

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang semua informasi mudah untuk di dapatkan, dan perkembangan teknologi dewasa ini membawa manusia untuk dapat melakukan segala hal secara instan. Salah satu contoh adalah dalam dunia komunikasi. Surat-menyurat tidaklah lagi menjadi satu-satunya jalan untuk melakukan komunikasi jarak jauh, telepon selular menjadi pilihan utama, selain bisa digunakan untuk komunikasi jarak jauh, dapat dibawa kemana-mana, *handphone* juga memiliki banyak kegunaan lain.

Kondisi ini bagi industri telekomunikasi sendiri khususnya bagi para *provider* merasa cukup diuntungkan. Hal ini disebabkan semakin banyak jumlah pengguna *handphone* maka semakin banyak pula pihak – pihak yang memerlukan penyedia layanan jasa telekomunikasi. Dan para *provider* telepon selular, berlomba-lomba menjaring para pelanggan, dengan berbagai macam strategi promosi salah satunya adalah PT. Indosat Tbk,. PT. Indosat Tbk, harus menjaga para pelanggannya agar tidak kecewa terhadap kualitas *service* dan jaringan dari *provider* tersebut.

Indosat merupakan perusahaan pertama yang menerapkan obligasi dengan konsep syariah pada tahun 2002. Setelah itu, pengimplementasian obligasi syariah Indosat mendapat peringkat AA+.

Nilai emisi pada tahun 2002 sebesar Rp 175.000.000.000,00. dalam tenor lima tahun. Pada tahun 2005 nilai emisi obligasi syariah Indosat IV sebesar Rp 285.000.000.000,00. Setelah tahun 2002 penerapan obligasi syariah tersebut diikuti oleh perusahaan-perusahaan lainnya. Berdasarkan data tahun [2009](#), Indosat menguasai 22,7% pasar operator telepon seluler GSM (yakni melalui Matrix, Mentari dan IM3). Indosat juga memberikan layanan BlackBerry Pascabayar/Prabayar serta layanan Broadband 3.5G untuk akses *internet mobile* berkecepatan tinggi.¹

Memasuki abad ke-21, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, [TELKOM](#) tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia. Pada tahun [2001](#) Indosat mendirikan PT Indosat Multi Media Mobile ([IM3](#)) dan menjadi pelopor GPRS dan multimedia di Indonesia, dan pada tahun yang sama Indosat memegang kendali penuh PT Satelit Palapa Indonesia (Satelindo).

Pada akhir tahun [2002](#) Pemerintah Indonesia menjual 41,94% saham Indosat ke [Singapore Technologies Telemedia Pte. Ltd.](#). Dengan demikian, Indosat kembali menjadi PMA. Pada bulan [November 2003](#) Indosat melakukan penggabungan usaha tiga anak perusahaannya (akuisisi) [PT Satelindo](#), [PT IM3](#), dan [Bimagraha](#), sehingga menjadi salah satu operator selular utama di Indonesia.

¹ Tentang indosat <http://id.wikipedia.org/wiki/Indosat>

Dengan keunggulan seperti itu tentunya Indosat IM3 harus lebih mengutamakan kualitas dari produk atau jasa yang diberikan. Karena para pesaing akan lebih berusaha semaksimal mungkin untuk merebut *marketshare* Indosat. Indosat IM3 adalah kartu prabayar dari Indosat untuk anak muda Indonesia. Indosat IM3 ngasih segalanya buat seru-seruan tanpa batas. Inovasi dari Indosat IM3 bikin tetap gaul dan tidak bikin kantong bolong. Seru-seruannya Indosat IM3 tidak ada yang bisa menyanjingi. GSM multimedia yang paling mengerti maunya anak muda. Dari mulai bikin blog sampai download internet. Dari voice call sampe video call, Indosat IM3 juga punya. Apalagi di tambah dengan layanan GRATIS Social Media.

Tetapi yang sering terjadi malah sebaliknya, PT. Indosat Tbk lupa akan kualitas jaringan dan pelayanan terhadap pelanggannya (konsumen). PT. Indosat Tbk, sendiri memiliki permasalahan yang cukup sederhana tetapi apabila dibiarkan tanpa ditangani akan membawa dampak yang cukup signifikan. Yaitu adalah sering terjadinya ketidakpuasan dari para konsumen mengenai kualitas sinyal yang terkadang tidak sesuai dengan standar yang diharapkan pada umumnya. Walaupun keluhan ini tidak sering terjadi, tetapi perlu adanya tindakan dari pihak PT. Indosat Tbk, untuk menghindari ketidakpuasan dari para konsumen.

Mengingat fenomena yang terjadi sekarang, penulis tertarik untuk melakukan penelitian **“Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap**

Penyedia Layanan Indosat IM3 (Survei Data Pengguna Penyedia Layanan Indosat IM3 di Universitas Negeri Jakarta)”.

B. Perumusan Masalah

Bagaimanakah kepuasan konsumen individu terhadap penyedia layanan Indosat IM3?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan penulisan Karya Ilmiah ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa yang di berikan penyedia layanan Indosat.
 - b. Untuk mengetahui seberapa besar pelayanan jasa yang di berikan dan yang dimiliki oleh penyedia layanan Indosat untuk para konsumennya.

2. Manfaat penulisan Karya Ilmiah ini adalah:
 - a. Bagi Penulis

Menambah pemahaman penulis terhadap penanganan keluhan serta pentingnya kepuasan pelanggan bagi perusahaan.
 - b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam memahami serta memecahkan masalah yang sedang terjadi di perusahaan khususnya dalam kepuasan konsumen.

c. Bagi Universitas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang pelayanan terhadap konsumen dan juga sebagai tambahan referensi di perpustakaan. Serta sebagai tolak ukur kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama berada dibangku perkuliahan.