

BAB I

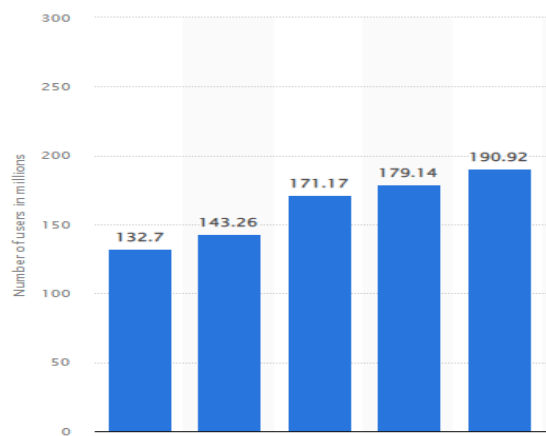
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejarah internet Indonesia dimulai pada awal tahun 1990-an. Saat itu jaringan internet di Indonesia lebih dikenal sebagai paguyuban *network*, di mana semangat kerja sama, kekeluargaan dan gotong royong sangat hangat dan terasa di antara para pelakunya. Agak berbeda dengan suasana internet Indonesia pada perkembangannya kemudian yang terasa lebih komersial dan individual di sebagian aktivitasnya, terutama yang melibatkan perdagangan internet.

Sistem jaringan internet mulai memberikan manfaat yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat, terlebih saat menghadapi kondisi saat ini, dimana seluruh dunia dihadapkan pada pandemi *Coronavirus Disease 2019* atau Covid-19, dimana adanya virus Covid-19 membuat pemerintah memberlakukan jaga jarak (*physical distancing*), hal tersebut menyebabkan seluruh aktivitas dilakukan melalui *online* atau menggunakan internet.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia menerapkan pemberlakuan sistem kerja WFH (*Work from Home*) dan sistem pembelajaran secara daring atau *online*, masyarakat juga dihimbau untuk melakukan *social distancing* guna mengurangi penyebaran virus. Aktivitas yang dilakukan secara *online* menyebabkan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Hal ini menyebabkan penambahan pemakaian internet yang sangat signifikan di tahun 2020 dengan data sebagai berikut:



Sumber: Statista.com, 2021

Gambar 1

Jumlah Pemakaian Internet Tahun 2016-2020

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan jumlah pemakaian internet di Indonesia terbesar pada tahun 2020 yaitu sebesar 190,92 juta. Kenaikan terbesar terjadi dua kali, yaitu pada tahun 2017 ke 2018 dari 143,26 juta menjadi 171,17 juta atau kenaikan sebesar 27,91 juta, dan pada tahun 2019 ke 2020 dari 179,14 menjadi 190,92 atau mengalami kenaikan sebesar 11,78 juta.

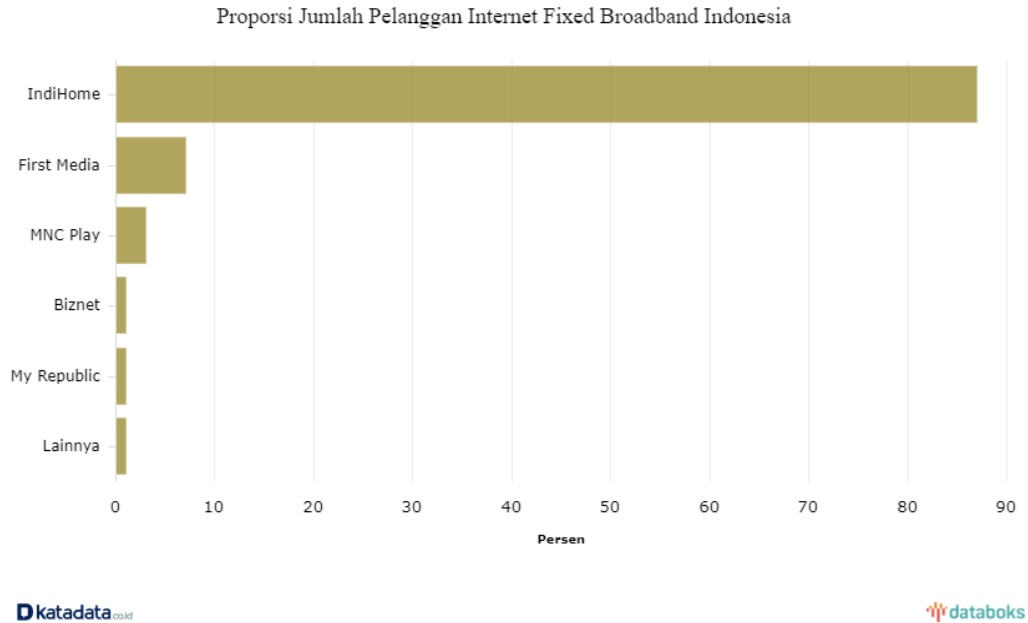
Seiring dengan kemajuan zaman yang pesat, kebutuhan manusia semakin lama semakin meningkat, terutama di bidang teknologi informasi dan komunikasi, sehingga mendorong pelanggan untuk meningkatkan intensitas penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi dan komunikasi yang pada awalnya sangat terbatas dalam menunjang kebutuhan sehari-hari, saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan atau telah menjadi kebutuhan hidup.

Teknologi internet yang berkembang menjadi peluang bisnis bagi perusahaan teknologi informasi, dimana perusahaan teknologi informasi membuat suatu produk yang dapat menjangkau wilayah yang luas untuk menggunakan internet baik melalui *smartphone*, maupun teknologi lainnya yang dikenal dengan internet *fixed broadband*.

Internet *fixed broadband* merupakan jenis koneksi yang membutuhkan kabel telepon atau kabel jaringan khusus untuk bisa terkoneksi ke internet. Sesuai namanya, *fixed*

broadband ini tidak bisa kita pindahkan seenaknya karena letak kabel telepon atau kabel jaringan serta perangkat yang digunakan seperti *router* sebaiknya tidak dipindahkan (tidak mungkin kita harus membawa kabel jaringan dan *router* terus-menerus), secara singkat internet *fixed broadband* adalah internet kabel yang memanfaatkan jaringan fiber optik. Jaringan fiber optik akan memancarkan koneksi Wi-Fi yang dapat digunakan oleh banyak orang untuk mengakses internet.

Semakin berkembangnya internet *fixed broadband* terdapat banyak perusahaan telekomunikasi yang mulai membuat produk IPTV yaitu mengenai IP yang berarti protokol lapisan jaringan (*network layer* dalam *OSI Reference Model*) atau protokol lapisan *internetwork* (*internetwork layer* dalam *DARPA Reference Model*) yang digunakan oleh protokol TCP/IP untuk melakukan pengalamatan dan *routing* paket data antar host-host di jaringan komputer berbasis TCP/IP atau dengan kata lain IP adalah aturan-aturan yang mengatur alamat-alamat dalam suatu jaringan komputer atau antar user komputer yang berbasis pada aturan OSI layer dan biasanya IP ini lebih dikenal dengan protocol TCP/IP. Sedangkan TV adalah alat penangkap siaran bergambar. Berikut adalah jumlah pelanggan internet *fixed broadband* yang ada di Indonesia:



Sumber: databoks.katadata, 2021

Gambar 2

Jumlah pelanggan Internet *Fixed Broadband* di Indonesia

Berdasarkan katadata, sebanyak 87% pelanggan jaringan internet tetap pita lebar (*fixed broadband*) di Indonesia memakai layanan IndiHome. Layanan dari PT. Telkom Indonesia, Tbk. itu pun mendominasi pasar internet *fixed broadband* di tanah air. IndiHome tercatat telah memiliki 8 juta pelanggan sepanjang 2020. Jumlah itu bertambah sekitar 1 juta pelanggan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Pada Gambar 2 menjelaskan proporsi jumlah pelanggan Internet Fixed Broadband di Indonesia, yang saat ini masih didominasi oleh Indihome dalam meraih minat pelanggan untuk menggunakan produknya. Persaingan tersebut menyebabkan setiap perusahaan telekomunikasi harus mempertahankan pelanggannya dan menarik pelanggan baru.

Dalam mempertahankan pelanggan, perusahaan telekomunikasi harus menjaga kepuasan pelanggannya dalam menggunakan produk maupun jasa. Kepuasan pelanggan

merupakan tujuan utama perusahaan agar dapat mempertahankan pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen saat membandingkan harapan dengan apa yang diterima setelah membeli atau mengonsumsi produk barang atau jasa (Suhardi, 2020:11)

Kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami). Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan. Pelanggan yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini mengakibatkan kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk memenangkan persaingan.

Dalam memenuhi kepuasan pelanggan penyedia internet perlu mengkomunikasikan produk yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui kualitas produk dan memiliki niat membeli manfaat atas produk dan pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu, perlunya perusahaan memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan serta kualitas pelayanan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sari et al (2021) memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Pelanggan membeli jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan pelanggan akan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut.

Dalam memenuhi kepuasan pelanggan selain kualitas produk yang diperhatikan, juga harus memperhatikan kualitas pelayanan, banyaknya perusahaan yang menerapkan kualitas management pelayanan jasa yang dijalankan oleh para karyawannya. Perusahaan ISP tidak hanya memperhatikan produknya saja, tetapi juga harus memperhatikan kualitas jasa yang diberikan kepada pelanggan yang diharapkan menjadi pelanggan potensial pada suatu perusahaan tersebut.

Menurut Fahmi (2014:3) kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dalam perusahaan sangat menunjang keberlangsungan suatu perusahaan di masa yang akan datang, karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan timbal balik yang positif pada perusahaan yang bersangkutan.

IndiHome merupakan produk dari perusahaan yang harus menjaga kepuasan pelanggannya dikarenakan IndiHome menduduki peringkat pertama dengan pengguna terbanyak, sehingga agar pengguna tersebut dapat setia menggunakan IndiHome, kepuasan pelanggan harus terjaga.

IndiHome merupakan produk yang di buat oleh PT. Telkom Indonesia, Tbk. merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang memanfaatkan peluang berkembangnya pasar IPTV. Pemenuhan akan kebutuhan teknologi komunikasi yang lengkap seperti telepon rumah, akses internet dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV dijawab dengan dikembangkannya berbagai produk berbasis pemenuhan kebutuhan yang lengkap salah satunya produknya adalah IndiHome.

IndiHome merupakan salah satu produk layanan dari PT. Telkom Indonesia, Tbk berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket tripleplay meliputi layanan komunikasi, data dan *entertainment* seperti telepon rumah, internet (Internet on Fiber atau *HighSpeed Internet*) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseTV).

IndiHome merupakan layanan *bundling triple play*. Adapun perbedaan dari Speedy ke IndiHome salah satunya adalah Speedy menggunakan kabel *copper* sedangkan IndiHome menggunakan kabel serat optik sehingga memiliki kecepatan hingga 300 Mbps serta aman dari gangguan cuaca. Memiliki keunggulan yang berbeda dari kompetitor dan juga strategi yang telah dipersiapkan secara matang membuat IndiHome yakin dapat bersaing dan akan menjadi pilihan masyarakat sebagai layanan broadband. Dari beberapa perusahaan *fixed broadband*, IndiHome masih menjadi pilihan terbanyak diantara pesaingnya.

Dalam beberapa tahun ini, produk IndiHome yang dimiliki oleh Telkom secara umum di Indonesia mengalami kenaikan jumlah pelanggan dibandingkan dengan layanan Telkom lainnya. Hal ini disebabkan oleh harganya yang lebih murah dan adanya beberapa pelanggan yang beralih seperti segmen dari produk Astinet yang lebih memilih menggunakan IndiHome.

IndiHome meraih peringkat pertama dalam merk yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk berlangganan ISP (*Internet Speed Provider*), namun pada tingkat kecepatan, IndiHome masih jauh dengan provider lainnya, berikut ini hasil survey mengenai peringkat kecepatan internet di Indonesia tahun 2021:

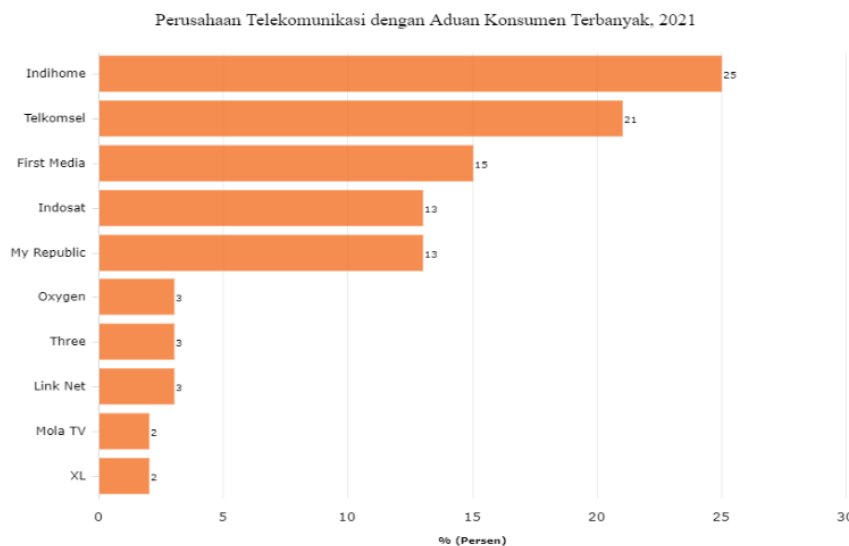
Tabel 1
Peringkat Kecepatan Internet di Indonesia Tahun 2021

No	ISP (Internet Speed Provider)	Kecepatan (Mbps)
1	Biznet	42,17

2	MyRepublic	35,31
3	IndiHome	18,31
4	First Media	16,51

Sumber: Speedtest, 2021

Tabel 1 menjelaskan peringkat kecepatan internet pada ISP (Internet Speed Provider), Biznet berada di peringkat pertama dengan kecepatan 42,17 Mbps, pada peringkat kedua diraih oleh MyRepublic sedangkan IndiHome berada di peringkat ketiga dalam posisi peringkat kecepatan internet di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun IndiHome menduduki posisi pertama dalam penyedia layanan internet yang paling diminati di Indonesia, tetapi dari segi kecepatan internet masih kurang daripada Biznet yang menduduki posisi pertama. IndiHome meraih peringkat ketiga dalam hal kecepatan, hal tersebut selaras dengan komplainan yang masuk dari para pelanggan kepada pihak IndiHome. Berikut ini merupakan hasil survey dari YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) yang dirilis pada 7 Januari 2022 sebagai berikut:



Sumber : katadata.co.id, 2021

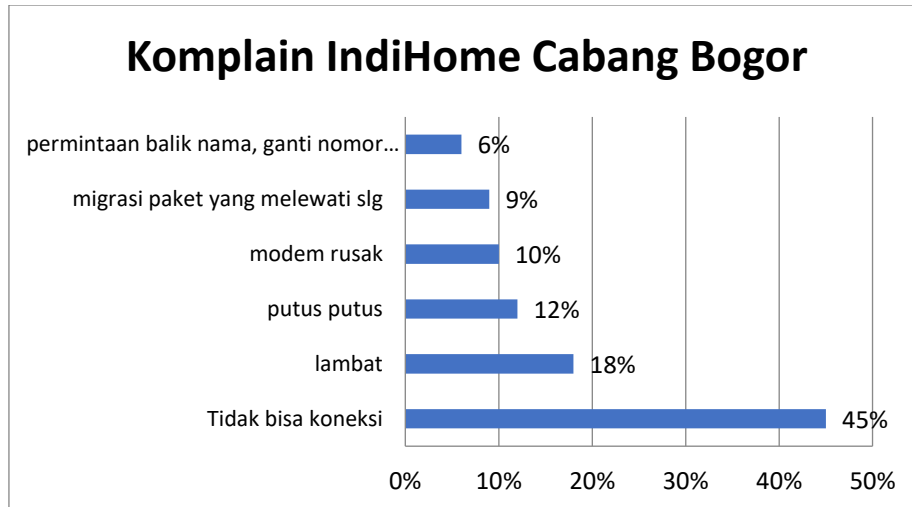
Gambar 3

Perusahaan Telekomunikasi dengan Aduan Konsumen terbanyak Tahun 2021

Pada Gambar 3 menggambarkan hasil survey Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat 11,9% dari total 535 aduan selama 2021 merupakan keluhan soal perusahaan telekomunikasi. Dua anak usaha BUMN Telkom, IndiHome dan Telkomsel, menjadi dua perusahaan dengan aduan terbanyak. Aduan soal IndiHome mencakup 25% dari total aduan terhadap perusahaan telekomunikasi, selanjutnya pada posisi kedua terdapat Firstmedia dengan komplainan terbanyak, lalu disusul oleh Indosat serta MyRepublic.

Selain itu, pernyataan lainnya berasal dari laman mediakonsumen.com yang menjelaskan bahwa beberapa pelanggan IndiHome khususnya pelanggan yang berada di wilayah Bogor memberikan keluhan terkait dengan pelayanan yang diberikan pihak IndiHome. Pelayanan yang diberikan dirasa kurang layak, karena ketika terjadi masalah pada jaringan internet IndiHome, respon dari pihak *customer service* IndiHome yang lambat, bahkan pelanggan harus menunggu beberapa hari untuk dapat diperbaiki. Kemudian keluhan lain juga terkait jaringan internet IndiHome yang kurang stabil, buruknya kualitas jaringan sehingga tidak dapat mengakses internet. terdapat beberapa keluhan pelanggan terkait dengan pelayanan Indihome yang dikatakan kurang memuaskan (Ucu, 2020:11).

Hasil survey dan mediakonsumen menunjukkan komplain mengenai produk IndiHome, dimana diantaranya komplain tersebut perihal koneksi yang lambat serta pelayanan yang diberikan oleh petugas IndiHome kurang layak. hal tersebut juga terjadi pada IndiHome di Kota Bogor, berikut ini adalah data komplain sepanjang tahun 2021:



Sumber : Data IndiHome Bogor, 2021

Gambar 4

Jenis Komplain IndiHome Cabang Bogor Tahun 2021

Pada Gambar 4 menjelaskan komplain yang diterima oleh IndiHome di Bogor. Masalah yang paling banyak dikomplain oleh pelanggan adalah tidak bisa koneksi yaitu sebesar 45% komplain dari seluruh total komplain yang terjadi tahun 2021, dimana saat menggunakan layanan IndiHome tidak terdapat koneksi untuk mencari informasi di internet. Pada peringkat kedua yaitu koneksi yang lambat dimana pada saat menggunakan IndiHome, koneksi menjadi tidak stabil untuk mencari informasi di internet.

IndiHome menduduki posisi ketiga dalam hal kecepatan dapat menjadi peluang untuk pesaing dalam merebut posisi pertama ISP (*Internet Speed Provider*) yang paling banyak digunakan di Indonesia. Namun pada kenyataannya, baik IndiHome pusat atau di Kota Bogor banyak menerima aduan dari pelanggan, selain itu banyaknya merk ISP (*Internet Speed Provider*) dapat menimbulkan persaingan antar penyedia layanan internet. Perusahaan ISP (*Internet Speed Provider*) harus mempertahankan pelanggannya atau mencari strategi dalam menarik minat pelanggan yaitu dengan cara memenuhi kepuasan pelanggan, dengan

melakukan pelayanan yang profesionalisme, memiliki kompetensi dan daya saing, pelanggan akan merasa puas dan tetap berlangganan pada merk perusahaan tersebut, serta merekomendasikannya kepada kerabat terdekat.

Persaingan yang semakin ketat dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, maka sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk serta kualitas pelayanan yang diberikan, tujuan perusahaan memperhatikan kualitas produk dan pelayanan adalah agar pelanggan dapat mencapai kepuasan pelanggan yang akan diharapkan dapat setia menggunakan produk perusahaan, serta merekomendasikan kepada orang lain.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan melihat sejauh mana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan dan hubungannya terhadap kepuasan pelanggan yang nantinya akan difokuskan kepada seluruh pelanggan pengguna IndiHome di Kota Bogor.

Penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDIHOME DI KOTA BOGOR”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Modem dan STB (*Set Top Box*) yang disewakan ke pelanggan tidak selalu baru karena tergantung ketersediaan di wilayah Telkom.
2. Tidak menyediakan kipas modem sehingga suhu modem yang tinggi atau panas dapat mengakibatkan jaringan lambat dan putus-putus.

3. Aplikasi remot TV IndiHome tidak tersedia untuk pengguna IOS atau Iphone.
4. Jaringan tidak lancar karena terindikasi pemasangan kabel fiber optik yang tidak tepat.
5. Permintaan migrasi paket banyak yang melewati batas waktu SLG (*Service Level Guarantee*).
6. Teknisi kurang sopan pada saat kunjungan perbaikan.
7. Gedung yang sedang direnovasi membuat pelanggan tidak nyaman.
8. Kurangnya respon yang cepat dan tanggap dari IndiHome Kota Bogor mengakibatkan pelanggan *hard complaint* ke media massa.
9. Karyawan kurang memberikan empati pada gangguan pelanggan yang berulang.
10. Rasa kecewa terhadap pelayanan IndiHome yang sering gangguan berulang mengakibatkan pelanggan pindah provider.

C. Batasan Masalah

Guna memfokuskan masalah penelitian sehingga mendapatkan hasil yang maksimal, maka penelitian akan dilakukan di PT. Telkom Indonesia, Tbk. di Kota Bogor yang berlokasi di Jalan Raya Pajajaran No. 37 RT.04/RW.06 Bantarjati, Bogor. Variabel yang akan diteliti yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan ISP (*Internet Speed Provider*) IndiHome.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor?

E. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor.
2. Mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor.
3. Mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dengan terjun langsung ke lapangan dan memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan keterampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam terutama pada bidang yang dikaji.

2. Bagi Instansi / Perusahaan

Instansi / perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi mengembangkan dan memperbaiki sistem.

3. Bagi Akademik

Sebagai referensi dalam penilaian kinerja penulis untuk meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan yang diperlukan.

4. Bagi Masyarakat

Berguna untuk dijadikan referensi atau sebagai data pembanding sesuai dengan bidang yang akan diteliti.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdapat 5 bab yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan. Bab ini merupakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan tentang landasan teori yang meliputi pengertian kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Mengenai penelitian terdahulu, paradigma penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan berbagai variabel penelitian dan definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut, menentukan sampel, jenis sumber data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti memaparkan profil perusahaan, hasil uji validitas dan reliabilitas instrument, profil responden penelitian, dan hasil pengolahan data primer menggunakan program SPSS 24.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini peneliti menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran kepada PStore untuk brand Samsung terkait hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.