

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi kontributor utama dalam mendorong transformasi berbagai aspek kehidupan masyarakat modern. Di era digital saat ini, koneksi internet tidak lagi dianggap sebagai fasilitas tambahan, melainkan telah bergeser menjadi kebutuhan esensial yang menopang aktivitas harian individu, institusi, hingga pemerintahan (Sumargono, 2021). Mulai dari proses pembelajaran, aktivitas pekerjaan, hingga kebutuhan hiburan, semuanya menuntut kestabilan dan kecepatan konektivitas digital.

Meningkatnya ketergantungan pada internet turut mendorong urgensi ketersediaan layanan penyedia jaringan yang andal dan berkualitas di Indonesia. IndiHome yang dikelola oleh PT Telkom Indonesia menempati posisi dominan sebagai penyedia layanan internet berbasis fiber optik.

IndiHome dalam beberapa tahun terakhir ini memiliki distribusi layanan yang semakin meluas, seiring dengan upaya Telkom untuk menjangkau pengguna hingga ke pelosok daerah. Dominasi pasar yang dimiliki IndiHome tidak serta-merta mencerminkan keberhasilan dalam pemenuhan ekspektasi pelanggan. Seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna, muncul pula peningkatan volume keluhan terkait harga produk maupun kualitas pelayanan yang disediakan. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan antara persepsi masyarakat terhadap harga yang kompetitif dengan pengalaman nyata dalam menikmati layanan serta respon

pelayanan pelanggan yang belum optimal.

Menurut Aditia dan Suhaji (2012) dalam Tamrin et al. (2024), persepsi harga merupakan cerminan dari nilai yang dirasakan konsumen. Apabila suatu produk memiliki harga yang rendah, konsumen dapat menilai bahwa kualitas produk tersebut juga rendah. Namun terdapat pula konsumen yang justru merasa puas ketika memperoleh produk dengan kualitas setara tetapi ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau. Dalam konteks layanan internet, harga produk menggambarkan besarnya biaya langganan bulanan yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan akses internet dengan kecepatan tertentu dan fasilitas pendukung lainnya.

Kecepatan	Harga per Bulan	Biaya Pasang	Ideal untuk
50 Mbps	Rp230.000	Rp150.000	3-5 perangkat
75 Mbps	Rp250.000	Rp150.000	5-7 perangkat
150 Mbps	Rp325.000	Rp150.000	10-15 perangkat
200 Mbps	Rp490.000	Rp150.000	15-20 perangkat

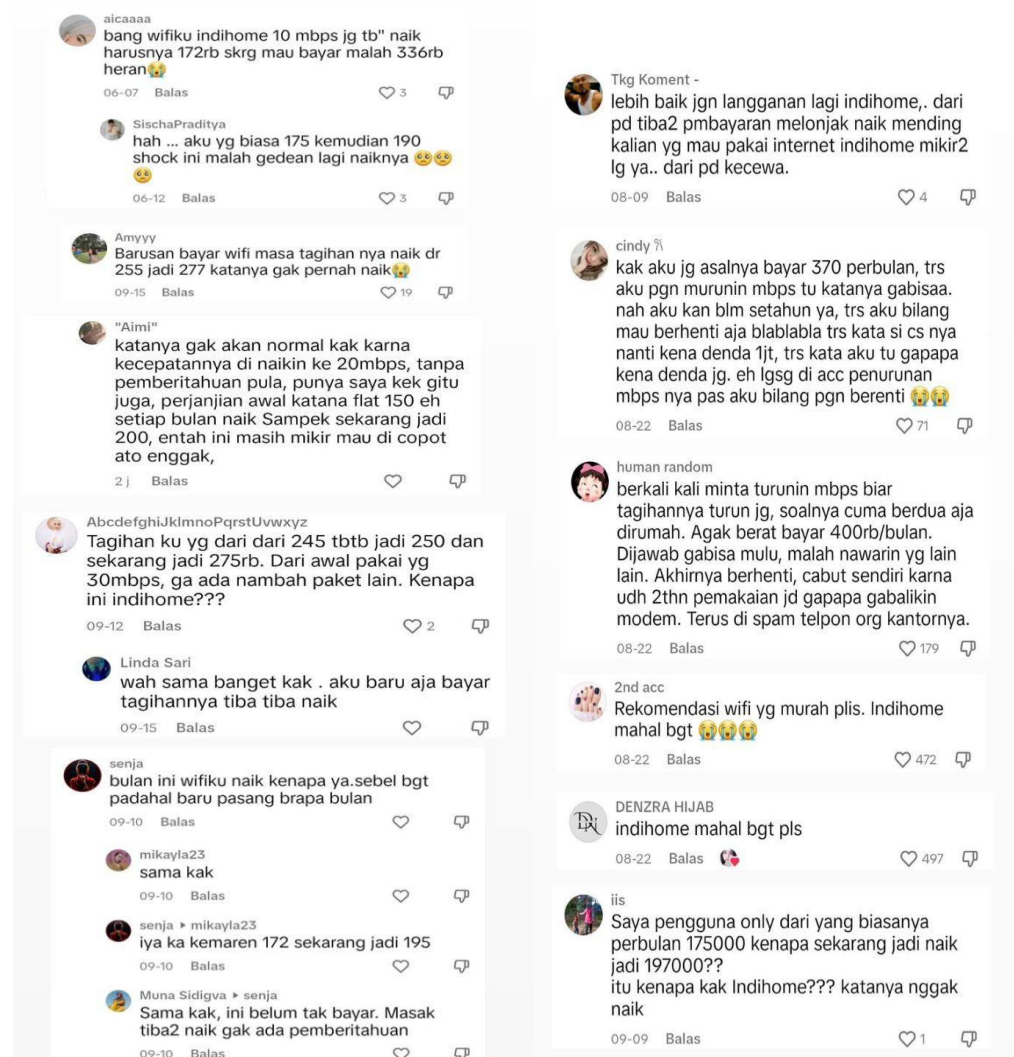
Gambar 1. 1 Harga Paket Internet IndiHome

Sumber: <https://indihomeofficial.id/paket-indihome/>

Berdasarkan informasi yang ditampilkan pada gambar dari website resmi IndiHome, paket Internet Only IndiHome menawarkan beberapa pilihan kecepatan dengan harga yang berbeda, yaitu 50 Mbps seharga Rp230.000 per bulan, 75 Mbps Rp250.000 per bulan, 150 Mbps Rp325.000 per bulan, dan 200 Mbps Rp490.000 per bulan, masing-masing dengan biaya pasang baru Rp150.000. Setiap

paket juga disertai rekomendasi jumlah perangkat agar pelanggan dapat menyesuaikan kebutuhan penggunaan internet mereka.

IndiHome sebagai salah satu penyedia layanan internet terbesar di Indonesia, sering kali mendapat keluhan dari pelanggan terkait masalah tarif harga, beberapa pengguna menilai harga langganan tergolong mahal, dan tidak jarang terjadi kenaikan biaya secara tiba-tiba yang dianggap tidak sesuai dengan informasi awal yang disampaikan oleh pihak IndiHome.



Gambar 1. 2 Ulasan Harga IndiHome pada Aplikasi TikTok
Sumber: TikTok

Berdasarkan tangkapan layar dari komentar pengguna IndiHome di media sosial (TikTok), terlihat adanya keluhan yang cukup banyak terkait kenaikan harga langganan internet yang dianggap tidak sesuai dengan informasi awal yang diberikan oleh pihak IndiHome. Beberapa pelanggan menyebutkan bahwa tagihan bulanan mereka naik secara tiba-tiba, misalnya dari Rp172.000 menjadi Rp336.000, dari Rp175.000 menjadi Rp190.000, bahkan hingga Rp277.000 tanpa ada pemberitahuan sebelumnya. Kenaikan ini membuat pelanggan merasa heran dan kecewa karena mereka menganggap tidak ada tambahan layanan ataupun peningkatan kualitas yang signifikan.

Selain itu, beberapa pelanggan juga mengeluhkan kurangnya transparansi dari pihak IndiHome. Misalnya, ada pelanggan yang menyebutkan kecepatan internet dinaikkan (dari 10 Mbps ke 20 Mbps) tanpa pemberitahuan, namun otomatis menyebabkan biaya berlangganan ikut naik. Hal ini menimbulkan kesan bahwa kebijakan harga tidak diinformasikan secara terbuka dan menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan.

Keluhan lain menunjukkan adanya kendala dalam penyesuaian paket layanan. Beberapa pengguna yang berusaha menurunkan kecepatan (Mbps) agar biaya lebih murah, justru mengalami kesulitan karena pihak IndiHome menolak atau memberi syarat yang memberatkan, seperti denda Rp1.000.000 apabila berhenti sebelum kontrak satu tahun. Akibatnya, pelanggan merasa tidak memiliki fleksibilitas dalam memilih atau menyesuaikan layanan dengan kemampuan finansial mereka.

Sebagian pelanggan bahkan menyatakan keinginan untuk berhenti berlangganan, dengan alasan harga yang semakin mahal dan layanan yang tidak sepadan. Ungkapan seperti “lebih baik jangan langganan lagi”, “IndiHome mahal banget”, dan “mending cari wifi lain” menunjukkan adanya penurunan tingkat kepuasan pelanggan terhadap IndiHome akibat kebijakan harga yang dirasa tidak adil dan memberatkan.



Gambar 1. 3 Ulasan IndiHome pada Aplikasi Twitter (X)
Sumber: Twitter (X)

Begitupun juga pada unggahan pengguna di platform media sosial Twitter, tampak beberapa pelanggan menyampaikan keluhan terkait kenaikan harga layanan IndiHome yang terjadi secara tiba-tiba tanpa pemberitahuan sebelumnya.

Pelanggan merasa keberatan karena biaya tagihan meningkat tanpa penjelasan yang jelas, sementara kualitas layanan dianggap tidak mengalami peningkatan.

Tidak hanya pada aspek harga, kualitas pelayanan pun menjadi sumber ketidakpuasan lainnya. Dalam konteks manajemen layanan, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai kombinasi atribut yang mencerminkan kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan, baik yang secara eksplisit diutarakan maupun yang secara implisit diasumsikan (Kotler & Keller, 2022).

Secara umum, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, perhatian, dan bukti fisik yang mencerminkan profesionalitas perusahaan. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya menunjukkan konsistensi perusahaan dalam memberikan jasa yang baik, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan kepuasan, membangun kepercayaan, serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

Customer Reviews
 ★★★★★
 Based on 506 reviews
 Write a review

Rating	Percentage	Count
★★★★★	4%	(20)
★★★★☆	2%	(9)
★★★☆☆	5%	(25)
★★☆☆☆	1%	(7)
★☆☆☆☆	88%	(445)

Most Recent ▾

A ★★★★★ 11/10/2025
Anonymous
Indihome sangat jelek
 Terjadi kerusakan sistem tgl 6 nopember 2025
 Sudah melakukan telpon ke 188 sebanyak 4x (tgl 6,7,8,9) tidak ada perbaikan sama sekali
 Jawaban CS selalu template
 Petugas lapangan tidak mau memberikan kabar dengan jelas dan sangat susah dihubungi
 Payah sekali
 Membuat pelanggan menunggu tanpa kabar yang jelas
 Sangat buruk
 Info di WA akan segera ditangani tp tiba2 petugas lapangan tidak ada kabar

A ★★★★★ 11/04/2025
Anonymous
JARINGAN LEMOT
 udah 4 hari jaringan kek 📶 di chat ga di respon di telpon suruh hubungi operator mulu tapi kaga di respon mulu, mana harga makin naekkkkk muluuuu, 4 hari lohhhhhh merah mulu kaga bisa dipake, sialan

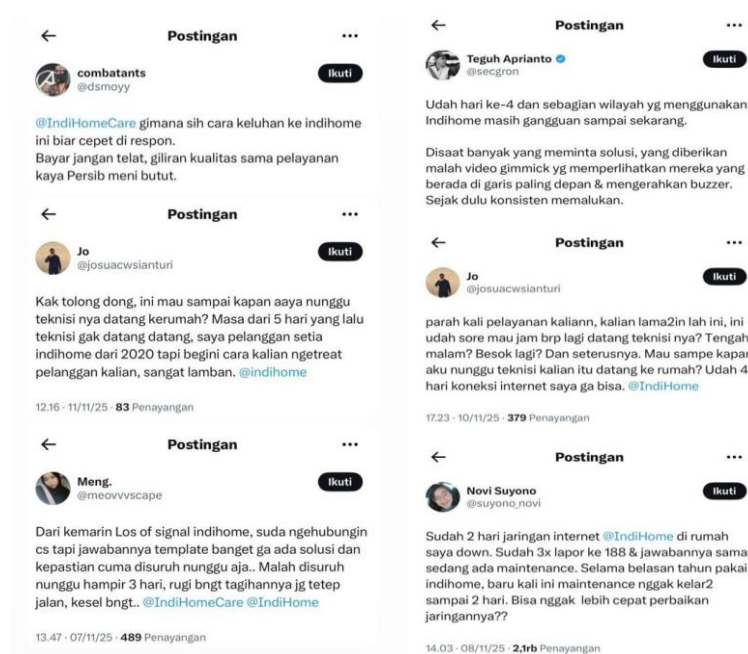
F ★★★★★ 11/06/2025
Fio
Jelek sekali
 Udah 2 hari gk ada bisa tp tetap aja gk kasih solusi sama sekali telf aja gk bisa di chat di IG aja bilangny cuma bisa maaf maaf aja kapok pakek indihome gk ada guna sama sekali karena ini sudah keterlulan dim seminggu sudah 2x mati

B ★★★★★ 09/21/2025
Blessed abundant
Semua telepon tidak merespon dari 188 dan cs lainnya
 Bye Indihome forever

Gambar 1. 4 Penilaian Pelanggan terhadap Pelayanan IndiHome
 Sumber: <https://101internet.id/products/review-indihome>

Selain itu, ulasan pada platform *customers review* 101internet.id terlihat bahwa mayoritas pengguna IndiHome memberikan penilaian yang rendah terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Dari total 506 ulasan, sebanyak 88% pelanggan memberikan rating satu bintang, menunjukkan tingkat ketidakpuasan yang sangat tinggi terhadap layanan IndiHome.

Beberapa pelanggan mengeluhkan respon yang lambat dari pihak customer service meskipun sudah melakukan pelaporan berulang kali. Mereka menyoroti bahwa keluhan yang disampaikan melalui telepon maupun pesan tidak segera ditindaklanjuti, dan petugas lapangan tidak memberikan informasi yang jelas mengenai proses perbaikan.



Gambar 1. 5 Ulasan Pelayanan IndiHome pada Aplikasi Twitter (X)

Sumber: Twitter (X)

Ulasan-ulasan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang lambat, komunikasi yang tidak efektif, dan kurangnya kejelasan informasi dari pihak

IndiHome menjadi faktor utama yang menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa diabaikan karena tidak mendapatkan tanggapan atau tindak lanjut yang cepat atas keluhan mereka.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga yang dipandang tidak sebanding dengan kualitas pelayanan yang diterima menimbulkan ketidakpuasan dalam pengalaman penggunaan layanan IndiHome. Jika hal ini tidak segera diatasi, jumlah pelanggan aktif bisa berkurang, yang kemudian berpotensi memberikan dampak negatif pada pendapatan perusahaan dalam jangka panjang.

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index IndiHome Tahun 2020-2024

Tahun	Top Brand Index
2020	36.7%
2021	34.6%
2022	33.8%
2023	40.2%
2024	35.2%

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh TBI sepanjang periode 2020 hingga 2024, terjadi tren penurunan jumlah pengguna layanan IndiHome dalam empat dari lima tahun terakhir. Penurunan ini mencerminkan adanya pergeseran preferensi konsumen, yang mengindikasikan adanya ketidakpuasan terhadap layanan yang diterima. Pada tahun 2020, Top Brand Index IndiHome berada pada angka 36,7%, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi 34,6%, dan kembali menurun pada tahun 2022 menjadi 33,8%. Meskipun pada tahun 2023 indeks meningkat cukup signifikan menjadi 40,2%, hal ini tidak bertahan lama karena pada tahun 2024 kembali menurun menjadi 35,2%. Penurunan di tahun 2024

ini menunjukkan bahwa meskipun sempat ada perbaikan, konsistensi dalam menjaga kualitas pelayanan dan kesesuaian harga masih menjadi tantangan bagi IndiHome dalam mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggannya.

Dalam konteks pemasaran, kepuasan pelanggan dipahami sebagai evaluasi emosional yang timbul setelah konsumen membandingkan ekspektasi dengan pengalaman nyata yang diperoleh dari produk atau layanan. Kepuasan ini merupakan hasil dari penilaian menyeluruh atas interaksi pelanggan dengan layanan yang diberikan perusahaan, mencakup seberapa baik layanan memenuhi harapan yang terbentuk sebelumnya (Kotler & Keller, 2022).

Pencapaian kepuasan pelanggan memberikan dampak signifikan bagi keberlangsungan bisnis, seperti terbentuknya loyalitas, meningkatnya intensi pembelian ulang, dan penyebaran rekomendasi positif yang dilakukan secara sukarela oleh pelanggan (Arliyah & Vania, 2025). Dalam konteks layanan internet, situasi sebaliknya terjadi ketika pelanggan mengalami ketidakpuasan, yang seringkali berujung pada pengalihan ke penyedia lain (Sugiono, 2021).

Wilayah yang menjadi perhatian utama dalam isu ini adalah Surabaya, sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia. Kota ini dikenal dengan tingkat urbanisasi yang tinggi, padatnya aktivitas ekonomi, serta gaya hidup masyarakat yang semakin kritis terhadap penetapan harga produk dan kualitas pelayanan yang mereka terima.

Berdasarkan uraian dan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti tertarik serta memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

IndiHome di Surabaya.”

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang dikonstruksikan di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini menyajikan gambaran konkret bagi pihak manajemen IndiHome mengenai kondisi kepuasan pelanggan di Surabaya. Dimana penelitian ini akan memberikan data yang dapat dijadikan dasar untuk meningkatkan kualitas layanan, baik dari sisi penentuan harga maupun pelayanan pelanggan, serta memberikan masukan dalam perencanaan strategi peningkatan layanan agar lebih tepat sasaran dan sesuai kebutuhan pelanggan.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian tentang manajemen layanan dan kepuasan pelanggan di sektor telekomunikasi, serta memberikan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan model serupa di kota atau provider berbeda.