

Evaluasi Kepuasan Pelanggan Indosatnet sebagai Dasar bagi Strategi Pengembangan Pelayanan Pelanggan

Johnny Swandi Sjam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72617&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat di bidang teknologi dan informasi telah membuat pemakai mendapatkan alternatif lain didalam berkomunikasi. Teknologi Internet yang perkembangannya demikian pesat telah menjadi alternatif bagi seseorang dalam berkomunikasi dengan yang lainnya.

Di dalam pra kompetisi dan perkembangan teknologi yang demikian pesat ini menyebabkan Indosat harus berpikir lebih kreatif dan inovatif untuk dapat memenangkan persaingan di masa depan. Salah satu usaha yang dikembangkan oleh Indosat untuk memenangkan persaingan, selain memberikan jasa yang beragam, juga akan dikembangkannya suatu sistem pelayanan yang bertujuan untuk dapat memuaskan pelanggan dengan harga yang bersaing. Kepuasan pelanggan akan menimbulkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, yang akhirnya akan tercipta loyalitas pelanggan dan yang akan menguntungkan perusahaan.

Tujuan dari evaluasi kepuasan pelanggan ini adalah untuk memberikan masukan kepada perusahaan didalam rencana perusahaan Pengembangan Sistem Pelayanan Pelanggan. Untuk itu penulis telah melakukan penelitian terhadap pelanggan jasa IndosatNet dan terhadap karyawan perusahaan yang berkecimpung dalam penanganan jasa IndosatNet.

Dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan serta mengukur tingkat kepuasan pelanggan, digunakan metode SERVQUAL DIMENSION yang terdiri dari 5 (lima) dimensi :

1. Tampilan fisik (Tangibles)
2. Kemampuan mewujudkan janji (Reliability)
3. Ketanggapan dalam memberikan jaminan layanan (Responsiveness)
4. Kemampuan memberi jaminan layanan (Assurance)
5. Kemampuan memahami kebutuhan pelanggan (Empathy)

Berdasarkan kelima dimensi tersebut diatas, dan dari hasil penelitian terhadap persepsi pelanggan, dapat diketahui bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan IndosatNet. Faktor yang sangat memuaskan pelanggan adalah untuk dimensi tampilan fisik (tangibles), ketanggapan dalam memberi layanan (responsiveness) dan kemampuan memberikan jaminan layanan (assurance). Sedangkan faktor kemampuan mewujudkan janji (reliability) dan faktor kemampuan memahami kebutuhan pelanggan adalah merupakan faktor yang masih harus ditingkatkan pelayanannya.

Dilihat dari evaluasi kesenjangan yang dilakukan penelitian terhadap manajemen dan karyawan Indosat,

tampak bahwa faktor kemampuan memahami kebutuhan pelanggan (empathy) adalah merupakan dimensi dengan nilai terendah, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian terhadap pelanggan dan terhadap karyawan terdapat kecocokan dimana dimensi empathy adalah merupakan faktor utama yang harus menjadi prioritas perbaikan oleh perusahaan.

<hr>