

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN KARTU TELEPON SELULAR MENTARI (Studi Kasus di Wilayah Jatinegara Jakarta Timur RW. 010)

Sukardi H.S*

Abstact: In the current conditions of global competition spurred the company performance in order to competence. Competition is very much determined the number of consumers who are willing to buy and use a product in a specified period. Consumers feel comfortable and satisfied if in using the product as desired. Five dimensions of great influence on consumer satisfaction, namely: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The results of this study consumer cell phone card users of the mentari from 98 respondents using the parameters of the eight variables can be categorized as evidenced by the eight variables satisfied the criteria of six variables included in the category of quadrant two means between the desire to maintain performance and company performance are met. While that needs to be increased there are two variables in quadrant one priority category. These companies need to review about the service assurance or guarantee that the future is no improvement kususnya brush signal and network coverage.

Kata kunci: Kepuasan konsumen, harapan dan kinerja konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih dan semakin cepat dari tahun ke tahun menyebabkan perluasan pasar dan persaingan yang semakin ketat di industri telekomunikasi. Semakin terjangkau harga telepon seluler atau *handphone* oleh masyarakat otomatis kebutuhan akan kartu seluler (*sun card*) juga meningkat.

Saat ini tercatat ada delapan perusahaan yang bergerak di bisnis operator selular di Indonesia dengan berbagai produk kartu selulernya, antara lain PT. Telkomsel, PT. Indosat, PT. Excelcomindo, PT Mobile 8, PT. Telkom, PT. Bakrie Teleco, PT. Sampoena, dan PT. Natrindo Berdasarkan sumber yang di peroleh dari majalah pulsa edisi April, PT. Telkomsel masih memimpin pasar bisnis operator seluler di Indonesia dengan jumlah pelanggan sekitar 25 juta. Perusahaan ini sejak dulu memang berkomitmen untuk selalu memberikan kepuasan kepada konsumennya

* Sukardi H.S adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta

yang didukung dengan luasnya jaringan di seluruh nusantara. Namun semangkin meningkatnya permintaan konsumen akan kartu seluler otomatis penawaran juga meningkat. Salah satu perusahaan yang sangat berkembang di bisnis ini sekaligus menjadi pesaing terdekat PT. Telkomsel adalah PT. Indosat. Perusahaan ini mempunyai tiga produk operator selulernya yaitu Mentari, IM3, dan Matrik. Saat ini PT Indosat mempunyai 12 juta pelanggan di Indonesia.

PT. Indosat yang saat ini sahamnya di pegang Moody's Investor service menaikkan peringkat PT Indonesia Satellite Corporation Tbk (Indosat) menjadi Ba2 dan Indosat Finance Co. B.V. menjadi B2 dari B1. Peringkat Indosat menjadi Ba2 ini memperkuat profil keuangan dan operasional Indosat, sekaligus posisi pasar sebagai operator selular kedua terbesar di Indonesia dengan pangsa sekitar 32,7 persen dengan produk unggulannya berupa kartu GSM dengan merek Mentari. Saat ini produk Mentari mencoba memberikan kepuasan kepada konsumen dengan program-program yang mereka miliki dengan empat symbol, yaitu simbol kelelawar dengan fasilitas gratis menelepon lima jam, simbol telor yang menggambarkan luasnya jaringan, simbol nada sambung pribadi dengan gambar not balok, dan simbol bibir untuk mengirim pesan suara.

Dalam memakai produk kartu selular, setiap konsumen pasti mempunyai persepsi dan ukuran kepuasan yang berbeda-beda. Kepuasan bisa berarti kesediaan konsumen untuk tetap memakai kartu selular tersebut, dan ketidakpuasan bisa berarti beralihnya konsumen ke produk lain. Dalam memakai kartu selular, sebagian besar konsumen setia terhadap kartunya dengan alasan nomor tersebut sudah dipublikasikan kebanyakan orang, namun kini konsumen yang memakai lebih dari satu kartu selular pun cukup banyak. Hal ini disebabkan karena konsumen memakai lebih dari satu telepon genggam dan murahnya harga yang ditawarkan operator lain, atau bahkan benar-benar beralih ke operator selular lain. Beralihnya konsumen ke nomor kartu selular pun sangat mungkin terjadi, sehingga keputusan konsumen untuk memilih dan memakai kartu selular sangat berkaitan dengan tingkat kepuasan mereka.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan kartu selular merek Mentari dan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan kartu selular merek Mentari.

METODE

Penelitian ini merupakan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan mengajukan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada sejumlah pengguna kartu selular mentari di lingkungan RW 10 Jatinegara, Jakarta Timur. Kuesioner ini terbagi dalam dua bagian yaitu; *Pertama*; Data mengenai identitas responden yang meliputi jenis kelamin, pengeluaran per bulan dan merek kartu telepon seluler yang pernah

digunakan sebelumnya oleh responden. *Kedua*; Daftar pertanyaan untuk variabel kepuasan konsumen pengguna kartu seluler mentari meliputi 5 pertanyaan tentang kinerja (*performance*) dan 5 pertanyaan tentang tingkat kepentingan (*importance*) dengan masing-masing 5 pilihan jawaban (skala Likert).

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2002:77). Sampel yang diambil adalah warga yang ditemui peneliti di lingkungan R W: 10, Jatinegara sebanyak 98 responden.

Analisis variabel kepuasan dilakukan dengan cara membandingkan rata-rata hasil jawaban responden untuk setiap item pertanyaan tentang tingkat kepentingan (*importance*) dengan rata-rata hasil jawaban responden untuk setiap item pertanyaan tentang kinerja produk (*performance*) rata-rata tersebut digunakan untuk mengetahui ukuran pemusatan jawaban responden. Persepsi kepuasan konsumen pengguna kartu seluler mentari diinterpretasikan sebagai berikut; *Pertama*; Konsumen dikatakan puas, jika rata-rata hasil keseluruhan *performance* lebih tinggi dari rata-rata hasil keseluruhan *importance*. Dan *kedua*; Konsumen dikatakan puas, jika rata-rata hasil keseluruhan *performance* lebih rendah dari rata-rata hasil keseluruhan *importance*.

Agar interpretasi yang dilakukan lebih terinci, maka lebih baik melakukan perbandingan untuk tiap rata-rata hasil tiap item pertanyaan tentang *performance* dan *importance* dengan rata-rata total *performance* dan *importance* tiap dimensi persepsi kepuasan, kemudian dimasukkan ke dalam diagram *Cartesius* yang terbagi atas empat kuadran. Sumbu mendatar adalah tingkat *performance*, sedangkan sumbu vertikal adalah tingkat *importance*.

Kuadran pertama bercirikan, *performance* rendah tetapi *importance* tinggi maka disebut juga *underact*. Dalam kuadran kedua, *performance* tinggi diikuti oleh *importance* yang tinggi pula, sehingga keadaan ini harus terus dipelihara, hal ini disebut *maintain*. Dalam kuadran ketiga, tingkat *performance* rendah dan tingkat *importance* juga rendah, sehingga disebut daerah *low priority*. Dalam kuadran keempat, tingkat *performance* tinggi tetapi tingkat *importance* rendah dan ini disebut *overact*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas responden

Responden yang bersedia mengisi kuesioner dan mengembalikan kepada peneliti sebanyak 98 responden yang bermukim di Wilayah Kelurahan Jatinegara, yang hasilnya sebagaimana diuraikan berikut ini.

Berdasarkan tabel-1, diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 55 orang atau 56.1%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 43 orang atau 43.9%.

Tabel-1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	Laki-laki	55	56.1
2	Perempuan	43	43.9
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Tabel-2: Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

NO	Status Perkawinan	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	Menikah	51	52
2	Belum Menikah	47	48
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-2, diketahui bahwa responden yang berstatus menikah sebanyak 51 orang atau 52%, sedangkan responden yang berstatus belum menikah sebanyak 47 orang atau 48%.

Tabel-3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	Karyawan Swasta	44	44.9
2	Ibu Rumah Tangga	17	17.4
3	Pegawai Negeri	10	10.2
4	Wiraswasta	10	10.2
5	Mahasiswa/i	7	7.2
6	Pelajar	7	7.2
7	Profesional	1	1
8	Lain-lain	2	2
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-3, diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 44 orang atau 44,9%, responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 17 orang atau 17,4%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 10 orang atau 10,2%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 10 orang atau 10,2%, responden yang sebagai mahasiswa/i sebanyak 7 orang atau 7,7%, responden sebagai pelajar sebanyak 7 orang atau 7,2%, responden yang bekerja sebagai profesional sebanyak 1 orang atau 1%, dan responden yang melakukan pekerjaan lainnya sebanyak 2 orang atau 2%.

Tabel-4: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

NO	Umur	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	< 18 Tahun	3	3,1
2	18-25 Tahun	18	18,4
3	25-45 Tahun	68	69,4
4	45-55 Tahun	9	9,2
5	> 55 Tahun	0	0
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-4, diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 18 tahun sebanyak 3 orang atau 3,1%, responden yang berusia 18 hingga 25 tahun sebanyak 18 orang atau 18,4%, responden yang berusia 25 hingga 45 tahun sebanyak 68 orang atau 69,4%, dan responden yang berusia 45 hingga 55 tahun sebanyak 9 orang atau 9,2%.

Tabel-5: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

NO	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	SD	2	2
2	SMP	22	22,5
3	SMA	61	62,3
4	S1	10	10
5	S2	0	0
6	Lain-lain	2	3,1
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-5, diketahui bahwa responden yang pendidikan terakhir SD sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berpendidikan SMP sebanyak 22 orang atau 22,5%, responden yang berpendidikan SMA sebanyak 61 orang atau 62,3%.

responden yang berpendidikan S1 sebanyak 10 orang atau 10,2%, dan responden yang berpendidikan yang lain sebanyak 3 orang atau 3,1%.

Analisis pendapat responden

Berdasarkan tabel-6, diketahui bahwa jumlah responden yang lamanya menggunakan *hand phone* kurang dari 1 tahun sebanyak 25 orang atau 25,5%, lamanya 1 hingga 3 tahun sebanyak 57 orang atau 58,2%, lamanya lebih dari 3 tahun sebanyak 16 orang atau 16,3%.

Tabel-6: Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Hand Phone

NO	Lamanya Menggunakan Hand Phone	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	< 1 Tahun	25	25,5
2	1-3 Tahun	57	58,2
3	>3 Tahun	16	16,3
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Tabel-7: Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Merek

NO	Merek	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	Nokia	67	68,4
2	Samsung	13	13,3
3	Motorolla	7	7,1
4	Siemen	4	4,1
5	Lain-lain	7	7,1
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-7, diketahui bahwa responden yang memakai merek nokia sebanyak 67 orang atau 68,4%, responden yang memakai merek samsung sebanyak 13 orang atau 13,3%, responden yang memakai merek motorolla sebanyak 7 orang atau 7,1%, responden yang memakai merek siemen sebanyak 4 orang atau 4,1%, dan responden yang memakai merek lainnya sebanyak 7 orang atau 7,1%.

Tabel-8: Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Kartu Mentari

NO	Lama Penggunaan	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	< 6 Bulan	26	26,5
2	7 Bl.a – 1 Tahun	25	25,5
3	1-3 Tahun	47	48
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-8, diketahui bahwa responden yang memakai kartu mentari kurang dari 6 bulan sebanyak 26 orang atau 26,5%, responden yang memakai 7 bulan hingga 1 tahun sebanyak 25 orang atau 25,5%, dan responden yang memakai 1 hingga 3 tahun sebanyak 47 orang atau 48%.

Tabel 9: Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Pulsa Per Bulan

NO	Pembelian Pulsa Per Bulan (Rp)	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	< 25.000	2	2
2	25.001 - 50.000	61	62,3
3	50.001 - 100.000	35	35,7
4	> 100.000	0	0
Jumlah		98	100

Sumber: Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-9, diketahui bahwa responden yang membeli pulsa per bulan kurang dari Rp.25.000 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang membeli pulsa antara Rp.25.001 hingga Rp.50.000 sebanyak 61 orang atau 62,3%, responden yang membeli pulsa antara Rp.50.001 hingga Rp.100.000 sebanyak 35 orang atau 35,7%.

Tabel-10: Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Pulsa

NO	Tempat Pembelian	Jumlah Responden	
		Orang	Persentase
1	Counter	88	89,79
2	Lain-lain	10	10,1
Jumlah		98	100

Sumber. Data primer, 2009, diolah.

Berdasarkan tabel-10, diketahui bahwa responden yang membeli pulsa di counter sebanyak 88 orang atau 89,79%, sedangkan yang membeli di tempat lain, seperti teman, tetangga yang jual vaoucer sebanyak 10 orang atau 10,1%.

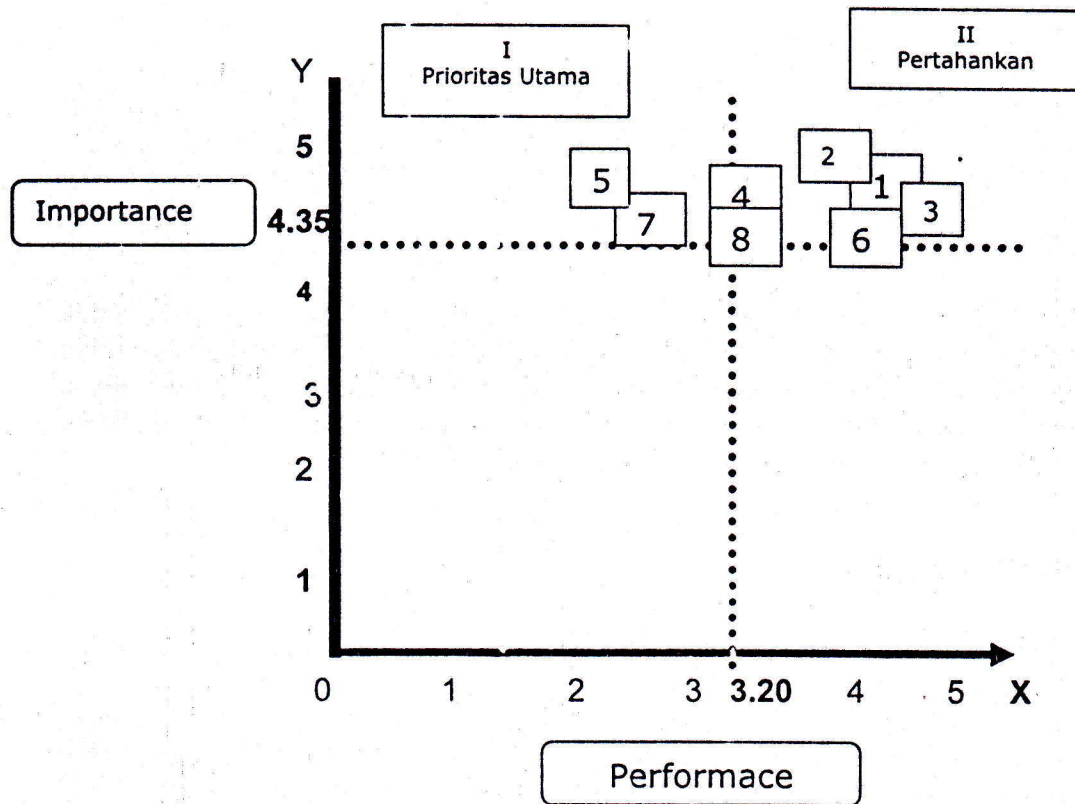
Analisis tingkat kepuasan konsumen pengguna mentari

Berdasarkan analisis terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna kartu selular mentari di wilayah RW 010 Kelurahan Jatinegara Jakarta Timur, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel-11: Hasil Perhitungan Rata-Rata Penilaian Responden antara Harapan dengan Kinerja Konsumen Pengguna Kartu Telepon Seluler Mentari

No	Keterangan	Importance	Performance
1	Kualitas suara	4,41	4,21
2	Tampilan kartu	4.85	3.97
3	Daya tahan (ketahanan) kartu	4,21	4,31
4	Tarif telepon terjangkau	4.50	3.20
5	Sinyal kuat	4.57	2,64
6	Jaringan	4.16	4.20
7.	Jangkauan sinyal	4.13	2.50
8.	Layanan memperoleh voucher	4.01	4.80
	Rata-rata	4.35	3.20

Sumber: Data primer, 2009, diolah.



Gambar-1: Diagram Kartesius

Kuadran A:

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Dalam gambar tersebut terdapat dua variabel yaitu; sinyal kuat dan jangkauan sinyal.

Kuadran B:

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah kualitas suara, tampilan kartu, daya tahan kartu, tarif telepon terjangkau, jaringan, dan layanan memperoleh voucher.

Kuadran C:

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Kuadran ini tidak ada kategori variabel.

Kuadran D:

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan baik sekali oleh perusahaan. Dalam analisis ini tidak terdapat faktor-faktor tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

Perusahaan telah melakukan pelayanan terhadap konsumen dengan memaksimalkan, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanannya yang telah diberikan oleh perusahaan. Bukti nyata hasil analisis dari delapan variabel yang berpengaruh kepada kepuasan konsumen terdapat enam variabel yang perlu dipertahankan sebagaimana tertera dalam gambar diagram kartesius.

Saran

Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempunyai dampak langsung terhadap kepuasan konsumen. Parameter dari delapan variabel ternyata ada dua faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan bahwa nilai kepentingan konsumen tinggi tetapi pelaksanaan kategori rendah, yaitu sinyal yang kuat dan jangkauan jaringan kurang luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Taufik Salim (1984), *Marketing Managemen : Analysis, Planning, and Control*, 5th ed. Englewood Cliff, N.J. : Prentice International, Inc
- Kotler, Philip 1996, *Marketing Managemen*, 6th Edition. Jilid 1, Printice Hall. New Jersey
- Kotler, Philip 1996, *Marketing Managemen*, 6th Edition. Jilid 2, Printice Hall. New Jersey

- Kotler, Philip 1996, *Marketing Managemen*, 8th Edition, Printice Hall. New Jersey
- Lupiyoadi, rambat 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: teori dan Praktik*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Montgomery, Douglas C 1985, *Introduction to Statistical Quality Control*, Iwan, New York
- Radiosunu 1995, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, BPFE-Yogyakarta
- Swasta, basu 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Erlangga, Jakarta
- Supranto, Johannes, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*", Cetakan Pertama, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1997
- Umar, Husein 2000, *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*, Cetakan Ke-2, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta