubah selama penelitian ini berlangsung.
3. Responden bersikap obyektif dan jujur dalam memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang penulis berikan dalam kuesioner.

1.6 Hipotesis

Penggunaan hipotesis dalam suatu penelitian dapat didasarkan pada permasalahannya dan tujuan penelitian. Hipotesis dapat berperan sebagai jawaban sementara dari suatu penelitian dan juga sebagai pedoman bagi peneliti untuk meneliti permasalahan dalam penelitiannya. Menurut Arikunto(1993:62) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Adapun perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 : tidak ada pengaruh antara kinerja pelayanan jasa yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga wilayah Kantor Cabang Telkom Sumenep.
2. H_a : ada pengaruh antara kinerja pelayanan jasa yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga wilayah Kantor Cabang Telkom Sumenep.

1.7 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Karena konsep yang telah diuraikan merupakan konsep yang berlaku umum, maka perlu dijabarkan kedalam bentuk yang riil dan dapat diukur, serta mempunyai variasi nilai.

- Rendah : produk tersebut kurang menguntungkan

Dari beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan *reliability* tersebut diatas, jawaban responden diberi skor, salah satu cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor adalah dengan menggunakan skala. Skala yang digunakan menggunakan jenjang tiga (3 *option*). Karena untuk mempermudah bagi peneliti dalam menentukan jawaban dari masing-masing *option* tersebut dengan memberi keterangan pada *option* yang merupakan perbandingan. Selanjutnya diklasifikasikan ke dalam kriteria sebagai berikut (Arikunto,1996:27):

- responden menjawab (a) akan mendapat skor 3
- responden menjawab (b) akan mendapat skor 2
- responden menjawab (c) akan mendapat skor 1

Pemberian skor ini juga berlaku bagi indikator-indikator yang lain.

Selanjutnya skor dari item-item tersebut dijumlahkan dan hasilnya diklasifikasikan kedalam kriteria sebagai berikut:

- tinggi = 15-18
- sedang = 10-14
- rendah = 6 - 9

2. *Responsiveness* atau ketanggapan

Adalah respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Ada empat item-item yang merupakan bagian dari *responsiveness*, yaitu:

a. Tanggapan terhadap keluhan

Bagaimana tanggapan karyawan PT.Telkom tentang keluhan yang anda ajukan:

- Tinggi : apabila setiap keluhan yang diajukan langsung ditanggapi, tidak harus menunggu beberapa hari
- Sedang : apabila setiap keluhan yang diajukan kadang-kadang langsung ditanggapi
- Rendah : apabila setiap keluhan yang diajukan harus menunggu beberapa hari baru ditanggapi

b. Bagaimana tanggapan responden tentang kemudahan dalam melakukan pengaduan jika terdapat masalah:

- Tinggi : sangat puas
- Sedang : puas
- Rendah : kurang puas

c. Bagaimana tanggapan responden terhadap pelayanan pengiriman telegram:

- Tinggi : pelanggan merasa sangat puas
- Sedang : pelanggan merasa puas
- Rendah : pelanggan merasa kurang puas

d. Proses rekening telepon

Maksudnya adalah waktu membayar rekening telepon di Kancatel, disini dilihat dari waktu melayani dan cara melayaninya.

Bagaimana tanggapan responden tentang lama waktu karyawan memproses rekening telepon:

- Tinggi : jika karyawan melayani dengan cepat (kurang dari 15 menit)
- Sedang : jika karyawan melayani dengan biasa (15-30 menit)
- Rendah : jika karyawan melayaninya lama (lebih dari 30 menit)

Selanjutnya skor dari item-item ini dijumlahkan dan hasilnya diklasifikasikan kedalam kriteria sebagai berikut:

- Tinggi = 10 – 12
- Sedang = 7 – 9
- Rendah = 4 – 6

3. *Assurance* atau jaminan

Adalah meliputi kemampuan karyawan atas : pengetahuan terhadap produk secara cepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Berbagai item-item dari *assurance* ini adalah:

a. Fasilitas telepon umum

Adalah fasilitas PT.Telkom yang berupa telepon umum yang ada dipinggir jalan, baik yang menggunakan uang logam ataupun telepon umum yang menggunakan kartu bebas.

Bagaimana tanggapan responden tentang fasilitas umum yang diberikan PT.Telkom seperti telepon umum yang ada dipinggir jalan :

- Tinggi : telepon umum yang ada dipinggir jalan sangat memadai
- Sedang : telepon umum yang ada dipinggir jalan memadai
- Rendah : telepon umum yang ada dipinggir jalan kurang memadai

b. Sikap karyawan

Adalah sikap atau tingkah laku karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Apakah karyawan selalu bersikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan:

- Tinggi : karyawan sangat sopan dan ramah
- Sedang : karyawan sopan dan ramah
- Rendah : karyawan kurang sopan dan ramah

c. Layanan rekening telepon

Maksudnya adalah bentuk layanan telepon yang melayani tagihan rekening telepon rumah tangga.

Bagaimana karyawan memproses rekening telepon anda, pernahkah terjadi kesalahan:

- Tinggi : tidak pernah terjadi kesalahan
- Sedang : kadang-kadang (1-3 kali)
- Rendah : sering terjadi kesalahan (lebih dari 3 kali)

d. Keamanan

Adalah bentuk jaminan keamanan yang diberikan PT.Telkom kepada pelanggan, dengan adanya satpam yang menjaga keamanan.

Bagaimana menurut anda tentang keamanan ditempat parkir:

- Tinggi : sangat aman
- Sedang : aman

- Rendah : kurang aman

e. Citra PT.Telkom

Adalah nama baik PT.Telkom sejak berdiri sampai sekarang dimata masyarakat umumnya dan dimata pelanggan khususnya.

Bagaimana tanggapan responden tentang citra PT. Telkom selama ini:

- Tinggi : citra PT.Telkom selama ini sangat baik

- Sedang : citra PT.Telkom selama ini baik

- Rendah : citra PT.Telkom selama ini kurang baik

Selanjutnya skor dari item-item tersebut dijumlahkan dan hasilnya diklasifikasikan kedalam kriteria sebagai berikut:

- Tinggi = 15 – 18

- Sedang = 10 – 14

- Rendah = 6 – 9

4. *Emphaty* atau empati

Adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Ada empat item yang merupakan bagian dari indikator ini, adalah:

a. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pelayanan dari karyawan yang melayani pelanggan telepon rumah tangga, jika pelanggan membutuhkan bantuan.

Bagaimana pelayanan karyawan pada saat pelanggan membutuhkan bantuan:

- Tinggi : sangat antusias

- Sedang : biasa-biasa

- Rendah : kurang diperhatikan

b. Berapa kali telepon berdering sebelum karyawan menjawab telepon anda:

- Tinggi : 1 kali

- Sedang : 2 kali

- Rendah : 3 kali

c. Bagaimana tanggapan anda tentang karyawan yang selalu berusaha menanggapi setiap keluhan pelanggan:

- Tinggi : sangat setuju
- Sedang : setuju
- Rendah : kurang setuju

d. Bagaimana tanggapan responden atas pelayanan yang diberikan karyawan pada pelanggan:

- Tinggi : apabila karyawan menanggapi dengan sangat baik
- Sedang : apabila karyawan menanggapi dengan baik
- Rendah : apabila karyawan menanggapi dengan kurang baik

Selanjutnya skor dari item-item ini dijumlahkan dan hasilnya diklasifikasikan kedalam kriteria sebagai berikut:

- Tinggi : 10 – 12
- Sedang : 7 – 9
- Rendah : 4 – 6

5. *Tangibles* atau bukti fisik

Merupakan suatu bukti langsung untuk menerangkan keberadaan atau eksistensi perusahaan tersebut ditengah masyarakat. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *tangibles* adalah bentuk dan kondisi fisik PT.Telkom.

a. Bentuk dan ruangan kantor

Bagaimana tanggapan anda tentang bentuk dan ruangan kantor PT.Telkom:

- Tinggi : bentuk dan ruangan kantor PT.Telkom sangat memuaskan
- Sedang : bentuk dan ruangan kantor PT.Telkom memuaskan
- Rendah : bentuk dan ruangan kantor PT.Telkom kurang memuaskan

b. Tanggapan tentang ruang tunggu yang disediakan PT.Telkom:

- Tinggi : sangat memuaskan
- Sedang : memuaskan
- Rendah : kurang memuaskan

c. Bagaimana tanggapan responden tentang toilet yang disediakan PT.Telkom:

- Tinggi : toilet yang ada sangat bersih

- Sedang : toilet yang disediakan bersih
 - Rendah : toilet yang disediakan kurang bersih
- d. Bagaimana tempat parkir yang disediakan PT.Telkom:
- Tinggi : sangat memadai
 - Sedang : memadai
 - Rendah : kurang memadai

e. Fasilitas pendukung

Maksud dari fasilitas pendukung disini adalah komputer, yang ada di kantor PT.Telkom yang digunakan untuk membantu kelancaran kerja dari para karyawan dalam melayani pelanggan.

Bagaimana tanggapan anda tentang sarana pendukung operasi seperti komputer:

- Tinggi : sangat memuaskan
- Sedang : memuaskan
- Rendah : kurang memuaskan

f. Jumlah karyawan

Adalah semua karyawan yang bekerja di PT.Telkom dibagian *customer service* baik yang berada di *front office* ataupun yang berada di *back office*.

Bagaimana tanggapan anda tentang jumlah karyawan PT.Telkom:

- Tinggi : sangat memadai
- Sedang : memadai
- Rendah : kurang memadai

g. Bagaimana tanggapan anda tentang kebersihan kantor dan lingkungannya:

- Tinggi : sangat bersih
- Sedang : bersih
- Rendah : kurang bersih

h. Lokasi

Lokasi yang dimaksud disini adalah lokasi PT.Telkom yang ada di jalan Urip Sumoharjo No. 41 Pabian Sumenep. Lokasi dikatakan strategis karena dekat jalan raya, sehingga mudah dijangkau dari mana saja baik dari rumah maupun dari kantor.

Bagaimana tanggapan responden tentang letak kantor PT.Telkom:

- Tinggi : sangat strategis
- Sedang : strategis
- Rendah : kurang strategis

Selanjutnya skor dari masing-masing item tersebut dijumlahkan dan hasilnya diklasifikasikan kedalam kriteria sebagai berikut:

- Tinggi = 20 – 24
- Sedang = 13 – 19
- Rendah = 8 – 12

Sedangkan yang perlu dioperasionalkan dalam variabel terikat adalah kepuasan pelanggan. Yang dimaksud dengan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan pelanggan rumah tangga adalah pelanggan yang menggunakan jasa telepon untuk kepentingan rumah tangga. Jadi kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang dirasakan terhadap pelayanan, fasilitas, kinerja karyawan PT.Telkom Sumenep. Untuk kepuasan akan ditanyakan kepada responden, apakah responden merasa sangat puas, puas, atau kurang puas atas kinerja pelayanan yang diberikan karyawan PT.Telkom kepada pelanggan telepon rumah tangga selama menjadi pelanggan.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah-langkah operasional penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah sehingga diperoleh hal yang benar, obyektif dan ilmiah dalam penelitian ini digunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk menguji atau mentest teori dan menggambarkan hubungan antar variabel. Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam penelitian ini adalah :

1.8.1 Tahap Persiapan

1. Menentukan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor Cabang Telkom Sumenep Jl. Urip Sumoharjo No. 41 Sumenep. Peneliti menetapkan obyek tersebut sebagai lokasi penelitian karena untuk wilayah eks-karesidenan Madura yang meliputi kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep, Kantor Cabang Telkom Sumenep merupakan salah satu KANCATEL yang dianggap berhasil dalam memenuhi target pelanggan, karena pelanggannya berjumlah lebih dari 1000 orang.

2. Observasi Pendahuluan

Observasi ini merupakan kegiatan pendahuluan yang dilakukan penulis untuk mengamati kejadian yang terjadi di lapangan. Dengan observasi ini penulis mencari keterangan-keterangan atau informasi atas kejadian atau gejala yang dapat diamati baik berupa data maupun lisan. Dari observasi ini penulis dapat menentukan permasalahan berdasarkan kenyataan yang ada.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh Literatur atau buku untuk melengkapi, memperkaya teori.

1.8.2 Tahap Pengambilan Sampel

Agar ruang lingkup obyek penelitian menjadi jelas, maka seorang peneliti sebelum terjun ke lapangan haruslah menentukan jumlah populasi dari obyek sasaran. Dalam hal ini jumlah pelanggan sebanyak 1100 pelanggan dari empat macam pelanggan, yaitu :

Tabel 2. Klasifikasi dan jumlah pelanggan PT Telkom tahun 2000

No	Jenis Pelanggan	Jumlah
1	Pelanggan Rumah Tangga	953
2	Pelanggan Bisnis	117
3	Pelanggan Pemerintah	23
4	Pelanggan Sosial	7
Jumlah		1100

Sumber: PT. Telkom Sumenep, 2000

Tetapi dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pelanggan telepon rumah tangga di Kantor Cabang Telkom Sumenep. Penulis tidak memandang pelanggan dari pangkat, jabatan, pendapatan, dan lain-lain. Karena pelanggan mempunyai keinginan yang sama, yaitu menggunakan jasa telekomunikasi. Dengan demikian penulis mengambil sampel sebanyak 50 sampel, sebab ada keterbatasan dari peneliti baik biaya, tenaga maupun waktu, serta sampel sebanyak 50 dianggap sudah mewakili keseluruhan populasi. Dan metode yang digunakan adalah metode *purposive random sampling*, karena sampelnya adalah pelanggan telepon rumah tangga yang membayar rekening telepon di Kantor Cabang Telkom Sumenep.

1.8.3 Tahap Pengumpulan Data

Dalam tahap pengumpulan data ini digunakan metode sebagai berikut :

1. Observasi

Peneliti mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap masalah yang akan diteliti.

2. Interview

Pengumpulan data dilakukan dengan jalan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan permasalahan dalam penelitian, yaitu Kepala Bagian Pelayanan atau *Senior Supervisor Customer Service* dan para karyawan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3. Pengumpulan Data melalui Kuesioner

Data yang didapatkan dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang dalam pengisiannya ditunggu oleh penulis sehingga jika terdapat pertanyaan yang tidak dimengerti, maka penulis dapat memberi tahu maksud dari pertanyaan tersebut. Disamping itu penulis langsung dapat memeriksa daftar pertanyaan tersebut apakah semuanya terisi sehingga semua data yang dibutuhkan sudah dipenuhi sehingga kemungkinan adanya hasil yang tidak memenuhi syarat dapat dihindari.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode untuk pengumpulan data dengan melihat catatan dan arsip perusahaan yang sesuai dengan objek penelitian. Adapun data yang diambil dari teknik dokumentasi adalah gambaran umum perusahaan, daftar pelanggan telepon, dan semua hal yang terkait dalam masalah penelitian ini.

1.8.4 Tahap Pengolahan Data

1. *Editing*

Editing dilakukan setelah kuesioner dijawab oleh responden. Aktifitas ini bertujuan untuk meneliti kembali data yang telah terkumpul, sehingga data tersebut dapat digunakan dalam proses berikutnya.

2. Tabulasi

Tabulasi yaitu memasukkan data ke dalam tabel-tabel menurut jenisnya. Aktifitas ini berfungsi agar data-data yang ada mudah untuk dibaca dan dihitung. Dengan melihat tabel, akan mengetahui dengan jelas karakteristik responden berdasarkan jawaban-jawaban yang telah diberikan dalam daftar pertanyaan atau kuesioner.

3. Analisa Data

Analisa data pada penelitian ini menggunakan metode statistik untuk mengetahui pengaruh-pengaruh kinerja pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga dalam menggunakan jasa telekomunikasi.

Adapun analisa statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Chi Kuadrat (X^2) dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat resiko 5%. Teknik analisis ini dapat digunakan untuk menguji pengaruh antara dua variabel atau lebih yang diteliti serta untuk menentukan signifikansi dari dua atau lebih kelompok independen dari data diskrit yang serendah-rendahnya berskala nominal.

Adapun rumus dari Chi Kwadrat menurut Sugiyono (2000:231) adalah:

$$X^2 = \sum_{j=1}^k \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

keterangan :

X^2 = Chi Kuadrat

f_o = banyaknya frekuensi yang di observasi dalam kategori ke-i

f_h = banyaknya frekwensi yang diharapkan dalam kategori ke-i di bawah H_o

Rumus X^2 digunakan untuk menguji signifikansi perbedaan frekwensi yang diobservasi (f_o) dengan frekwensi yang diharapkan (f_h). Untuk mengetahui apakah hasil yang diperoleh adalah signifikan atau tidak, terlebih dahulu dihitung derajat kebebasan (dk) = $(k-1) (b-1)$ dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat resiko 5%. Apabila dari perhitungan ternyata harga X^2 sama atau lebih besar dari harga kritik X^2 yang tertera pada tabel, sesuai dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan, maka kesimpulan kita adalah bahwa ada pengaruh yang meyakinkan antara f_o dan f_h . Akan tetapi apabila dari perhitungan ternyata bahwa nilai X^2 lebih kecil dari harga kritik dalam tabel menurut taraf signifikansi yang telah ditentukan, maka kesimpulannya tidak ada pengaruh yang meyakinkan antar f_o dengan f_h .

Jika dalam penggunaan rumus Chi-Kuadrat masih belum menunjukkan besar kecilnya korelasi tersebut, maka dipergunakan rumus koefisien kontingensi (C). Koefisien kontingensi merupakan alat statistik yang dapat digunakan untuk mengukur dua variabel yang berbeda agar dapat menemukan tingkat hubungan antar variabel, sebagaimana dikemukakan oleh Siegel (1997:245), dengan perumusan (C) sebagai berikut:

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{N - X^2}}$$

Sugiyono (2000:183) mengatakan bahwa untuk memberi interpretasi terhadap kuat tidaknya pengaruh antar variabel yang diteliti digunakan pedoman sebagai berikut :

Interval koefisien	Tingkat pengaruh
0,000 – 0,199	sangat rendah
0,200 – 0,399	rendah
0,400 – 0,599	sedang
0,600 – 0,799	kuat
0,800 – 1,000	sangat kuat

1.8.5 Tahap Penarikan Kesimpulan

Sebagai tahap akhir dari kegiatan penelitian ini adalah tahap penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan metode deduktif, yaitu penarikan kesimpulan yang berawal dari hal-hal yang bersifat umum ke hal-hal yang bersifat khusus sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan melalui proses tersebut akan ditemukan jawaban-jawaban dari permasalahan penelitian.



II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan

Cikal bakal TELKOM adalah suatu badan usaha bernama Post-en Telegraafdienst yang didirikan dengan staatsblad No.52 tahun 1884. Penyelenggaraan telekomunikasi di Hindia Belanda pada waktu itu pada mulanya diselenggarakan oleh swasta. Bahkan sampai tahun 1905 tercatat 38 perusahaan telekomunikasi, yang pada tahun 1906 diambil alih oleh Pemerintah Hindia Belanda dengan berdasarkan staatsblad No.395 tahun 1906. Sejak itu berdiri Post, Telegraaf en Telefoondients atau disebut PTT. Dienst. PTT. Dienst ditetapkan sebagai perusahaan negara berdasarkan Staatsblad No.419 tahun 1927 tentang Indonesia Bedrijvenwet (I.B.W. Undang-undang perusahaan negara).

Jawatan PTT ini berlangsung sampai dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No.19 Tahun 1960 oleh Pemerintah RI, tentang persyaratan suatu perusahaan negara dan PTT. Dienst memenuhi syarat untuk tetap menjadi suatu perusahaan negara (PN). Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah No.240 Tahun 1961, tentang pendirian perusahaan negara Pos dan Telekomunikasi disebutkan, bahwa perusahaan negara Pos dan Telekomunikasi disebutkan dalam pasal 2.I.B dilebur kedalam perusahaan negara Pos dan Telekomunikasi (PN.Pos dan Telekomunikasi).

Dalam perkembangan selanjutnya pemerintah memandang perlu untuk membagi PN Pos dan Telekomunikasi menjadi 2 (dua) PN yang berdiri sendiri. Berdasarkan peraturan pemerintah No.9 Tahun 1965, maka berdirilah perusahaan Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan pendirian PN Telekomunikasi (PN.Telekomunikasi) diatur dalam PP. No.30 Tahun 1965. Bentuk inipun dikembangkan menjadi Perusahaan Umum (Perum) Telekomunikasi melalui Peraturan Pemerintah No.30 Tahun 1974. Dalam peraturan tersebut dinyatakan pula Perusahaan Umum Telekomunikasi sebagai penyelenggara jasa Telekomunikasi untuk umum, baik hubungan

telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri. Tentang hubungan telekomunikasi luar negeri pada saat itu juga diselenggarakan oleh PT. Indonesia Satellites Corporation (Indosat). Yang masih berstatus perusahaan asing, yakni dari American Cable and Radio Corporation, suatu perusahaan yang didirikan berdasarkan peraturan perundangan negara bagian Delaware, Amerika Serikat.

Seluruh saham PT.Indosat dengan modal asing ini pada akhir tahun 1980 dibeli oleh negara Republik Indonesia dari American Cable and Radio Corporation dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum. Pemerintah mengeluarkan P.P. No.53 Tahun 1980 tentang telekomunikasi untuk umum yang isinya tentang perubahan atas peraturan pemerintah No.22 Tahun 1974. Berdasarkan P.P. No.53 Tahun 1980, Perumtel ditetapkan sebagai badan usaha penyelenggara telekomunikasi untuk umum internasional.

Memasuki Repelita V pemerintah merasakan perlunya percepatan pembangunan telekomunikasi, karena sebagai infrastruktur diharapkan dapat memacu pembangunan sektor lainnya, selain hal tersebut penyelenggara telekomunikasi membutuhkan manajemen yang lebih profesional, oleh sebab itu perlu menyesuaikan bentuk perusahaan untuk itu berdasarkan P.P. No.25 Tahun 1991, maka bentuk Perusahaan Umum (Perum) dialihkan menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), sebagaimana dimaksud dalam undang-undang No.9 Tahun 1969. Sejak itulah berdirilah Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia atau TELKOM.

2.1.1. Kegiatan Usaha

Jasa telekomunikasi yang disediakan TELKOM dibagi dalam dua kelompok, jasa telekomunikasi dasar dan bukan dasar. Pengelompokan inipun belum dilaksanakan secara tegas, mengingat teknologi telekomunikasi dan informasi berkembang dengan pesat. Bisnis utama TELKOM sampai saat ini adalah menyediakan PSTN (Publik Switch Telephone Network) dan menyelenggarakan jasa melalui PSTN. Jenis jasa telekomunikasi yang sudah beroperasi sampai 1995 ini adalah:

1. Jasa telepon dalam negeri,
2. Jasa interkoneksi kepada penyelenggara telekomunikasi lain,
3. Jasa telepon bergerak seluler,
4. Jasa satelit,
5. Jasa lainnya.

Jasa telepon dalam negeri merupakan kegiatan usaha TELKOM yang memberikan pendapatan terbesar, komposisi pendapatan jasa ini meliputi, biaya pasang, biaya abonemen (langganan) bulanan, dan biaya pemakaian telepon untuk panggilan lokal dan jarak jauh. Dan catatan tahun 1994, ternyata kontribusi terbesar berasal dari biaya pemakaian telepon. Pelayanan jasa telepon dalam negeri ini juga termasuk penyediaan telepon umum, baik kartu maupun koin. Disamping memperoleh pendapatan dari pelanggan untuk jasa telepon dalam negeri, TELKOM juga menerima pendapatan interkoneksi dari penyelenggara telekomunikasi internasional dan STBS (sistem telepon bergerak seluler).

2.1.2. Bentuk Perusahaan

PT.TELKOM sekarang berbentuk PT (perseroan terbatas) yang sebelumnya berbentuk Perum. Pergantian dari Perum menjadi PT di tetapkan dengan SK.No 25/1991. Pergantian ini menunjukkan semakin berkembangnya PT. TELKOM dan siap menghadapi pasar bebas. PT.TELKOM semakin lama semakin menunjukkan perkembangannya. Dan memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk menjadi mitra kerja PT.TELKOM.

2.1.3. Lokasi Perusahaan

Kantor Cabang TELKOM Sumenep berlokasi di jalan Urip Sumoharjo No. 41 Pabian Sumenep. Lokasi Kantor Cabang TELKOM Sumenep ini strategis, karena mudah dijangkau oleh pelanggan baik dari rumah maupun dari kantor.

2.1.4. Unit Pelayanan Kancatel Sumenep

Kantor Cabang TELKOM Sumenep memiliki unit pelayanan yang berfungsi untuk membantu kelancaran tugas cabang pelayanan yang berada di daerah-daerah kecamatan. Unit pelayanan yang ada di kecamatan-kecamatan ini membantu pengembangan pemerataan telepon di daerah-daerah, sehingga bukan masyarakat kota saja yang dapat menikmati jasa telepon tetapi masyarakat desapun dapat menikmatinya. Unit pelayanan ini ada 2, yaitu unit pelayanan yang ada di kepulauan dan yang ada di daratan. Tetapi untuk di daratan tidak berbentuk unit pelayanan tetapi berbentuk STO (sentral telepon otomatis). Unit Pelayanan dan STO ada beberapa dibawah ini:

1. Unit Pelayanan Kangean/Arjasa
2. Unit Pelayanan Masalembu
3. Unit Pelayanan Sapudi
4. Unit Pelayanan Sapeken.

Untuk daratan berupa STO adalah:

1. STO Ambunten
2. STO Pragaan
3. STO Batang
4. STO Kancatel Sendiri.

2.1.5 Jumlah Karyawan dan Jam Kerja

Karyawan pada PT.Telkom (Persero) Sumenep terdiri dari karyawan tetap dan karyawan tidak tetap. Karyawan tetap yang dimiliki PT.Telkom Sumenep berjumlah 34 orang, dengan perincian sebagai berikut: unit marketing berjumlah 8 orang, unit support berjumlah 12 orang, unit jaringan akses dan UPRN berjumlah 14 orang. Sedangkan untuk karyawan tidak tetap berjumlah 33 orang.

Peraturan jam kerja yang berlaku di Kancatel Sumenep disesuaikan dengan kondisi perusahaan. Tetapi ketentuan yang menyangkut jumlah jam kerja perhari tetap disesuaikan dengan peraturan

pemerintah yang berlaku. Mengenai peraturan hari kerja dan jam kerja di Kancatel Sumenep ditetapkan sebagai berikut:

- Hari Senin - Kamis : Pukul 08.00 - 16.00 WIB
- Istirahat : Pukul 11.30 - 12.30 WIB
- Hari Jum'at : Pukul 08.30 - 17.00 WIB
- Istirahat : Pukul 11.00 - 13.00 WIB
- Sabtu dan Minggu libur.

2.2. STRUKTUR ORGANISASI

Struktur organisasi adalah salah satu kerangka yang menunjukkan hubungan-hubungan antara pejabat maupun bidang-bidang kerja satu sama lain, sehingga jelas fungsi-fungsi dan tanggung jawab masing-masing bidang dalam jenjang organisasi tersebut. Definisi ini mendorong pengertian bahwa struktur organisasi merupakan gambaran mengenai sistem hubungan kerja sama dengan orang-orang yang terdapat dalam organisasi untuk mencapai tujuan. Di bawah ini adalah bentuk struktur organisasi PT.TELKOM Kancatel Sumenep, beserta tugas maupun fungsi dari masing-masing bagian:

1. Kancatel

Kancatel bertanggung jawab atas pencapaian sasaran operasional, penyelenggaraan jasa dan pengelolaan perangkat telekomunikasi dalam area geografis tertentu. Kancatel mempunyai tugas membantu Kancatel dalam rangka mengkoordinasikan, mengawasi dan membuka penyelenggaraan dan bidang jasa dalam wilayah lingkungan kerjanya dan mendukung kelancaran pelaksanaan tugas unit-unit kerja dibawahnya secara efisien, ekonomis dan efektif. Tugas-tugas utama Kancatel adalah:

Bertanggung jawab atas pengelolaan dan penyelenggaraan:

1. pelayanan jasa telekomunikasi POTS secara maksimal, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap TELKOM dan meningkatkan citra TELKOM

2. pengoperasian, pemeliharaan dan penanganan gangguan jaringan akses secara profesional demi tercapainya kepuasan pelanggan/pengguna jasa telekomunikasi
3. peningkatan pendapatan dari produksi pulsa POTS
4. mendukung program pelayanan dan peningkatan pendapatan serta produksi pulsa non POTS (MVIS)
5. pengendalian/pengelolaan anggaran perusahaan secara efektif dan efisien.

Kebebasan Bertindak:

1. menjabarkan visi, misi, strategi pemasaran POTS dan pengelolaan jaringan akses,
2. menetapkan sasaran dan metode proses pemasaran POTS dan pengelolaan jaringan akses yang optimal,
3. mengelola dan mengembangkan sumber daya untuk mendukung pemasaran POTS dan pengelolaan jaringan akses yang handal,
4. mengelola dan mengendalikan operasi dan pemeliharaan akses,
5. mengatur pelaksanaan operasi dan pemeliharaan untuk meningkatkan performansi jaringan akses,
6. menyusun rencana kerja manajerial Kancatel,
7. mengembangkan sumber daya manusia (pelatihan, pendidikan, reward, promosi, mutasi, dan sebagainya) dilingkungan Kancatel,
8. mengelola sumber daya (keuangan, sumber daya manusia, informasi dan sebagainya) untuk keperluan pelaksanaan operasional di Kancatel.

2. Senior Supervisor Jaringan Akses

Bagian senior supervisor akses ini mempunyai tugas menyelenggarakan kegiatan dukungan pelayanan perusahaan dilingkungan Kancatel. Adapun tugas utama dari senior supervisor jaringan akses ini adalah:

1. melaksanakan *maintenance* jaringan akses dan MDF baik yang bersifat preventif maupun korektif untuk meningkatkan performansi (*reliability* dan *availability*),
2. melaksanakan percepatan waktu layanan pasang baru (PSB),
3. memperkecil angka gangguan (Q) dan percepatan perbaikan gangguan (MTTR, MTTI),
4. melaksanakan analisa dan evaluasi performansi jaringan akses,
5. mengelola anggaran untuk rehabilitasi jaringan akses,
6. melaksanakan dan meningkatkan validasi data base jaringan akses,
7. membantu perencanaan penambahan jaringan akses.

Kebebasan bertindak (wewenang):

1. melaksanakan SMP dan SOP opahar jaringan akses dan MDF,
2. mengatur personal internal jaringan akses dan MDF,
3. mengambil langkah untuk meningkatkan performansi (kualitas dan kuantitas),
4. melaksanakan rehabilitasi jaringan akses.

a. Supervisor Jaringan Akses Sektor

Bagian supervisor jaringan akses ini merupakan tim kerja dan atau bawahan dari supervisor jaringan akses. Bagian ini mempunyai tugas yang hampir sama dan bertanggung jawab serta melaporkan hasil kerjanya kepada senior supervisor jaringan akses. Adapun tugas utama dan kebebasan bertindak (wewenang) dan supervisor jaringan akses sektor (1,..N) adalah:

Tugas Utama:

1. melaksanakan *maintenance* jaringan akses Metal dan MDF yang bersifat preventif maupun korektif, untuk meningkatkan performansi jaringan,
2. melaksanakan layanan jaringan akses Metal (PSB, mutasi, perbaikan gangguan dan lain-lain),
3. melaksanakan pengukuran / pengetesan saluran (jaringan akses metal),

4. membantu perencanaan penambahan jaringan akses metal,
5. melaksanakan tertib administrasi SSKA tehnikai.

Kebebasan Bertindak:

1. melaksanakan SMP dan SOP ophar jaringan akses,
2. mengambil langkah untuk meningkatkan performansi (kualitas dan kuantitas) jaringan akses,
3. mengusulkan kebutuhan alat dan sarana kerja yang dibutuhkan,
4. mengendalikan pemeliharaan jaringan akses tembaga.

b. Supervisor Jaringan Akses Nonmetal

Bagian supervisor jaringan akses non metal ini mempunyai tugas utama dan kebebasan bertindak (wewenang) sebagai berikut:

Tugas Utama:

1. melaksanakan *maintenance* jaringan akses non metal dan MDF yang bersifat preventif maupun korektif, untuk meningkatkan performansi jaringan,
2. melaksanakan layanan jaringan akses *non metal* (PSB, mutasi, perbaikan gangguan dan lain-lain),
3. melaksanakan pengukuran/pengetesan saluran (jaringan akses *non metal*),
4. membantu perencanaan penambahan jaringan akses *non metal*,
5. melaksanakan tertib administrasi SSKA teknikal.

Kebebasan bertindak (wewenang):

1. melaksanakan SMP dan SOP ophar jaringan akses *non metal*,
2. mengambil langkah untuk meningkatkan performansi (kualitas dan kuantitas) jaringan akses,
3. mengusulkan kebutuhan alat dan sarana kerja yang dibutuhkan,
4. mengendalikan pemeliharaan jaringan akses tembaga.

c. Supervisor Data Jaringan Akses

Tugas Utama:

1. mengelola administrasi data base jaringan akses,
2. mengawasi dan meningkatkan validitas database jaringan akses.

Kebebasan Bertindak:

1. melakukan pemeriksaan dan pengukuran jaringan akses untuk menguji validitas data,
2. mengambil langkah untuk meningkatkan validitas jaringan akses.

d. Officer 3 Evaluasi Performansi Jaringan Akses

Tugan Utama:

1. menganalisa dan mengevaluasi performansi jaringan akses,
2. membuat laporan hasil analisa dan evaluasi performansi jaringan akses,
3. melakukan pemeriksaan kondisi jaringan akses dan membuat laporan,
4. membuat usulan program pembenahan jaringan akses.

Kebebasan Bertindak:

1. memeriksa kondisi dan konfigurasi jaringan akses di lapangan,
2. memeriksa hasil pekerjaan tetap repair dan ekspansi jaringan akses.

3. Senior Supervisor Marketing

Dinas *senior supervisor marketing* ini bertanggung jawab atas pencapaian sasaran operasi. Untuk menyelenggarakan tanggung jawab tersebut dinas *supervisor marketing* memiliki tugas utama dan kebebasan bertindak .

Tugas Utama:

1. merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi *marketing* untuk pencapaian target pemasaran POTS dan Fitur,
2. melakukan analisa dan evaluasi produksi pulsa serta upaya perbaikan peningkatan produksi (*usage quality improvement*) untuk pencapaian target pendapatan,
3. melakukan pengelolaan daftar calon pelanggan POTS yang belum dapat dipenuhi (SI,UN) secara profesional,
4. melakukan survei demand (POTS) dan survei permintaan lainnya (*need and want customer*),

5. menyusun analisa daerah usaha/operasi,
6. mengelola, menjaga validitas dan mengembangkan *customer data base* (SISKA) agar lebih berdaya guna, serta pengelolaan berkas pelanggan,
7. melaksanakan pemeriksaan dan menindak lanjuti *anomali prebilling*, minimasi anomali Siska Komersial,
8. meningkatkan kualitas, kuantitas layanan dan pendapatan *Public Service*,
9. mendukung program pelayanan dan peningkatan serta produksi pulsa non POTS (MVIS).

Kebebasan Bertindak:

1. menyusun rencana, strategi dan kebijakan pemasaran POTS dan *Public Phone*,
2. melakukan kerja sama dengan pihak ketiga untuk kegiatan promosi,
3. menyusun rencana, strategi dan kebijakan *usage quality improvement*,
4. menyusun kebijakan pengelolaan *customer data base*,
5. mengusulkan pengembangan pasar telum dan wartel,
6. melaksanakan pembinaan kemitraan *Public Phone*.

a. **Supervisor Public Phone**

Tugas Utama:

1. pencapaian target pemasaran dan pendapatan telepon umum (telepin /terminal bebas, TUC, TUKM, TUKS), wartel dan warnet,
2. meningkatkan kualitas layanan *public phone* (telepon umum, wartel, warnet),
3. mengelola administrasi *public phone*.

Kebebasan Bertindak:

1. menentukan pengembangan pasar telum, wartel dan warnet di wilayahnya,
2. membuka program peningkatan kualitas layanan dan distribusi anggaran *public service*,

3. mengendalikan anggaran dan pemeliharaan telum,
4. mengendalikan pihak ketiga (*outsourc*) dalam pemeliharaan telum,
5. melaksanakan pemeriksaan kesiapan perangkat wartel,
6. melaksanakan inspeksi tarif wartel.

b. *Senior Sales Plan*

Supervisor sales plan merupakan tim kerja dari *senior supervisor marketing*. Hasil kerja dari *senior sales plan* ini dilaporkan dan bertanggung jawab langsung kepada *senior supervisor marketing*. Adapun tugas utama dan kebebasan bertindak dari *senior sales plan* ini adalah:

Tugas Utama:

1. merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi *marketing* untuk pencapaian target pemasaran POTS dan Fitur,
2. melakukan pengelolaan daftar calon pelanggan POTS yang beluma dapat dipenuhi (SI,UN) secara profesional,
3. melakukan survei demand (POTS) dan survei permintaan lainnya (*need and want customer*),
4. membuat usulan dan perencanaan ekspansi jaringan akses untuk pemasaran POTS,
5. menyusun analisa daerah usaha/operasi,
6. mendukung program pelayanan dan peningkatan serta produksi pulsa non POTS (MVIS).

Kebebasan bertindak:

1. mengusulkan rencana, strategi dan kebijakan pemasaran,
2. melakukan kerja sama dengan pihak ketiga untuk kegiatan promosi,
3. mengulkan *pricing (discount)* dan *bundling product*,
4. memasarkan hasil pekerjaan ekspansi jaringan akses (POTS).

c. *Officer 3 Analisa Produksi*

Tugas Utama:

1. melakukan analisa dan evaluasi produksi pulsa,

2. membuat usulan strategi perbaikan/ peningkatan produksi pulsa(*usage quality improvement*),
3. melakukan pemeriksaan dan menindaklanjuti *anomali prebiling*,
4. membuat laporan hasil analisa dan evaluasi,
5. sebagai agen data di Kancatel.

Kebebasan Bertindak:

- menggunakan teknologi informasi sesuai dengan kewenangannya.

d. Officer 3 Dalop

Tugas Utama:

1. mengevaluasi dan menganalisa penanganan PSB, Mutasi dan Gangguan,
2. mengusulkan pemberian kompensasi SLG layanan PSB dan Gangguan,
3. mengendalikan dan menekan jumlah SLG PSB, Mutasi dan Gangguan,
4. mengelola / menyimpan berkas data pelanggan,
5. mengelola, menjaga validitas *customer data base* (SISKA) agar lebih berdaya guna,
6. minimasi anomali Siska Komersial,
7. minimasi terjadinya *fraud* dan menindaklanjuti *fraud* yang sudah teridentifikasi / terjadi.

Kebebasan Bertindak:

1. evaluasi dan analisa penanganan PSB, Mutasi dan Gangguan,
2. merekomendasikan pemberian kompensasi SLG layanan PSB, Mutasi dan Gangguan sesuai ketentuan.

4. Senior Supervisor Support

Bagian *supervisor support* mempunyai tugas menyediakan dukungan dalam perencanaan, pendayagunaan, pengembangan sumberdaya manusia ataupun sumberdaya organisasi di lingkungan KANCATEL.

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut bagian *supervisor support* mempunyai tim kerja yang dapat bekerja sama untuk kelancaran tugas

supervisor support. Adapun tugas dan wewenang *senior supervisor support* adalah sebagai berikut:

Tugas Utama:

1. menyelenggarakan administrasi sumberdaya manusia dan belanja sumberdaya manusia,
2. menyelenggarakan pengamanan,
3. menyelenggarakan perbendaharaan, anggaran dan akuntansi,
4. menyelenggarakan kesekretariatan,
5. menyelenggarakan pengelolaan logistik,
6. menyajikan jasa performansi keuangan, SDM dan logistik.
7. mengelola pelaksanaan *quality improvement*,
8. mengelola SKI.

Kebebasan Bertindak:

1. mengusulkan pelatihan dan penghargaan,
2. mengendalikan pelaksanaan RKAP Kancatel,
3. mengoptimalisasi *Cash Flow* dan pengelolaan kas Bank,
4. mengelola kesekretariatan serta hukum perikatan,
5. melaksanakan kegiatan protokoler,
6. pengadaan dan penyediaan barang umum dan teknik,
7. menyediakan layanan informasi harga referensi barang / jasa,
8. mengendalikan pekerjaan *out sourcing*,
9. melaksanakan kegiatan operasional dan pemeliharaan KBM,
10. mengelola dan pemeliharaan gudang dan sarana umum,
11. menerima, menyimpan dan mendistribusikan barang sesuai dengan kebutuhan *user*,
12. mengkoordinir pelaksanaan 6R,
13. mengkoordinir pelaksanaan pengamanan.

a. **Officer 3 Support (SDM dan Akuntansi)**

Bagian *officer 3 support* ini ada 2 bidang yaitu bagian SDM dan Akuntansi, tetapi dipegang oleh satu orang *officer*. Untuk SDM ini bertugas menyediakan sumberdaya manusia yang berkualitas,

merencanakan dan mengembangkan SDM yang ada untuk lebih profesional. Sedangkan bidang Akuntansi mempunyai tugas merencanakan dan menyediakan dukungan finansial kepada unit-unit pelayanan di Kancatel serta menyelenggarakan sistem Akuntansi sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan. *Officer 3 Support* mempunyai tugas utama dan wewenang sebagai berikut:

Tugas utama:

1. mengelola belanja pegawai (melaksanakan administrasi data dan belanja pegawai)
2. melaksanakan proses administrasi pegawai, pensiun dan janda, mutasi keluar masuk, capeg,
3. melaksanakan pembinaan Hartib, IBO dan kegiatan karyawan,
4. mengusulkan pengembangan SDM,
5. menyelenggarakan pelayanan K4
6. menyelesaikan restitusi pengobatan pegawai dan pensiunan,
7. menyelesaikan pengurusan BPS, BPFP dan BBP,
8. menyusun program pengamanan serta kebutuhan sarpen pengamanan,
9. melakukan administrasi pengamanan,
10. melaksanakan verifikasi pertanggungungan,
11. mengkoordinir pengumpulan data-data untuk pelaksanaan RKAP,
12. membuat laporan keuangan dan analisisnya,
13. melaksanakan pengimputan/ pencatatan data ke modul SIMAK,
14. mengelola pelaksanaan *quality improvement*,
15. mengelola SKI,
16. melaksanakan kegiatan humas dan kesekretariatan,
17. Melaksanakan pengawasan dan pengendalian RKAP.

Kebebasan Bertindak:

1. mengusulkan anggaran pengadaan sarana keselamatan kerja pegawai,

2. mengusulkan program kesehatan dan keamanan kerja (contoh: *no smoking area*),
3. melakukan validasi dan koreksi transaksi keuangan,
4. memberikan bimbingan teknis penyelesaian pertanggungjawaban,
5. implementasi metode penyelesaian tutup buku,
6. mengelola kegiatan humas.

b. *Officer 3 Support (Logistik)*

Bagian ini dikenal juga dengan sebutan Logistik yang mempunyai tugas menyediakan dukungan kepada unit-unit kerja Kancatel dalam perencanaan pengadaan, penyimpanan, pemeliharaan, pendistribusian dan pengendalian persediaan perangkat telekomunikasi serta sarana penunjang dan pengadministrasian umum.

Untuk menyelenggarakan tugas tersebut bagian logistik mempunyai tugas utama dan wewenang sebagai berikut:

Tugas Utama:

1. menyediakan dan mengadakan barang umum dan teknik,
2. mengelola gudang, sarana umum dan KBM,
3. mengelola persediaan barang gudang,
4. mengelola pelaksanaan 6R,
5. menyediakan layanan informasi harga referensi barang atau jasa,
6. menyelenggarakan PKS,
7. menerima, menyimpan dan mendistribusikan barang sesuai dengan kebutuhan *user*.

Kebebasan Bertindak:

1. memonitor penggunaan anggaran logistik,
2. menyusun program pengadaan tahunan/ semesteran/ triwulanan,
3. menyiapkan referensi harga barang dan jasa,
4. melakukan evaluasi kinerja vendor,
5. menyelenggarakan klarifikasi, negosiasi dan evaluasi,
6. membuat perjanjian kontrak kerja dengan vendor pemenang tender,

7. mengusulkan tim uji terima ,pertama dan ke dua, mengatur penggunaan BBM per bulan untuk operasional,

5. *Senior Supervisor Customer Service*

Dinas *supervisor customer service* mempunyai tugas menyusun rencana operasi dan program pengembangan TV, Wartel, Warnet dan melayani PSB. Menetapkan target pendapatan, memelihara unjuk kerja unit pelayanan, menyusun strategi dan tahapan pengembangan pelayanan umum.

Dinas ini dalam menyelenggarakan tanggungjawab tersebut mempunyai tugas utama dan kebebasan bertindak sebagai berikut:

Tugas Utama:

1. mengelola performansi pelayanan,
2. mengelola penyelenggaraan pelayanan jasa Telkom untuk semua produk PMVIS (pasang baru, mutasi) dan sebagainya,
3. melayani pengaduan pelanggan (gangguan, isolir, *claim pulsa*),
4. melayani *print out* AMA,
5. memberi informasi produk dan tarif sesuai ketentuan,
6. menciptakan kondisi 6R di ruang Yantel,
7. mempertanggungkan pendapatan Yantel,
8. merespon *claim customer* pada program *e-Care*,
9. mengelola *Infocom Center*,
10. mengkoordinir *officer* 3 Catel,
11. memantau dan merespon *e-Care*,
12. meng-*update content* Telkom Info sosialisasi internal,
13. melakukan kontak pelanggan,
14. melakukan *Customer Education*,
15. melakukan *Customer Retention*,
16. melakukan survey dan analisa kepuasan pelanggan, mendata dan menindak lanjuti status UO karena pelanggan sampai PS.

Kebebasan Bertindak:

1. mengelola Siska Komersial dan laporan gangguan,
2. mengelola menu sentral untuk operasi layanan (BTI-APS, SLI, Fitur),
3. mengawasi proses permintaan PSB dan mutasi dari registrasi (RE) sampai Valid (VA), *Service Infeasibility* (SI), *Unfeasible* (UN),
4. mengawasi proses permintaan *Modifikasi Service* (MS) dari RE sampai PS (*Put into Service*),
5. mengelola *outlet-outlet* pelayanan dan *selling point*,
6. mengendalikan tingkat layanan,
7. mengirim surat simpatik PSB,
8. bertanggung jawab ketersediaan ATK dan model-model layanan,
9. melaksanakan *briefing* layanan,
10. bertanggung jawab terhadap kesiapan sarana kerja (PC/Siska dll),
11. mempertanggungkan pendapatan Yantel,
12. melaporkan data statistik layanan secara periodik,
13. merekomendasi wartel/warnet dan menandatangani PKS,
14. pemeriksaan isian *checklist*,
15. menanda tangani surat menyurat kepada pelanggan,
16. pembuatan berita acara dan pembayaran restitusi,
17. menyusun SKI, laporan berkala dan penilaian, SKI,
18. menyusun risalah *Quality Improvement*,
19. evaluasi tingkat kepuasan pelanggan,
20. mengusulkan perluasan daerah pemasaran bila diketahui ada pengembangan daerah/*demand* baru.

a. *Officer 3 Customer Service*

Tugas Utama:

1. memantau dan merespon *e-Care*,
2. meng-*update content* Telkom Info dan sosialisasi internal,
3. melakukan kontak pelanggan,
4. melakukan *Customer Education*,

5. melakukan *Customer Retention*,
6. melakukan survei dan analisa kepuasan pelanggan,
7. mendata dan menindak lanjuti status UO karena pelanggan sampai PS,

Kebebasan Bertindak:

1. mengelola performansi pelayanan,
2. mengelola penyelenggaraan pelayanan jasa Telkom untuk semua produk PMVIS (pasang baru, mutasi) dan sebagainya,
3. melayani pengaduan pelanggan (gangguan, isolir, *claim pulsa*),
4. melayani *print out* AMA,
5. memberi informasi produk dan tarif sesuai ketentuan,
6. menciptakan kondisi 6R di ruang Yantel,
7. mempertanggungkan pendapatan Yantel,
8. merespon *claim customer* pada program *e-Care*,
9. mengelola Siska Komersial dan laporan gangguan,
10. mengelola menu sentral untuk operasi Fitur, Isolir APS dan *Print out* WO sentral dan *return*,
11. mengawasi proses permintaan PSB dan mutasi dari regristrasi (RE) sampai Valid (VA), *Service Infeasibility* (SI), *Unfeaaasible* (UN),
12. mengawasi proses permintaan *Modifikasi Service* (MS) dari RE sampai PS (*Put into Service*),
13. mengelola *outlet-outlet* pelayanan dan *selling point*,
14. menyelenggarakan layanan telegram,
15. mengendalikan tingkat layanan,
16. mengirim surat simpatik PSB,
17. menyediakan ATK dan *Form-form* (model-model) layanan,
18. melaksanakan *briefing* layanan,
19. bertanggung jawab terhadap kesiapan sarana kerja (PC/Siska dll),
20. mempertanggungkan pendapatan Yantel,
21. melaporkan data statistik layanan secara periodik,
22. merekomendasi wartel/warnet dan menandatangani PKS,

23. pemeriksaan *checklist*,
24. mengelola administrasi surat menyurat,
25. pembuatan berita acara dan pembayaran restitusi,
26. menyusun SKI, laporan berkala dan penilaian, SKI,
27. menyusun risalah *Quality Improvement*,
28. evaluasi tingkat kepuasan pelanggan,
29. mengusulkan perluasan daerah pemasaran bila diketahui ada pengembangan daerah/*demand* baru.

b. Officer 3 Customer Service Representative

Tugas Utama:

1. mengelola penyelenggaraan pelayanan jasa Telkom untuk semua produk PMVIS (pasang baru, mutasi) dan sebagainya,
2. melayani pengaduan pelanggan (gangguan, isolir, *claim pulsa*),
3. melayani *print out* AMA,
4. memberi informasi produk dan tarif sesuai ketentuan,
5. menciptakan kondisi 6R di ruang kerja

Kebebasan Bertindak:

1. mengoperasikan Siska komersial dan laporan gangguan,
2. mengoperasikan menu sentral untuk operasi layanan (BTI-APS dan insidentil, SLI, Fitur),
3. memproses permintaan PSB dan mutasi dari Regristrasi (RE) sampai Valid (VA), *Study Infeasibility* (SI), *Unfeasibility* (UN),
4. memproses permintaan *Modifikasi Service* (MS) dari (RE) sampai PS (*put into service*),
5. mengelola *outlet-outlet* pelayanan (khusus Kancatel),
6. menyelenggarakan pelayanan telegram (khusus Kancatel),
7. melaksanakan tingkat layanan sesuai tolok ukur,
8. mengirim surat simpatik PSB (keterlambatan PSB akan dikonfirmasi ke COC)
9. menyediakan alat tulis menulis (ATK) dan *form-form* (model-model) layanan,

10. mengikuti *briefing* simpatik,
11. merawat sarana kerja (PC/Siska dan lain-lain)
12. menyetor uang pendapatan PSB, mutasi dan layanan,
13. melaporkan rekap hasil PSB, mutasi dan layanan,
14. mencetak *form* rekomendasi wartel dan warnet,
15. melakukan buka tutup loket,
16. mengisi *checklist*,
17. menyusun SKI dan laporan berkala,
18. aktif ber-*quality improvement*.

2.3. TUJUAN PERUSAHAAN

Seperti perusahaan-perusahaan yang lain PT.Telkom (Persero) Kancatel Sumenep memiliki tujuan. Dengan tujuan ini maka arah perusahaan jelas. Tujuan PT.Telkom (Persero) Kancatel Sumenep ada 2 :

Tujuan Ekstern : ingin memuaskan pelanggan,

ingin memuaskan pemegang saham.

Tujuan Intern : ingin memuaskan sumberdaya manusianya, disini adalah karyawan PT.Telkom sendiri.

2.3.1. Visi dan Misi Perusahaan

- Visi : menjadi *market leader* bisnis telekomunikasi dan informasi melalui pengelolaan bisnis prima (*excellent busines*)
- Misi :
 1. Memberikan solusi jasa telekomunikasi dan informasi yang sesuai yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan,
 2. Melakukan pengelolaan usaha yang prima (*busines excelent*) yang meliputi aspek hasil (*business result, customer satisfaction, people satisfaction, impact on society*) dan aspek pengelolaan (*leadership people management, policy and strategy, serta resourcess and process*).

2.3.2. Logo Perusahaan



TELKOM

Setia Melayani Anda

Setiap perusahaan memiliki logo, lambang yang menunjukkan bentuk, tujuan ataupun sifat perusahaan. Begitu pula dengan PT.Telkom memiliki logo yang artinya:

1. Bentuk visual logo : misi telkom yang mantap, modern, luwes, sederhana, cepat, terlihat secara utuh,
2. Menggambarkan dunia telekomunikasi modern melalui teknologi mutakhir yang tercermin dalam citra keseluruhan
3. Gambaran sifat komunikasi serta kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis, digambarkan oleh garis-garis yang mengesankan gerak beraturan yang warna dominan biru tua dan biru muda bergradasi membentuk kesatuan visual/grafis yang utuh,
4. Warna biru tua dan biru muda gradasi menggambarkan teknologi tinggi telekomunikasi yang berkembang dalam suasana masa depan yang gemilang,
5. Ruang gerak Telkom secara nasional dan internasional tergambar dalam bentuk bulatan atau super elips dari logo,
6. Bentuk bulat yang berwarna biru tua menggambarkan utuhnya wawasan nusantara yang dipersatukan oleh telekomunikasi,
7. Bentuk huruf yang dipakai mencerminkan karakter modern, kokoh, berwibawa, kompak, namun tetap sederhana dan mudah dibaca.

2.4. Produk-Produk PT.Telkom (Persero) Kancatel Sumenep

1. Sistem jaringan/*Network*, yaitu sistem jaringan yang terdiri dari perangkat *switch*, *exchange*, sentral, telepon, telex dan saluran transmisi yang menghubungkan satu sentral telepon / telex lainnya,
2. Saluran atau akses pelanggan, adalah jaringan yang menghubungkan terminal pelanggan dengan perangkat sentral milik telkom,
3. Kartu Bebas, adalah kartu yang dapat digunakan untuk menelpon dan dapat dipakai dimana saja dan kapan saja, di telepon umum yang bertanda kartu bebas,
4. Penerimaan ganda/nada sela (*call waiting*), pelanggan dapat menerima penelpon lain, walaupun pembicaraan sedang berlangsung,
5. Telkomnet Instant, adalah transportasi multimedia yaitu layanan akses multi media yang bervariasi baik dari segi kecepatan, kehandalan dan keamanan.

2.5. Standar Pelayanan

1. Layanan Pra-jual
 - a. Penyediaan jaringan
adalah penyediaan infrastruktur yang disesuaikan dengan permintaan,
 - b. Informasi Pasang Sambungan Baru
adalah informasi tentang fasilitas telekomunikasi dan cara mendapatkannya serta prasyaratnya.
 - c. Informasi Produk dan Manfaat
informasi tentang produk untuk memudahkan pelanggan dalam memilih suatu fasilitas komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dilakukan dengan cara temu pelanggan dan brosur yang disediakan.
2. Layanan Penjualan
 - a. Layanan Pasang Sambungan Baru (PSB)
adalah layanan PSB dapat melalui kantor pelayanan Telkom, melalui fasilitas *telemarketing* 108.
 - b. Jasa Telepon
jenis layanan jasa suara jarak jauh yang digunakan untuk mengirim dan menerima informasi.

c. Jasa Telegram

adalah jasa pengiriman dokumen tertulis/berita yang diminta untuk diteruskan kepada si alamat penerima melalui proses telegrafi. Jasa telegram ini di bagi 2 :

- 1). Telegram Biasa, yaitu telegram yang secara rutin digunakan untuk pengiriman berita,
 - 2). Telegram Indah terdiri dari dua jenis yaitu:
 - a). Telegram Reguler, yaitu jasa telegram yang diproduksi untuk mengirimkan ucapan ulang tahun, pernikahan, duka cita serta ucapan selamat atas kesuksesan seseorang,
 - b). Telegram Irreguler, yaitu jasa telegram yang diproduksi untuk mengirimkan ucapan hari raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru.
 - d. Mutasi adalah segala perubahan yang berkaitan dengan administrasi maupun perubahan *service* pindah alamat, balik nama, ganti nomor, penambahan *Feature* dan lain-lain.
- ## 3. Layanan Purna Jual
- a. Pemeliharaan dan Perbaikan jaringan,
 - b. Pengaduan pelanggan melalui 147 atau 108,
 - c. Pengelolaan *billing*:
 - 1). Informasi tagihan rekening
 - 2). Cara pembayaran, melalui: SOPP (*System On-line Payment Point*) yaitu pembayaran diloket pembayaran yang *on-line* dan terintegrasi seperti BNI 46, BRI, BCA, BPD, Bank Jatim, Kantor Pos dan Kantor Telkom sendiri.
 - d. Buku Petunjuk Telepon (*Telephon Directory*)

2.6 Fasilitas Umum

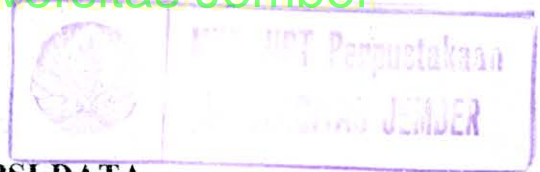
Fasilitas umum yang disediakan PT. Telkom Sumenep berupa:

1. Telepon Umum
 - a. Telepon Umum Koin,
 - b. Telepon Umum Kartu Bebas.
2. Wartel

Adalah suatu usaha yang diselenggarakan layanan telekomunikasi untuk umum yang dapat mencatat dan menyajikan data biaya percakapan atau pemakaian yang harus dibayar pengguna.

3. TUT

Adalah telepon umum yang dapat mencatat dan menyajikan data biaya percakapan yang harus dibayar pengguna kepada petugas yang khusus menjaga telepon umum tunggu tersebut.



III. DESKRIPSI DATA

Dalam aktivitas penelitian ini, daerah penelitannya adalah wilayah Kancatel Sumenep dengan mengambil responden sebesar 50 responden. Sebagai sampel penelitian. Karakteristik umum responden yang akan dianalisis terdiri atas: umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan jawaban dari masing-masing pertanyaan tersebut digambarkan oleh tabel-tabel berikut ini:

Tabel 3. klasifikasi responden berdasarkan umur

Usia responden	Frekwensi	%
22 – 28	16	32%
29 – 35	12	24%
36 – 42	6	12%
43 – 50	11	22%
51 – 56	4	8%
57 – 63	0	0
64 – 70	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berumur 22 – 28 tahun sebanyak 16 orang atau 32% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang berumur 29 – 35 tahun sebanyak 12 orang atau 24% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang berumur 36 – 42 tahun sebanyak 6 orang atau 12% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang berumur antara 43 – 50 tahun sebanyak 11 orang atau 22% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang berumur 51 – 56 tahun sebanyak 4 orang atau 8% dari keseluruhan jumlah responden. Responden yang berumur 57 – 63 tahun tidak ada. Sedangkan responden yang berumur 64 – 70 tahun sebanyak 1 orang atau 2% dari keseluruhan jumlah responden.

Dari keseluruhan responden ternyata yang paling banyak jumlahnya adalah responden yang berumur antara 22 – 28 tahun yaitu sebanyak 16 orang atau 32% dari keseluruhan jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi telepon benar-benar bermanfaat, bukan hanya untuk orang-

orang tua tetapi orang-orang mudapun juga membutuhkan sarana telepon ini.

Karakteristik responden pelanggan telepon rumah tangga untuk selanjutnya dapat dilihat dari tingkat pendidikan responden. Tingkat pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh responden. Tingkat pendidikan ini dibedakan atas tingkat SMP, SMU, Diploma dan Sarjana. Tingkat pendidikan responden ini dapat diketahui dari tabel berikut:

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Frekwensi	%
SMP	5	10%
SMU	27	54%
Diploma	5	10%
Sarjana	13	26%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berpendidikan SMP berjumlah 5 orang atau 10 % dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang berpendidikan SMU berjumlah 27 orang atau 54 % dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang berpendidikan Diploma berjumlah 5 orang atau 10 % dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang berpendidikan Sarjana berjumlah 13 orang atau 26 % dari keseluruhan jumlah responden.

Dari keseluruhan responden ternyata jumlah terbanyak adalah responden yang berpendidikan SMU, yaitu sebesar 27 orang atau sebesar 54% dari keseluruhan jumlah responden.

Karakteristik responden pelanggan rumah tangga untuk selanjutnya adalah pekerjaan-pekerjaan responden. Pekerjaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis usaha yang dijadikan mata pencaharian responden selama ini. Pekerjaan ini dibedakan bermacam-macam, dapat diketahui dari tabel berikut ini.

Tabel 5. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekwensi	%
PNS	26	52%
ABRI	1	2%
Wiraswasta	15	30%
Petani	1	2%
Pedagang	0	0%
Lain-lain	7	14%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang pekerjaannya PNS sebanyak 26 orang atau 52% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang pekerjaannya ABRI sebanyak 1 orang atau 2% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang pekerjaannya Wiraswasta sebanyak 15 orang atau 30% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang pekerjaannya petani sebanyak 1 orang atau 2% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang pekerjaannya pedagang sebanyak 0 orang atau 0% dari keseluruhan jumlah responden. Untuk responden yang pekerjaannya lain-lain sebanyak 7 orang atau 14% dari keseluruhan jumlah responden.

Dari keseluruhan responden ternyata jumlah terbanyak responden yang jenis pekerjaannya adalah pegawai negeri sipil (PNS) yaitu 26 oran atau 52% dari keseluruhan jumlah responden. Hal ini jika disesuaikan dengan pekerjaannya sangat sesuai dalam mendukung kelancaran pekerjaannya.

Tingkat pendapatan responden juga termasuk dalam karakteristik responden. Karena ingin mengetahui hubungan antara tingkat pendapatan dengan minat untuk berlangganan telepon. Tingkat pendapatan dibedakan dalam tabel berikut ini:

Tabel 6. Pendapatan Responden

Pendapatan (Rp)	Frekwensi	%
250.000-500.000	20	40%
500.001-750.000	8	16%
750.001-1.000.000	19	38%
1.000.000 <	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data Penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang pendapatannya Rp. 250.000-Rp. 500.000 sebanyak 20 orang atau 40% dari keseluruhan jumlah responden dalam penelitian ini. Untuk pendapatan Rp. 500.001-Rp. 750.000 sebanyak 8 orang atau 16% dari keseluruhan jumlah responden dalam penelitian ini. Untuk pendapatan Rp. 750.001-Rp. 1.000.000 sebanyak 19 orang atau 38% dari keseluruhan jumlah responden dalam penelitian ini. Untuk pendapatan responden yang lebih dari Rp. 1.000.000 sebanyak 3 orang atau 6% dari keseluruhan jumlah responden dalam penelitian ini.

Dari keseluruhan responden ternyata jumlah terbanyak adalah responden yang pendapatannya antara Rp. 250.000 – Rp. 500.000 sebanyak 40% dari keseluruhan jumlah responden. Walaupun kategori pendapatan terkecil dibandingkan yang lainnya tetapi merupakan responden yang terbanyak. Karena melihat betapa pentingnya telepon bagi kehidupan mereka.

Tabel 7. Jawaban responden terhadap pertanyaan

Jawaban	frekwensi	%
Sangat baik	9	18%
Baik	40	80%
Kurang baik	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber :Data Penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai pelayanan pasang baru responden paling banyak memilih jawaban baik sebanyak 40 orang atau 80% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 8. Jawaban responden atas prosedur pasang sambungan baru

Prosedur	frekwensi	%
Mudah	19	38%
Biasa	28	56%
Sulit	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai prosedur pasang sambungan baru responden paling banyak memilih jawaban biasa. Maksudnya disini adalah tidak terlalu mudah dan tidak terlalu sulit. Sebanyak 28 orang atau sebesar 56% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan 19 responden atau sebesar 38% dari keseluruhan responden menganggap bahwa prosedur pasang sambungan baru mudah. Jadi sebagian besar atau 94% responden tidak mengalami kesulitan untuk berlangganan telepon.

Tabel 9. Jawaban responden tentang jangka waktu pemasangan

Waktu	Frekwensi	%
3 hari	13	26%
4 hari	6	12%
lebih dari 5 hari	31	62%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai jangka waktu pemasangan sambungan baru ini responden paling banyak memilih jawaban lebih dari 5 hari sebanyak 31 orang atau sebesar 62% dari keseluruhan jumlah responden. Jadi untuk pertanyaan ini pasang sambungan baru terpasang belum sesuai dengan standar yang telah ditentukan yaitu selama 3 hari.

Tabel 10. Tanggapan responden mengenai produk baru PT.Telkom seperti kartu bebas, nada sela, dan telkomnet instan.

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat senang	13	26%
Senang	36	72%
Kurang senang	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber :Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai tanggapan responden terhadap produk yang dikeluarkan oleh Telkom, sebagian besar responden menjawab senang dengan adanya produk-produk tersebut. Dari tabel diatas dapat diketahui

bahwa responden yang merasa tidak senang hanya berjumlah 1 orang atau 2% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 11. Jawaban mengenai berapa kali menggunakan produk baru tersebut diatas

Jawaban	Frekwensi	%
Sering	4	8%
Kadang-kadang	24	48%
Tidak pernah	22	44%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan ini responden paling banyak menjawab kadang-kadang sebanyak 24 orang atau 48% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 12. Jawaban responden tentang keuntungan nada sela

Jawaban	Frekwensi	%
Sangat menguntungkan	13	26%
Menguntungkan	32	64%
Kurang menguntungkan	5	10%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk produk nada sela ini responden paling banyak memilih jawaban menguntungkan sebanyak 32 orang atau 64% dari keseluruhan jumlah responden dan 13 orang atau 26 % responden menjawab sangat menguntungkan. Dari tabel diatas jelaslah bahwa sebagian besar responden merasa diuntungkan dengan adanya nada sela.

Tabel 13. Tanggapan responden mengenai keluhan yang di ajukan

Tanggapan	Frekwensi	%
Langsung ditanggapi	17	34%
Kadang-kadang	13	26%
Menunggu beberapa hari	20	40%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai keluhan pelanggan ini responden paling banyak menjawab menunggu beberapa hari baru ditanggapi. Dari tabel diatas dapat diketahui sebanyak 20 orang atau 40% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 14. Tanggapan responden tentang kemudahan yang diberikan oleh PT.Telkom dalam melakukan pengaduan jika terdapat keluhan.

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat puas	4	8%
Puas	34	68%
Kurang puas	12	24%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab puas terhadap kemudahan yang diberikan oleh PT.Telkom dalam melakukan pengaduan jika terdapat keluhan, yaitu sebanyak 34 orang atau 68% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 15. Tanggapan responden tentang pelayanan telegram

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat memuaskan	5	10%
Memuaskan	39	78%
Kurang memuaskan	6	12%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah.

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden merasa puas mengenai pelayanan yang diberikan dalam pengiriman telegram melalui PT.Telkom yaitu sebesar 39 orang atau 78% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 16. Tanggapan responden tentang lama waktu karyawan memproses rekening.

Waktu	Frekwensi	%
Cepat	36	72%
Biasa	13	26%
Lama	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memilih jawaban cepat tentang proses pelayanan rekening telepon, yaitu sebesar 36 orang atau 72% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 17. Tanggapan responden telepon umum yang ada dipinggir jalan

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat memadai	9	18%
Memadai	10	20%
Kurang memadai	31	62%
Jumlah	50	100%

Sumber :Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden menanggapi bahwa telepon umum yang ada di pinggir jalan kurang memadai, sesuai dengan jawaban responden sebesar 31 orang atau 62% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 18. Tanggapan responden mengenai kesopanan dan keramahan karyawan PT.Telkom

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat sopan dan ramah	8	16%
Sopan dan ramah	40	80%
Kurang sopan dan ramah	2	4%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden menanggapi bahwa karyawan bersikap sopan dan ramah, yaitu sebesar 40 orang atau 80% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 19. Tanggapan responden mengenai kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan.

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat sabar	3	6%
Sabar	43	86%
Kurang sabar	4	8%
Jumlah	50	100%

Sumber :Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden menanggapi bahwa karyawan PT.Telkom dalam memberikan pelayanan bersikap sabar, yaitu sebesar 43 orang atau 86% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 20. Bagaimana tanggapan responden, apakah karyawan pernah melakukan kesalahan dalam memproses rekening telepon

Tanggapan	Frekwensi	%
Tidak pernah	43	86%
Kadang-kadang	6	12%
Sering	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai karyawan pernah melakukan kesalahan dalam memproses rekening telepon, banyak responden yang menjawab tidak pernah melakukan kesalahan dalam memproses rekening telepon ini. Yaitu sebanyak 43 orang atau sebesar 86% dari keseluruhan jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Telkom sangat baik.

Tabel 21 Tentang keamanan di tempat parkir

Keamanan	Frekwensi	%
Sangat aman	7	14%
Aman	37	74%
Kurang aman	6	12%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai keamanan ditempat parkir, banyak responden yang menjawab aman sebesar 37 orang atau 74% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang menjawab kurang aman sebesar 6 orang atau 12% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 22. Tanggapan tentang citra PT. Telkom

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat baik	10	20%
Baik	34	68%
Kurang baik	6	12%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab baik tentang citra PT. Telkom selama ini, yaitu sebanyak 34 orang atau 68% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 23. Tanggapan responden tentang pelayanan karyawan PT.Telkom pada saat pelanggan membutuhkan bantuan

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat antusias	10	20%
Biasa-biasa	38	76%
Kurang diperhatikan	2	4%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden banyak yang menjawab biasa-biasa saja sebanyak 38 orang atau 76% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang kurang diperhatikan hanya sebesar 2 orang atau 4% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 24. Tentang berapa kali telepon berdering sebelum karyawan menjawab telepon

Jawaban	Frekwensi	%
1 kali	3	6%
2 kali	19	38%
3 kali	28	56%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai berapa kali telepon berdering sebelum karyawan menjawabnya, responden banyak yang menjawab tiga kali baru dijawab sebesar 28 oarang atau 56% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang satu kali hanya 3 orang atau 6% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 25. Tanggapan tentang karyawan yang selalu berusaha menanggapi setiap keluhan pelanggan

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat setuju	15	30%
Setuju	32	64%
Kurang setuju	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden banyak yang menjawab setuju, sebanyak 32 orang atau 64% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang kurang setuju hanya sebesar 3 orang atau 6% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 26. Tanggapan responden atas pelayanan karyawan pada saat telepon mengalami gangguan

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat baik	8	16%
Baik	39	78%
Kurang baik	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa responden banyak yang menjawab baik, sebanyak 39 orang atau 78% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang kurang baik hanya sebesar 3 orang atau 6% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 27. Tanggapan responden tentang bentuk dan ruangan kantor PT.Telkom

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat menarik	8	16%
Menarik	39	78%
Kurang menarik	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai bentuk dan ruangan kantor PT.Telkom, responden yang menjawab menarik sebesar 39 orang atau 78% dari keseluruhan jumlah responden. Hal ini sangat mendukung PT.Telkom dalam upaya meningkatkan kepuasan kepada pelanggan.

Tabel 28. Tanggapan anda tentang ruang tunggu yang disediakan PT.Telkom

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat memadai	5	10%
Memadai	29	58%
Kurang memadai	16	32%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai ruang tunggu yang disediakan PT.Telkom, responden banyak yang menjawab memadai sebesar 29 orang atau 58% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 29. Tanggapan responden tentang toilet yang disediakan PT.Telkom

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat bersih	5	10%
Bersih	40	80%
Kurang bersih	5	10%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data penelitian yang diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa responden banyak yang menjawab bersih, sebanyak 40 orang atau 80% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 30. Tanggapan responden tentang tempat parkir yang disediakan PT.Telkom

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat memadai	6	12%
Memadai	26	52%
Kurang memadai	18	36%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Tentang tempat parkir yang disediakan PT.Telkom, banyak responden yang menjawab memadai yaitu sebanyak 26 orang atau 52% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang menjawab kurang memadai sebanyak 18 orang atau 36% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 31. Tanggapan responden tentang sarana pendukung operasi seperti komputer, telepon umum, ataupun wartel yang ada di Kancatel Cumenep

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat memuaskan	9	18%
Memuaskan	40	80%
Kurang memuaskan	1	2%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden menanggapi tentang sarana pendukung yang ada memuaskan, yaitu sebesar 40 orang atau 80% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang menjawab kurang memuaskan hanya 1 responden atau 2% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 32. Tanggapan responden tentang jumlah karyawan PT.Telkòm

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat memadai	6	12%
Memadai	35	70%
Kurang memadai	9	18%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai jumlah karyawan, banyak responden yang menjawab memadai sebesar 35 orang atau 70% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang menjawab kurang memadai hanya 9 orang atau 18% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 33. Tanggapan responden tentang kebersihan kantor dan lingkungan PT.Telkom

Tanggapan	Frekwensi	%
Sangat bersih	12	24%
Bersih	35	70%
Kurang bersih	3	6%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden menanggapi tentang kebersihan kantor dan lingkungan kantor PT.Telkom bersih, yaitu sebesar 35 orang atau 70% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan yang menjawab kurang bersih hanya 3 responden atau 6% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 34. Lokasi Kantor Cabang Telkom Sumenep

Lokasi	Frekwensi	%
Sangat strategis	10	20%
Strategis	35	70%
Kurang strategis	5	10%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Untuk pertanyaan mengenai lokasi Kancatel Sumenep ini, banyak yang menjawab strategis. Maksud dari strategis ini adalah mudah dijangkau dari mana saja, baik dari rumah ataupun dari kantor. Responden yang memilih strategis ini sebanyak 35 orang atau 70% dari keseluruhan jumlah

responden. Sedangkan responden yang memilih kurang strategis ini sebanyak 5 orang atau 10% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 35. Tentang kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan	Frekwensi	%
Sangat puas	8	16%
Puas	33	66%
Kurang puas	9	18%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas diketahui tentang perasaan pelanggan, apakah merasa puas terhadap semua kinerja pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT.Telkom Sumenep. Dari keseluruhan jumlah responden, 33 orang atau 66% yang merasa puas terhadap semua pelayanan yang diberikan oleh PT.Telkom sumenep. Sedangkan responden yang merasa tidak puas sebesar 9 orang atau 18% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 36. Tentang berapa lama menjadi pelanggan PT.Telkom

Waktu	Frekwensi	%
Lebih dari 5 tahun	23	46%
5 tahun	6	12%
Kurang dari 5 tahun	21	42%
Jumlah	50	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berlangganan telepon lebih dari 5 tahun sebesar 23 orang atau 46% dari keseluruhan jumlah responden.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Kinerja pelayanan merupakan salah satu faktor yang mendorong terciptanya kepuasan pelanggan jika kinerja pelayanan baik, maka pelanggan akan merasa puas. Begitu pula sebaliknya jika kinerja pelayanan buruk maka pelanggan akan merasa tidak puas.
2. PT.Telkom selalu berusaha memperbaiki manajemennya secara terus menerus dan juga meningkatkan kinerja pelayanannya terhadap pelanggan antara lain, perluasan jaringan telepon, layanan pasang baru telepon (PSB), mutasi gedung, layanan gangguan telepon, layanan pembayaran rekening telepon serta memperhatikan setiap keluhan dari pelanggan. Seperti klaim pulsa, jaringan putus dan lain-lain.
3. Kinerja pelayanan ini dapat dilihat dari beberapa indikator seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Ternyata dari beberapa indikator yang terbukti mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan telepon rumah tangga adalah indikator *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.
4. Dari ketiga indikator kinerja pelayanan tersebut, ternyata yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator *Assurance* sebesar 17,8712 dengan koefisien kontingensi 0,7458 yang menunjukkan pengaruh kuat.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah diuraikan diatas, penulis memberikan saran kepada pihak PT.Telkom Kancatel Sumenep sebagai berikut:

1. Dengan diketahuinya indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka PT.Telkom perlu mempertimbangkan indikator-indikator tersebut untuk dijadikan pedoman dalam menyusun kebijakan tentang pelayanan yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang, sehingga bisa mewujudkan tujuan perusahaan dengan baik yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan telepon rumah tangga.
2. Untuk indikator yang tidak berpengaruh bukan berarti sudah baik, akan lebih baik lagi apabila indikator tersebut terus ditingkatkan dimasa yang akan datang sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G dan P. Kotler. 1997. a. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, Sofjan. 2000. "Strategi Pemasaran Jasa". Dalam *Usahawan* (November. XXIX) No. 11. Jakarta. P. 38-40.
-, 2000. "Strategi Pengembangan Bisnis Jasa". Dalam *Usahawan* (Desember. XXIX) No. 12. Jakarta. P. 41-43.
- Dessler, Gary. 1998. *Manajemen Sumber Daya Manusia II*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran 2*. Jakarta: Prenticehall
- Kotler, Philip et al. 1999. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Moekijat. 1980. *Kamus Management*. Bandung : Alumni.
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manejemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sewel, Carl dan B. Brown, Paul. 1997. *Pelanggan Seumur Hidup*. Jakarta: Pustaka Tangga.
- Siegel, Sidney. 1997. *Statistik Non Parametrik untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tim Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Universitas Jember. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: Badan Penerbit UNEJ
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran II*. Yogyakarta: ANDI.
-, 2000. *Manejemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
-, 2000. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: ANDI

Tunggal, Amin Widjaja. 1998. *Manajemen Mutu Terpadu Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



SURAT PENGANTAR

Kepada
Yth. Bapak /Ibu/Saudara Pelanggan Telepon
Rumah Tangga PT. Telkom (Persero)
KANCATEL Sumenep
Di
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan pada kesempatan ini kami mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dengan data sebagai berikut:

Nama : Kartini Apriyanti
NIM : 97-2008
Prog. Studi : Administrasi Niaga
Jurusan : Ilmu Administrasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Sedang melakukan penelitian, dimana data yang kami dapatkan akan digunakan sebagai bahan untuk menyusun skripsi kami dengan judul “ Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga Wilayah Kantor Cabang Telkom Sumenep”.

Adapun data yang kami butuhkan adalah berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh PT.Telkom. Oleh karena itu kami dengan kerendahan hati memohon kepada bapak/ibu/saudara sebagai pelanggan telepon rumah tangga tersebut, agar sudi kiranya ikut berpartisipasi dalam penelitian kami dengan jalan mengisi daftar pertanyaan yang kami ajukan ini dengan jawaban yang sesuai dengan pengalaman bapak/ibu/saudara saat ini. Dan kami menjamin kerahasiaan atas jawaban yang anda berikan.

Terakhir kami sadar bahwa penelitian ini tidak bisa berjalan lancar dan sukses tanpa bantuan dari bapak/ibu/saudara. Untuk itu tidak lupa kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Kartini Apriyanti

DAFTAR PERTANYAAN

No. Responden :

Nama :

Alamat :

Pekerjaan : (a) PNS (d) Petani

(b) ABRI (e) Pedagang

(c) Wiraswasta (f) lain-lain

Pendapatan/Bln : (a) Rp.250.000-Rp.500.000 (c) Rp.750.001-Rp.1000.000

(b) Rp.500.001-Rp.750.000 (d) Rp.1000.001 <

No. Telp :

Pend. Terakhir :

Usia :

Pilihlah jawaban yang anda anggap paling benar !

I. *Reliability* (Kehandalan)

1. Pada saat mendaftar pasang sambungan baru untuk menjadi pelanggan PT.Telkom, bagaimana pelayanan para karyawan PT.Telkom ?
 - a. sangat baik
 - b. baik
 - c. kurang baik
2. Bagaimana prosedur pasang sambungan baru menurut anda ?
 - a. mudah
 - b. biasa
 - c. sulit
3. Setelah anda mendaftar berapa jangka waktu pemasangan telepon tersebut ?
 - a. 3 hari
 - b. 4 hari
 - c. lebih dari 5 hari
4. Bagaimana tanggapan responden terhadap produk baru PT. Telkom, seperti kartu bebas, nada sela dan telkomnet instan ?

- a. sangat senang
- b. senang
- c. kurang senang

5. Berapa kali anda menggunakan produk Telkom seperti kartu bebas dan Internet dalam satu minggu ?

- a. sering menggunakan (lebih dari 3 kali)
- b. kadang-kadang (1 sampai 3 kali)
- c. tidak sama sekali

6. Tanggapan responden terhadap nada sela ?

- a. sangat menguntungkan
- b. menguntungkan
- c. kurang menguntungkan

II. *Responsiveness* (ketanggapan).

1. Bagaimana tanggapan karyawan PT.Telkom, mengenai keluhan yang anda ajukan ?

- a. langsung ditanggapi
- b. kadang-kadang
- c. menunggu beberapa hari baru ditanggapi

2. Bagaimana tanggapan responden tentang kemudahan yang diberikan PT.Telkom dalam melakukan pengaduan jika terdapat masalah dan keluhan ?

- a. sangat puas
- b. puas
- c. kurang puas

3. Bagaimana tanggapan responden, tentang pelayanan mengirim telegram melalui PT.Telkom ?

- a. sangat memuaskan
- b. memuaskan
- c. kurang memuaskan

4. Bagaimana tanggapan responden tentang lama waktu karyawan memproses rekening telepon anda ?

- a. cepat (kurang dari 15 menit)
- b. biasa (15-30 menit)
- c. lama (lebih dari 30 menit)

III. *Assurance* (jaminan).

1. Bagaimana tanggapan Anda tentang fasilitas umum yang diberikan PT.Telkom seperti telepon umum yang ada di pinggir jalan?
 - a. sangat memadai
 - b. memadai
 - c. kurang memadai
2. Apakah karyawan selalu bersikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanannya ?
 - a. sangat sopan dan ramah
 - b. sopan dan ramah
 - c. kurang sopan dan ramah
3. apakah karyawan selalu bersikap sabar dalam melayani bapak/ibu/ saudara ?
 - a. sangat sabar
 - b. sabar
 - c. kurang sabar
4. Selama bapak/ibu/saudara menjadi pelanggan PT. Telkom apakah karyawan pernah melakukan kesalahan dalam memproses rekening telepon anda ?
 - a. tidak pernah
 - b. kadang-kadang (1-3 kali)
 - c. sering (lebih dari 3 kali)
5. Bagaimana menurut anda tentang keamanan di tempat parkir ?
 - a. sangat aman
 - b. aman
 - c. kurang aman
6. Tanggapan Anda tentang citra PT. Telkom selama ini ?
 - a. sangat baik
 - b. baik
 - c. kurang baik

IV. *Emphaty* (empati).

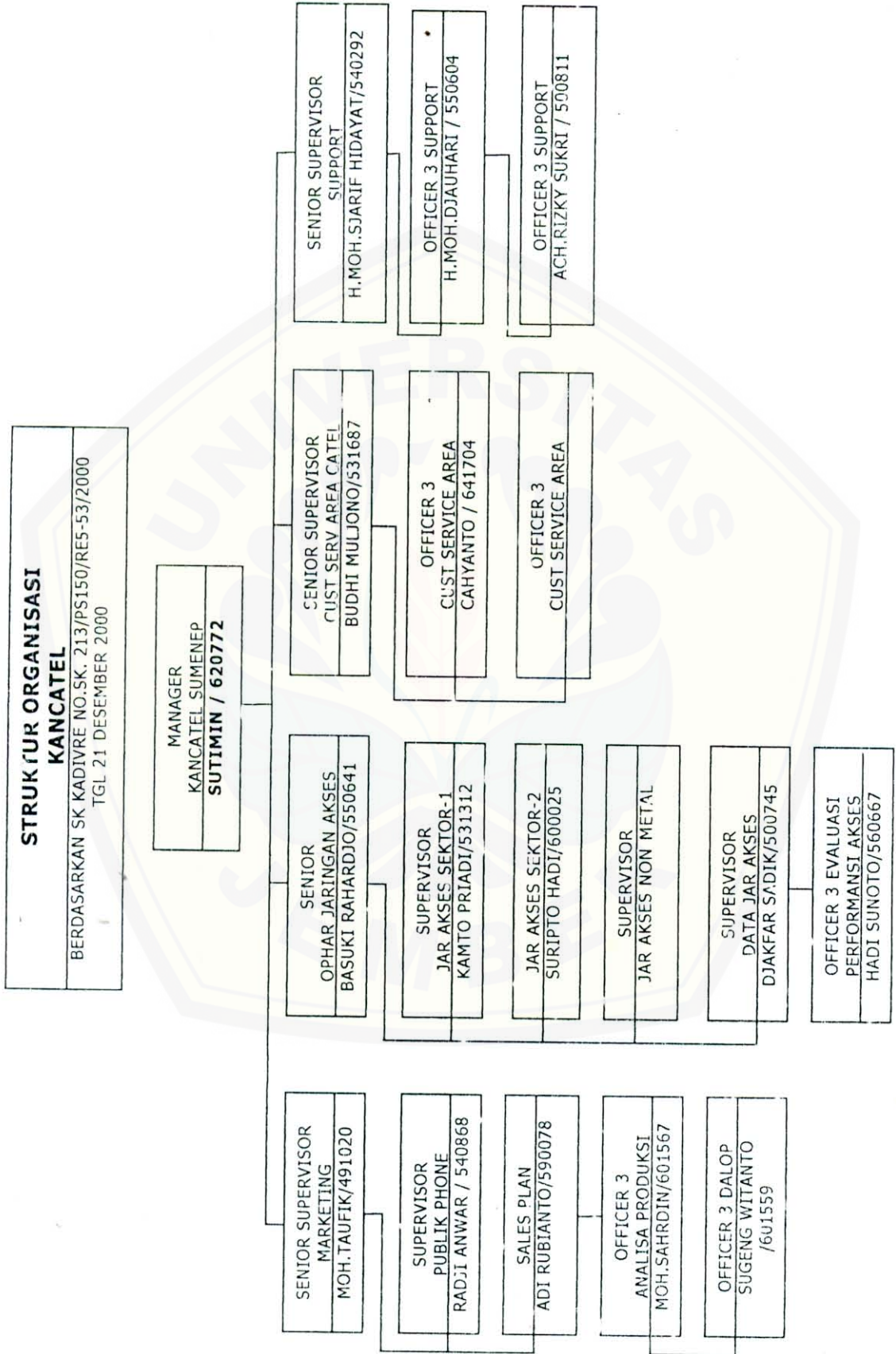
1. Tanggapan responden atas pelayanan yang diberikan karyawan PT.Telkom pada saat pelanggan membutuhkan bantuan ?
 - a. sangat puas
 - b. puas

- c. kurang puas
 2. Berapa kali telepon berdering sebelum karyawan menjawab telepon Anda ?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 3. Bagaimana tanggapan anda tentang karyawan yang selalu berusaha menanggapi setiap keluhan pelanggan ?
 - a. sangat setuju
 - b. setuju
 - c. kurang setuju
 4. Bagaimana tanggapan responden atas pelayanan yang diberikan karyawan PT.Telkom pada saat pelanggan membutuhkan bantuan ?
 - a. sangat baik
 - b. baik
 - c. kurang baik
- V. *Tangibles* (bukti fisik).
1. Bagaimana tanggapan Anda tentang bentuk dan ruangan kantor yang dimiliki PT.Telkom?
 - a. sangat memuaskan
 - b. memuaskan
 - c. kurang memuaskan
 2. Tanggapan Anda tentang ruang tunggu yang disediakan PT.Telkom ?
 - a. sangat memuaskan
 - b. memuaskan
 - c. kurang memuaskan
 3. Tanggapan Anda tentang toilet yang di sediakan PT.Telkom ?
 - a. sangat bersih
 - b. bersih
 - c. kurang bersih
 4. Tanggapan Anda tentang tempat parkir yang disediakan PT.Telkom ?
 - a. sangat memadai
 - b. memadai
 - c. kurang memadai

5. Tanggapan Anda tentang sarana pendukung operasi seperti komputer ?
 - a. sangat memuaskan
 - b. memuaskan
 - c. kurang memuaskan
 6. Tanggapan Anda tentang jumlah karyawan PT.Telkom ?
 - a. sangat memadai
 - b. memadai
 - c. kurang memadai
 7. Bagaimana tanggapan Anda tentang kebersiha kantor dan lingkungannya ?
 - a. sangat bersih
 - b. bersih
 - c. kurang bersih
 8. Bagaimana tanggapan anda tentang letak kantor PT.Telkom ?
 - a. sangat strategis
 - b. strategis
 - c. kurang strategis
- VI. Kepuasan pelanggan.
1. Selama menjadi pelanggan telepon apakah anda puas dengan semua pelayanan yang diberikan PT.Telkom ?
 - a. sangat puas
 - b. puas
 - c. kurang puas
 2. Berapa lama Anda menjadi pelanggan PT.Telkom ?
 - a. kurang 5 tahun
 - b. 5 tahun
 - c. lebih dari 5 tahun

TABEL VII
TABEL NILAI-NILAI CHI KWADRAD

d.b.	Taraf Signifikansi					
	50%	30%	20%	10%	5%	1%
1	0,455	1,074	1,642	2,706	5,841	6,635
2	1,386	2,408	3,219	4,605	5,991	9,210
3	2,366	3,665	4,642	6,251	7,815	11,341
4	3,357	4,878	5,989	7,779	9,488	13,277
5	4,351	6,064	7,289	9,236	11,070	15,086
6	5,348	7,231	8,558	10,645	12,592	16,812
7	6,346	8,383	9,803	12,017	14,067	18,475
8	7,344	9,524	11,030	13,362	15,507	20,090
9)	8,343	10,656	12,242	14,684	16,919	21,666
10	9,342	11,781	13,442	15,987	18,307	23,209
11	10,341	12,899	14,631	17,275	19,675	24,725
12	11,340	14,011	15,812	18,549	21,026	26,217
13	12,340	15,119	16,985	19,812	22,362	27,688
14	13,339	16,222	18,151	21,064	23,685	29,141
15	14,339	17,322	19,311	22,307	24,996	30,578
16	15,338	18,418	20,465	23,542	26,296	32,000
17	16,338	19,511	21,615	24,769	27,587	33,409
18	17,338	20,601	22,760	25,989	28,869	34,805
19	18,338	21,689	23,900	27,204	30,144	36,191
20	19,337	22,775	25,038	28,412	31,410	37,566
21	20,337	23,858	26,171	29,615	32,671	38,932
22	21,337	24,939	27,301	30,813	33,924	40,289
23	22,337	26,018	28,429	32,007	35,172	41,638
24	23,337	27,096	29,553	33,196	36,415	42,980
25	24,337	28,172	30,675	34,382	37,652	44,314
26	25,336	29,246	31,795	35,563	38,885	45,642
27	26,336	30,319	32,912	36,741	40,113	46,963
28	27,336	31,391	34,027	37,916	41,337	48,278
29	28,336	32,461	35,139	39,087	42,557	49,588
30	29,336	33,530	36,250	40,256	43,773	50,892





DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN

Alamat : Jl. Kalimantan No. 37, Telepon (0331) 337818, JEMBER 68121
E-mail : lemlit_unej @ jember.telkom.net.id

Nomor : 709 /J25.3.1/PL.5/2001
Lampiran :
Perihal : Permohonan ijin melaksanakan penelitian

30 Mei 2001

Kepada : Yth. Sdr. Pimpinan
PT. TELKOM (PERSERO)
Kantor Cabang Telkom Sumenep
di-

SUMENEP.

Menunjuk surat pengantar dari Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember No. 1946/J25.1.2/PL.5.2001 tanggal 30 Mei 2001, perihal ijin penelitian mahasiswa :

Nama/NIM : KARTINI APRIYANTI / 97-2008
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik/Administrasi Niaga
Alamat : Jl. Sumatra Gg. Kenanga No. 42 Jember.
Judul Penelitian : Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga WII - Kantor Cabang Telkom Sumenep.
Lokasi : PT. Telkom (Persero) Kancatel Sumenep.
Lama Penelitian : 2 (dua) bulan.

maka kami mohon dengan hormat bantuan serta perkenan saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa berangkutan dalam melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul di atas.

Demikian atas kerjasama dan bantuan saudara disampaikan terima kasih.



Tembusan Kepada Yth. :
1. Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Jember
2. Mahasiswa
3. Arsip



TELKOM

etia Melayani Anda



No. TEL.058 / PS000 / RE5 / D01 / SMP-05 / 2001

Sumenep, 12 – Juli – 2001

Kepada Yth,
Ketua Lembaga Penelitian Universitas Jember
Jl. Kalimantan No. 37 Jember 68121

Perihal: Ijin Melaksanakan Penelitian

Membalas surat Saudara No. 709 /J25.3.1/PL.5/2001 Tgl, 30-Mie-2001

Perihal: Permohonan ijin melaksakan penelitian, dengan ini menerangkan bahwa :

N A M A / N I M : KARTINI APRIYANTI / 97-2008
Fakultas / Jurusan : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik / Administrasi Niaga
Alamat : Jl. Sumatra Gg. Kenanga No. 42 Jember

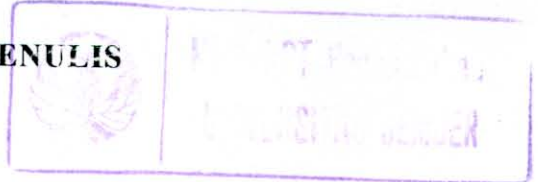
Telah melaksanakan Penelitian Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Terhadap Pelanggan Telepon Rumah Tangga WLL.- Kantor Cabang Telekomunikasi Sumenep, mulai tanggal, 01 – Juni – 2001 s/d 30 – Juli – 2001.

Demikian kami sampaikan untuk dijadikan surat keterangan bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan sesuai dengan permintaan saudara.

Hormat kami


MOH. SJARIF HIDAJAT
SS SUPPORT KANCATEL SUMENEP

BIODATA PENULIS



1. Nama : Kartini Apriyanti
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Sumenep, 21 April 1979
4. Agama : Islam
5. Kawin/Belum Kawin : Belum Kawin
6. Tinggi/Berat Badan : 160 cm /43 kg
7. NIM : 97-2008
8. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
9. Jurusan : Ilmu Administrasi
10. Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
11. Alamat : Jln. Slamet Riadi No.9 Sumenep
12. Judul Skripsi : Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah Tangga pada Wilayah Kantor Cabang Telkom Sumenep
13. Dosen Pembimbing I : Prof.Dr. Kabul Santoso,MS.
14. Dosen Pembimbing II : Drs. Didik Eko Julianto