

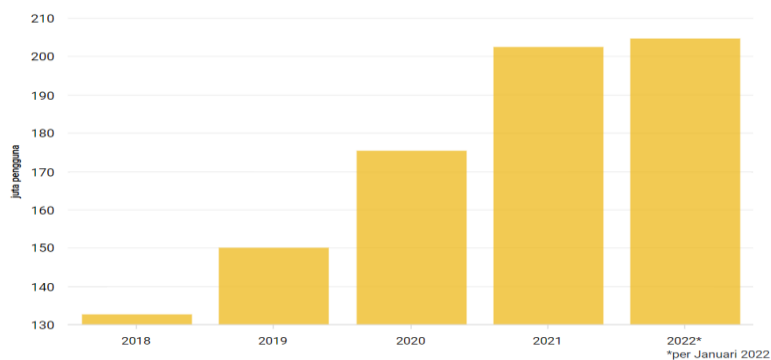
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, internet bukan lagi suatu hal yang asing bagi setiap masyarakat. Penggunaan internet sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari untuk menunjang seluruh aktivitas yang ada di khalayak umum. Tidak menutup kemungkinan bahwa pengaruh penggunaan internet semakin meluas dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih dari tahun ke tahun, hal ini memungkinkan dampak pertumbuhan internet yang semakin tumbuh dengan pesat di berbagai negara, tak terkecuali pada negara Indonesia yang terus mengalami peningkatan cukup besar pada total jumlah pengguna internet di setiap tahunnya. Hal tersebut dilatar belakangi dengan seiring perubahan gaya hidup masyarakat modern, yang menyebabkan masyarakat membutuhkan akses informasi yang aman, cepat, dan juga memudahkan.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2022



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Sejalan dengan perkembangan teknologi digital dapat meningkatkan pertumbuhan jumlah pengguna jasa layanan internet di Indonesia. Berdasarkan grafik pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa data tren jumlah pengguna internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%, dimana pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia yaitu 132,7 juta dan tahun 2022 mencapai kenaikan 204,7 juta pengguna.

Teknologi informasi membuka mata dunia ke dunia baru, interaksi baru, serta jaringan bisnis global tanpa batasan yang disediakan oleh internet untuk dapat berkontribusi besar bagi masyarakat, perusahaan maupun pemerintahan. Kehadiran internet telah meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan terutama sebagai media komunikasi, penerbitan dan media untuk memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan oleh setiap pelaku usaha.

Pada saat ini, banyaknya penyedia jasa layanan internet menyebabkan persaingan antar kompetitor untuk saling berlomba dalam mempromosikan sebaik mungkin produk layanan yang dimilikinya kepada konsumen. Persaingan tersebut dapat tercermin dalam wujud kualitas layanan beragam dan harga kompetitif yang ditawarkan. Dalam keadaan seperti saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk mampu dalam mempertahankan pelanggan lamanya serta mencari pelanggan baru. Hal tersebut dapat diciptakan melalui peningkatan kepuasan pelanggan terhadap penggunaan produk layanan yang ditawarkan sehingga pelanggan tidak berpindah ke penyedia jasa layanan internet lainnya.

Melihat kondisi perkembangan teknologi yang semakin maju seperti saat ini dapat menjadikan sebuah peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan penyedia jasa layanan internet untuk memenuhi kebutuhan dari masing-masing pelanggan yang ada. Perusahaan penyedia jasa layanan internet dituntut untuk dapat menyediakan dan juga memberikan sebuah layanan internet dengan cepat, mudah, murah dan juga kuota internet yang *Unlimited*. Dalam hal ini dapat menjadikan penyedia jasa layanan internet di Indonesia untuk dapat melakukan inovasi dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar dapat menarik minat calon pelanggan dengan memanfaatkan teknologi terbaru.

Salah satu perusahaan penyedia jasa layanan internet di Indonesia adalah PT. First Media Tbk. First Media merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyedia layanan TV kabel atau *Cable TV* dan *Fixed Broadband Internet* yang merupakan internet kabel yang memanfaatkan jaringan fiber optik, layanan *Fixed Broadband* ini dapat terhubung melalui LAN atau WIFI. Internet provider First Media mendapatkan penghargaan sebagai provider internet dari Top Brand Award sejak tahun 2012 dengan kategori *Internet Service Provider (ISP)*. Adapun data Top Brand Index kategori ISP Fixed sejak tahun 2018-2022 disajikan sebagai berikut.

Tabel 1.2 Top Brand Index ISP Fixed Tahun 2018-2022

Tahun					
Brand	2018	2019	2020	2021	2022
Indihome	42.1%	39.8%	36.7%	34.6%	33.8%
Biznet	6.4%	8.3%	8.2%	10.8%	17.7%
First Media	22.4%	29.9%	23.1%	24.2%	16.3%
Indosat M2	-	8.9%	4.5%	4.1%	3.0%

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan data diatas dari tahun 2018 hingga tahun 2022 persentase Top Brand Award produk penyedia jasa *Internet Service Provider (ISP)*. Angka menunjukkan bahwa First Media menempati peringkat ke 2 setelah provider indihome pada data Top Brand Award 2018-2021. di tahun 2018 sampai 2019 mengalami peningkatan yang awalnya 22.4% naik menjadi 29.9% pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 23.1%, di tahun 2021 First Media mengalami kenaikan menjadi 24,2 %. Tahun 2022 First Media mengalami penurunan yang cukup besar yaitu menempati angka 16,3%, dalam hal ini menjadikan provider First Media mengalami First Media turun menjadi peringkat ke 3 dan diungguli oleh provider Biznet. Adapun faktor-faktor dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan First Media, dibuktikan bahwa terdapat data mengenai keluhan yang dirasakan oleh pengguna layanan First Media sebagai berikut:

Tabel 1.3 Keluhan Pengguna Layanan PT. First Media Tbk.

No	Nama	Komentar
1.	Adhe Tertiasusman (@adhedghijkl)	Bukan hanya soal layanan TV yang tidak bisa diakses tolong diperbaiki. Tapi bagaimana pertanggung jawaban kalian sebagai penyedia layanan dengan keluhan saya yang banyak, namun saya justru diminta membayar lebih?
2.	Robby Regard (@robby_regard)	Berapa lama menunggu teknisi datang waktu saya habis buat laporan ke email, twitter <i>customer care</i> .. hampir 24 jam tidak ada yang datang. <i>Please fast respon</i> First Media.
3.	Andrian Gunawan (Argun_89)	Saya sangat kecewa dengan pelayanan dari @FirstMediaCares sudah 7 hari internet mati. Dijanjikan hari ke 7 akan selesai perbaikannya, dan sekarang hari ke 8 masih tetap <i>disconnected!</i> CS Cuma balas akan segera diperbaiki dengan template yang sama!
4.	Ki-Tjan (@kiki7chan)	@FirstMediaCares min, dari kemarin internet saya putus nyambung.. sekarang mati, saya gak bisa kerja nih! Harga tidak sesuai dengan layanan!

		Dari semalam di tweet ga ada tanggapan..
5.	Aisyah (@nithing_34567)	@FirstMediaCares Ini kenapa ya tiba-tiba tagihan wifi saya naik? Gaada info apa-apa tiba-tiba naik harganya !!! udah harga naik, jaringan makin lemot!

Sumber: Data Sekunder (Twitter, @FirstMediaCares)

Berdasarkan data keluhan layanan pelanggan First media diatas dapat dibuktikan bahwa pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh First Media, sebagian besar keluhan yang dirasakan oleh pengguna First Media dapat berupa kualitas pelayanan dan harga yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut Nuraeni, (2021) menjelaskan mengenai definisi pelayanan dapat berarti sebagai jasa atau layanan yang ditawarkan oleh pemilik jasa dapat berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang dapat ditunjukkan melalui sikap dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. dalam hal ini dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan sebuah cara individu atau perusahaan dalam memberikan sebuah pelayanan melalui sebuah layanan yang ditawarkan dengan unsur kecepatan, kemudahan, kemampuan perusahaan yang dapat memberikan sebuah kepuasan konsumen. Definisi Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2013:110 dalam Andalusi 2018)

menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk atau jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang dapat terpenuhinya harapan pelanggan. Menurut Fandi Tjiotono (2015 dalam Nuraeni 2021) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dapat ditunjukkan melalui seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat mempengaruhi harapan pelanggan. dalam hal ini tingkat kualitas pelayanan yang baik dapat berupa sebuah kemudahan layanan, kecepatan layanan dan bagaimana cara perusahaan dapat memahami sebuah kebutuhan serta tercapainya harapan pelanggan terhadap layanan yang telah dipakai oleh pelanggan. Menurut Hartono (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan baik dapat memberikan nilai tambah dan manfaat bagi pelanggan, Pelayanan yang memuaskan merupakan strategi perusahaan dalam persaingan pasar untuk mempertahankan posisi perusahaan. Dalam hal ini tentunya perusahaan berupaya untuk dapat memberikan sebuah pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan dalam memakai layanan yang diberikan yang dapat menjadikan manfaat bagi perusahaan yaitu pelanggan akan loyal terhadap layanan yang telah dirasa puas. Dalam hal ini mengenai kualitas pelayanan yang dikeluhkan oleh sebagian besar pengguna provider internet First Media yaitu pelayanan yang kurang maksimal dapat diartikan bahwa penanganan kendala teknis yang lambat dalam menangani keluhan kendala pelanggan. Pelanggan juga mengeluhkan mengenai kualitas layanan yang diberikan seperti internet lambat dan sering internet

terputus. Dalam hal ini First Media harus lebih meninjau dan memahami sebuah kebutuhan yang dirasakan konsumen guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat berpengaruh terhadap rasa kesetiaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan atau rasa loyal pelanggan terhadap layanan First Media.

Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, juga dapat dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Definisi harga menurut Kotler (2013 dalam Saleha dan Prabantoro 2020) mengungkapkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk mendapatkan produk tertentu. Dalam hal ini harga yang dibayarkan oleh pelanggan harus sesuai dengan kualitas yang dirasakan. Jika harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas yang diterima maka pelanggan akan merasa puas, dan sebaliknya apabila harga yang dibayar tidak sesuai dengan kualitas yang dirasakan maka pelanggan akan merasa kecewa dengan layanan yang ditawarkan.

Meurut Septiani, (2020) menyatakan bahwa persepsi harga yaitu sebuah kecenderungan pelanggan untuk dapat menggunakan harga saat memberi penilaian mengenai kecukupan manfaat produk. Adapun keluhan mengenai persepsi harga layanan First Media yaitu harga yang terus naik namun tidak sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan oleh pihak First media. Hal ini yang menjadikan tingkat kepercayaan pelanggan menjadi menurun yang disebabkan oleh penurunan tingkat kepuasan pelanggan First Media. Kristianti dan Rivai, (2018) berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa semakin baik tingkat kualitas pelayanan dan persepsi harga maka dalam hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam hal ini dapat diartikan bahwa apabila kualitas pelayanan yang diberikan sebanding dengan harga yang ditetapkan maka hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan yang akan menciptakan sebuah manfaat bagi perusahaan, manfaat ini dapat dikatakan apabila pelanggan merasa puas maka akan timbul adanya dampak kesetiaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan dapat tercipta apabila harapan pelanggan sesuai dengan apa yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan tersebut. Menurut Andalusi, (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah dibandingkan dengan harapan dari pelanggan tersebut, apabila pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa, besar kemungkinan akan menjadi pelanggan yang setia dengan tumbuhnya rasa loyalitas terhadap produk atau jasa yang diberikan. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa sebuah kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi sebuah loyalitas pelanggan karena pelanggan akan merasa puas yang disebabkan oleh rasa terpenuhi dan senang terhadap produk yang diberikan sehingga hal ini dapat menggiring pelanggan untuk dapat melakukan pembelian secara berulang, setia atau loyal terhadap perusahaan. Menurut Kurniasih, (2012) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan tingkat pelayanan yang diberikan dan pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memiliki keunggulan namun dengan harga yang relatif lebih terjangkau.

Dalam hal ini kepuasan pada pelanggan akan dapat dicapai dengan memberikan sebuah kualitas layanan yang optimal dan harga yang terjangkau dan sesuai dengan harapan pelanggan. Harga dan layanan yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh pelanggan akan menciptakan sebuah kepuasan bagi pelanggan, sebaliknya apabila layanan dan harga yang diterima oleh pelanggan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan maka hal ini akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Namun apabila harga yang tinggi diwujudkan dengan layanan yang sepadan akan menciptakan sebuah kepuasan bagi pelanggan tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Kristianti, (2018) yang mengungkapkan bahwa harga produk atau layanan jasa harus diikuti dengan kualitas yang baik, harga yang tinggi akan menyebabkan penurunan permintaan, pelanggan akan bergantung pada harga sebagai indikator kepuasan pelanggan, karena pelanggan berasumsi bahwa semakin tinggi harga maka semakin tinggi pula kualitasnya.

Dikalangan masyarakat pengguna provider internet, kualitas layanan dan harga merupakan suatu hal yang penting yang akan mempengaruhi sebuah pembelian suatu produk layanan yang ditawarkan perusahaan. Pada dasarnya pelanggan tidak ingin dirugikan atas kualitas yang mereka terima, pelanggan akan mencari jasa layanan provider internet yang memiliki harga dan kualitas layanan yang baik. Tak terkecuali pada pembelian produk First Media di wilayah Sidoarjo.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu penyangga ibu kota provinsi Jawa Timur, Sidoarjo merupakan daerah yang berkembang sangat pesat.

Perkembangan tersebut dapat dicapai dengan berbagai peluang di bidang industri, pariwisata, perdagangan, usaha kecil menengah dapat dikemas dengan baik. Dengan berbagai dukungan dan berbagai potensi yang dimiliki, kawasan Sidoarjo dapat menjadi salah satu kawasan wilayah strategis pengembangan ekonomi daerah. Sebagai salah satu wilayah di Jawa Timur yang terus mengalami perkembangan semakin pesat tentunya Sidoarjo menjadi salah satu potensi dari keberadaan teknologi internet yang semakin berkembang. Tentunya dalam hal ini banyak masyarakat memerlukan sebuah layanan jasa internet untuk mendukung aktivitas kesehariannya. Dalam hal ini penulis melakukan pra survey penelitian terhadap layanan jasa internet provider First Media di wilayah Sidoarjo, untuk dapat mendukung data penelitian lebih dalam.

Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Pelanggan Jasa Internet Provider First Media Di Sidoarjo.

No	Keterangan	Respon		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1.	Layanan sesuai dengan yang dijanjikan.	10/ (47,6%)	11/ (52,4%)	21
2.	Harga sesuai dengan layanan yang didapatkan.	4/ (19%)	17/ (81%)	21
3.	Layanan yang diberikan memberikan kepuasan.	4/ (19%)	17/ (81%)	21

Sumber: Data Primer, (Kuesioner Survey)

Dalam hal ini penulis juga melakukan pra survey mengenai tingkat kepuasan pelanggan First Media di Kota Sidoarjo. Hasil menunjukkan bahwa terdapat 21 responden terkait pernyataan yang diajukan oleh penulis yaitu mengenai pengaruh tingkat kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan terhadap layanan First Media. Tingkat kesesuaian pelayanan yang dirasakan oleh pengguna mencapai 51,4% ketidaksesuaian layanan yang diberikan oleh First Media, adapun faktor penyebab ketidaksesuaian pelayanan yang dirasakan

pelanggan terhadap layanan yang diberikan yaitu pengaduan kendala layanan yang dikeluhkan pelanggan sangat lama dalam menangani kendala pelanggan, internet yang diberikan sering mengalami kendala seperti koneksi yang lemot sehingga hal ini menjadikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh faktor kualitas layanan mengalami penurunan. Harga yang dirasakan oleh pelanggan terhadap First Media mencapai 81%. pelanggan yang mengeluhkan harga yang tidak sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan, seperti halnya internet yang terus naik setiap bulannya tanpa adanya informasi kenaikan, hal ini menjadikan sebuah penurunan tingkat kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh ketidaksesuaian harga terhadap kualitas layanan yang didapatkan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan 81% pelanggan yang merasa tidak puas dengan keseluruhan layanan yang diberikan oleh First Media, kepuasan pelanggan yang menurun dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor diantaranya pelanggan sering mengeluhkan kepada salah satu media *call center @firstmediacares* perihal ketidaksesuaian antara kualitas yang didapat dengan harga yang tiap bulan naik dan tidak adanya informasi kenaikan harga dari pihak First Media.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FIRST MEDIA DI SIDOARJO UTARA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan First Media di Sidoarjo Utara ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan First Media di Sidoarjo Utara ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena dan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan First Media di Sidoarjo Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan First Media di Sidoarjo Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadi pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan tingkat loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan persepsi harga. Agar pelanggan atau konsumen merasa puas dengan kualitas layanan dan harga yang diberikan oleh perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai kajian serta referensi bagi peneliti lain dalam melakukan dan mengembangkan penelitian lebih lanjut.