

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

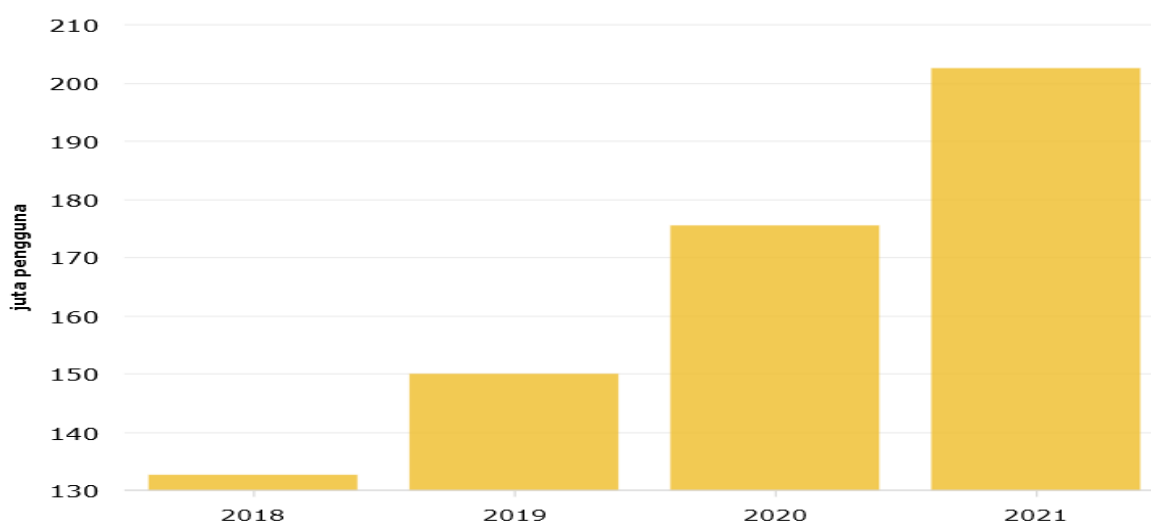
Pada era perkembangan zaman saat ini yang dimana semua orang sangat membutuhkan alat bantu untuk menunjang aktivitas nya untuk menghemat waktu, salah satu diantaranya yaitu perkembangan teknologi yang dimana tidak terlepas dari kehadiran internet yang membantu manusia dalam banyak hal seperti pada urusan pekerjaan ataupun berkomunikasi dengan sesama manusia lainnya tanpa memandang status sosial dan bisa berinteraksi tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu yang dimana merupakan salah satu manfaat dari internet.

Berkembangnya zaman diikuti pula oleh berkembangnya IPTEK, salah satunya adalah terciptanya WiFi (*Wireless Fidelity*). WiFi adalah teknologi yang dimana kita dapat mengakses internet tanpa menggunakan kabel dengan memanfaatkan gelombang radio yang biasanya memiliki kecepatan yang tinggi.

Kebutuhan internet semakin dibutuhkan oleh manusia inilah yang menimbulkan permintaan pasar akan internet semakin besar dan membuat para penyedia jasa layanan internet dituntut untuk memenuhi hal ini serta dituntut untuk memberikan akses internet yang cepat sehingga dapat memenuhi kebutuhan penggunanya karena apa yang mereka ekspektasi yang mereka harapkan dapat dipenuhi oleh penyedia layanan internet dan tidak membuat mereka beralih ke perusahaan penyedia internet lainnya dikarenakan sudah terpenuhi kepuasaanya. Tiap tahun kebutuhan akan internet di Indonesia juga bertambah terus disertai

penetrasi yang juga menunjukkan hasil positif yang dimana hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan di bidang penyedia jasa layanan internet atau yang biasanya disebut *internet service provider* (ISP) yang biasanya menyediakan jasa lainnya seperti Tv Cable maupun telepon rumah contohnya seperti Indihome , My Republic, Mnc Play, Firstmedia, Biznet dan lainnya.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2021)



Sumber: databoks.katadata.co.id (diakses pada 6 Juni 2022)

Pada gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada setiap tahunnya pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan pengguna, yang dimana pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia berjumlah 132,7 juta, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2019 menjadi 150 juta orang, pada tahun 2020 pengguna internet Kembali mengalami peningkatan yang signifikan yaitu 175,4 juta dan pada tahun 2021 mencapai 202,6 juta pengguna internet di Indonesia yang menunjukkan meningkatnya penetrasi internet pada masyarakat Indonesia. Pemerintah memiliki

peranan dalam mendorong perluasan dan pertumbuhan internet hingga menjangkau seluruh bagian wilayah Indonesia, guna membantu masyarakat untuk mengakses informasi baik untuk kepentingan pendidikan, bisnis, maupun hiburan. Maka dari itu internet yang lancar sangat diperlukan untuk menunjang aktivitas masyarakat.

Perusahaan penyedia jasa dalam bidang telekomunikasi yang ada di Indonesia cukup banyak, salah satunya adalah PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom). Telkom merupakan salah perusahaan jasa telekomunikasi yang memiliki keunggulan penggunaan teknologi fiber optik, dimana mampu memberikan kecepatan internet yang tinggi. Salah satu produknya yang dihasilkan oleh Telkom adalah Indihome (Indonesia digital home), yang merupakan layanan dalam bentuk internet berbasis WiFi (*Wireless Fidelity*), telepon rumah dan Tv Cable (UseeTv) dengan beragam pilihan paket yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan rumah tangga.

Tabel 1.1 Top Brand Index

No.	Brand ISP Fixed	Top Brand Index (%)			
		2018	2019	2020	2021
1.	Indihome	42,1 %	39.8%	36,7	34,6%
2.	First Media	22,4 %	29,9%	23,1%	24.2%
3.	Biznet	6,4 %	8,3%	8,2%	10,8%
4.	Indosat M2	-	8,9%	4,5%	4,1%

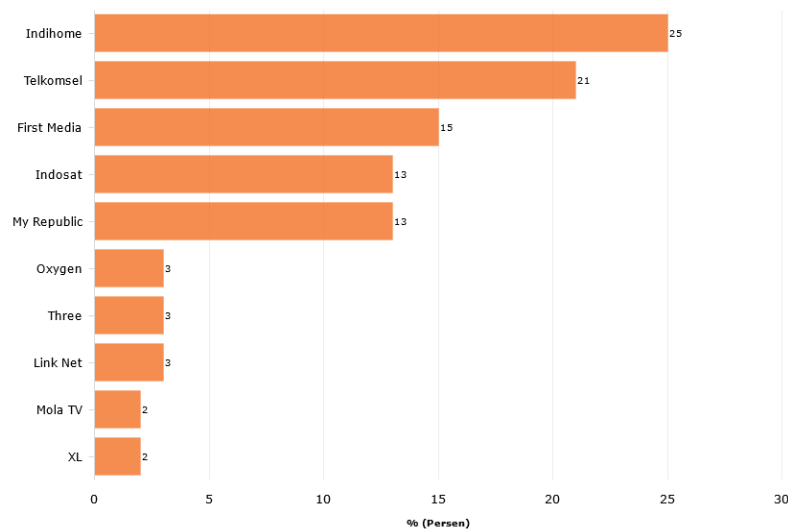
Sumber : Top Brand Index (diakses pada 6 Juni 2022)

Berdasarkan Situs Top Brand Award adalah Lembaga yang bertujuan untuk membuat laporan mengenai indeks berbagai macam brand pada kategori tertentu

setiap tahunnya didasarkan pada 3 parameter pengukuran, antara lain : *Top of mind* yakni merek yang pertama kali disebutkan oleh para responden pada saat kategori produk disebutkan. Yang kedua *last usage* adalah merek terakhir yang telah digunakan oleh para responden dalam siklus pembelian berulang. Parameter terakhir yaitu *future intention*, adalah indikator pelanggan menggunakan kembali di waktu yang akan datang (sumber: topbrandaward.com, diakses pada 6 Juni 2022).

Berdasarkan Tabel Top Brand kategori ISP Fixed menunjukkan bahwa Indihome pada tahun 2018 menempati posisi pertama dari 3 brand ISP lainnya dengan nilai indeks sebesar 42,1%, kemudian pada tahun berikutnya yaitu 2019, Indihome masih menempati peringkat pertama namun mengalami penurunan nilai indeks 2,3% menjadi 39,8%, pada tahun 2020 Indihome tetap berada diposisi pertama dengan nilai indeks sebesar 36,7% yang menunjukkan penurunan nilai indeks dibandingkan tahun sebelumnya, pada tahun 2021 Indihome tetap mengalami penurunan nilai Indeks menjadi 34,6 % namun tetap memuncaki kategori ISP Fixed. Penurunan indeks nilai pada indihome yang turun menurun setiap tahun, mengindikasikan adanya permasalahan pada kualitas produk dan kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Gambar 1.2 Perusahaan Telekomunikasi dengan Aduan Konsumen Terbanyak



Sumber: databoks.katadata.co.id (diakses pada 6 Juni 2022)

Menurut data aduan konsumen yang diperoleh dari databoks.com, menunjukkan Indihome menempati peringkat pertama. Hal ini berarti bahwa Indihome merupakan perusahaan telekomunikasi yang paling banyak menerima aduan dari konsumen. Hal utama yang paling banyak dikeluhkan dalam bidang telekomunikasi adalah mengenai kualitas produk, yang berkaitan dengan jaringan internet sebesar (39%). Indihome sendiri sering mengalami gangguan kendala pada koneksi internet yang mengakibatkan para pelanggannya tidak dapat menggunakan layanan internet dengan normal, salah satu contohnya yaitu kejadian pada bulan September 2021 yang dimana indihome mengalami gangguan selama 5 hari, gangguan ini tidak hanya sekali terjadi tetapi juga telah terjadi beberapa kali sebelumnya yaitu pada bulan juli dan agustus tahun 2020, dengan beberapa kejadian sebelumnya pihak YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) mengusulkan agar diadakan nya audit pada PT Telkom (Sumber tekno.kompas.com, diakses pada tanggal 7 Juni 2022)

Kualitas produk merupakan hal yang penting bagi pelanggan, karena itu kualitas produk merupakan hal hal yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan, Ketika pelanggan merasa kualitas produk yang didapatkan bagus maka pelanggan puas menggunakan produk dari produk tersebut. Kotler dan Keller Dalam (Rahmawati et al., 2022) mendefinisikan kepuasan merupakan perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Kualitas produk sendiri merupakan kemampuan suatu produk yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, bahkan dapat melebihi harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016).

Hal selanjutnya yang banyak dikeluhkan adalah mengenai kualitas layanan yang diberikan perusahaan, dengan skor (15%). Yang dimana Sebagian pelanggan mengeluhkan sulitnya pemasangan Indihome dan lama nya waktu yang dibutuhkan, begitu juga sebaliknya ada pelanggan yang merasa kesulitan saat hendak berhenti berlangganan dimana para pelanggan menganggap dalam berhenti berlangganan terlalu rumit dan tidak praktis, karena hal ini pelanggan tetap harus membayar tagihan wifi.

Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menjadi pertimbangan dalam tetap menggunakan suatu produk yang dimana perusahaan memberikan umpan balik yang cepat dan tepat kepada permasalahan pelanggan. Menurut (Kasmir, 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu perbuatan dan Tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka penulis ingin mengetahui “
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DI KOTA
SURABAYA ”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Agar dapat menjadi tolak ukur sejauh mana dapat menarapkan ilmu yang di dapat semasa perkuliahan dan dipergunakan untuk penerapan

ilmu-ilmu yang telah di peroleh serta memberikan contoh nyata bagaimana permasalahan mengenai penelitian yang telah dilakukan.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini agar dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah atau memiliki topik yang serupa.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan sebagai masukan untuk perusahaan sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.