

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Komunikasi adalah suatu proses atau kegiatan dalam penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain untuk memberikan ataupun mencapai suatu tujuan tertentu. Komunikasi merupakan prasyarat kehidupan seorang manusia, kehidupan manusia akan terasa hampa bila tidak adanya komunikasi antar manusia. Pada masa ini Indonesia sedang memasuki era dimana masyarakat mendapatkan informasi dan perkembangan secara langsung melalui teknologi informasi dan komunikasi, khususnya pada bidang industri telekomunikasi. Perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia sendiri banyak didukung oleh banyak faktor yang membuat perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia cukup berkembang secara pesat seperti pergeseran dari penggunaan telepon kabel yang menjadi penggunaan telepon seluler yang juga terdapat penggunaan internet, hal ini membuktikan bahwa perkembangan telekomunikasi di Indonesia sangat mengikuti perkembangan jaman. Indonesia merupakan negara ke-8 dengan tingkat penggunaan internet yang cukup tinggi, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia sangat terbuka terhadap

informasi dan juga menerima perkembangan teknologi yang cukup pesat perkembangannya saat ini.

Telepon seluler juga memiliki perkembangan secara pesat mulai dari macam-macamnya sampai dengan kecanggihannya yang beragam fungsi dan kegunaannya, hal ini menunjukkan bahwa Indonesia juga mengikuti perkembangan telepon seluler yang juga mengalami perkembangan. Persentasi kepemilikan telepon seluler masyarakat Indonesia juga terus meningkat persentasenya, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, pada tahun 2018 Indonesia mencapai angka 62,41 persen. Pertumbuhan ini juga diikuti oleh pertumbuhan kepemilikan komputer yang mencapai angka 20,05 persen sedangkan untuk kepemilikan akses internet dalam rumah tangga mencapai angka 66,22 persen. Penggunaan internet terus meningkat selama 2014 sampai dengan 2018, hal ini ditunjukkan dari meningkatnya persentase masyarakat yang mengakses internet pada tahun 2014 dari 17,14 persen sampai dengan 39,90 persen pada tahun 2018. Faktor faktor ini yang menjadikan perusahaan telekomunikasi yang berada di Indonesia untuk terus bersaing dalam menawarkan produk yang mereka miliki serta memberikan pelayanan terbaik untuk dapat terus memuaskan pelanggan dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia.

Pada era globalisasi ini memberikan dampak yang besar bagi pertumbuhan bisnis jasa telekomunikasi yang ada di Indonesia, sehingga membuka secara luas pasar yang ada dan peluang yang ada menjadi semakin luas dan kuat, hal ini diikuti oleh perkembangan dari berbagai macam jenis perusahaan jaringan telekomunikasi yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah PT Telkomsel. Banyak hal yang dilakukan perusahaan-perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia karena perusahaan tersebut dituntut untuk dapat melakukan berbagai macam upaya agar konsumen atau para pengguna jasa telekomunikasi dari perusahaan tersebut tetap bertahan dan loyal. Perusahaan telekomunikasi harus mengembangkan hubungan dan memberikan pelayanan yang terbaik dan bersifat jangka panjang terhadap masyarakat yang berguna untuk mempengaruhi kesuksesan dalam pemasaran produk atau manfaat yang di tawarkan oleh perusahaan tersebut. Di Indonesia sendiri tidak jarang perusahaan telekomunikasi yang mengesampingkan pelayanan terhadap konsumennya tetapi hanya mementingkan keuntungan perusahaan, disisi lain ketika suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya maka akan timbul peluang bagi konsumen tersebut untuk tidak berpaling kepada perusahaan pesaing.

Kartu operator Telkomsel di Bandar Lampung merupakan operator jaringan telekomunikasi terbesar di Bandar Lampung. Tingkat kapasitas penggunaan jaringan operator Telkomsel di Bandar Lampung mencapai 49,94

persen dan juga menjangkau 99 persen dari populasi masyarakat di Bandar Lampung. Pada tahun 2016 pengguna kartu operator Telkomsel di Bandar Lampung mencapai 2.5 juta pengguna setelah mengalami kenaikan yang cukup signifikan pengguna kartu operator Telkomsel di Bandar Lampung pada tahun 2020 mencapai 4.7 juta pelanggan. Telkomsel juga memberikan dukungan kepada pemerintah untuk membantu kebutuhan kuota bagi pelajar dan tenaga pendidik sehingga tidak adanya permasalahan yang dihadapi oleh pengajar atau siswa atau mahasiswa terutama dalam kondisi Covid – 19. Telkomsel juga menyediakan tim khusus untuk dapat menangani quality monitoring dan quality improvement di Bandar Lampung guna meningkatkan kualitas pelayanan sehingga terjadinya loyalitas Konsumen di Bandar Lampung.

Banyaknya perusahaan telekomunikasi di Indonesia seperti XL, Telkomsel, Indosat, dan masih banyak lagi, tetapi telekomunikasi terbesar di Indonesia adalah PT. Telkomsel. Hal ini dibuktikan berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang dilakukan pada tahun 2016, PT. Telkomsel memegang kepemimpinan atas industri telekomunikasi dalam negeri yang memiliki konsumen sebanyak 157,4 juta. Angka tersebut berbeda sangat jauh atas kompetitornya yang berada di Indonesia seperti Indosat yang memiliki konsumen sebanyak 85 juta dan berada di tingkat kedua dalam industri telekomunikasi dalam negeri, sedangkan XL sendiri berada di tingkatan ketiga dalam industri telekomunikasi dalam negeri

karena XL hanya memiliki 44 juta konsumen. Oleh karena itu, PT. Telkomsel dapat dengan mudah menjadi pilihan utama bagi konsumen baru dan banyak konsumen yang loyal terhadap PT. Telkomsel.

PT. Telkomsel sendiri menerapkan strategi hubungan marketing / relationship marketing yang secara pasti ditetapkan pada gerai-gerai GraPARI dan call center yang dimiliki oleh perusahaan PT. Telkomsel. Di sisi lain PT. Telkomsel juga memiliki tujuan dari penerapan strategi tersebut adalah untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan pelayanan dari Telkomsel serta efisiensi waktu pelayanan yang diberikan oleh Telkomsel. Pada sisi lain, Telkomsel juga banyak menawarkan berbagai bentuk promosi seperti Telkomsel Poin, yang dimana poin poin ini dapat digunakan konsumen untuk melakukan pembayaran sebagai reward yang diberikan oleh Telkomsel sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut, contohnya seperti diskon berbelanja, diskon di aplikasi MyTelkomsel sampai dengan diskon di restoran tertentu, ataupun dapat ditukarkan dengan tiket nonton film secara gratis di XXI atau 21 dan masih banyak keunggulan lainnya.

Terdapat beberapa faktor yang menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama di Indonesia saat ini, seperti menjadi salah satu industri telekomunikasi terbesar dan terbanyak konsumennya di Indonesia, yang kedua adalah terdapat layanan dan promo-promo menarik yang diberikan oleh Telkomsel untuk memberikan kepuasan secara lebih dari industri telekomunikasi lainnya. Pada

Tahun 2020 Telkomsel menaikkan kapasitas jaringan sebesar 49.94 persen di provinsi Lampung, hal ini dikarenakan terus adanya kenaikan pengguna kartu operator Telkomsel di Bandar Lampung.

Kartu operator Telkomsel memberikan penawaran harga mulai dari Rp68.000 untuk 30 hari dengan kuota internet 7 GB, sedangkan kartu operator lainnya seperti XL dengan kuota internet 8 GB memberikan berkisar dari Rp50.000. walaupun XL memiliki tarif yang lebih rendah dari Telkomsel, tetapi Telkomsel tetap menjadi pilihan bagi penggunanya di Bandar Lampung, hal ini disebabkan karena jaringan Telkomsel jauh lebih stabil dibandingkan provider lainnya dan juga terdapat pelayanan yang sangat baik dari Telkomsel di Bandar Lampung dibandingkan dengan Provider lainnya seperti adanya Grapari Telkomsel yang melayani para konsumennya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dibuat suatu perumusan masalah adalah :

1. Apakah kualitas produk dapat memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah harga yang ditawarkan saat ini mampu memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan dapat memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dari produk yang ditawarkan oleh operator Telkomsel di Bandar Lampung
2. Menganalisis pengaruh dari harga terhadap kepuasan pelanggan dari produk yang ditawarkan oleh operator Telkomsel di Bandar Lampung
3. Menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari produk yang ditawarkan oleh operator Telkomsel di Bandar Lampung
4. Menganalisis pengaruh dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari produk yang ditawarkan oleh operator Telkomsel di Bandar Lampung

1.4 Manfaat penelitian

Peneliti berharap memiliki manfaat secara teoritis dan efisien sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat teoritis

Peneliti berharap dapat memberikan informasi ilmu pengetahuan kepada bidang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan loyalitas konsumen yang dapat dipengaruhi oleh citra suatu perusahaan dan

hubungan pemasaran yang baik. Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu kesenjangan yang ada dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

1.4.2 Manfaat praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pengaruh baik bagi perusahaan industri telekomunikasi di Indonesia khususnya PT Telkomsel Indonesia untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik bagi konsumennya dalam menekankan dan memperhatikan aspek citra perusahaan dan strategi hubungan pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh banyak orang untuk menambah pengetahuan tentang citra perusahaan, hubungan marketing, dan kualitas pelayanan untuk diterapkan dikemudian hari. Selain itu, penelitian juga dapat bisa digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa ataupun masyarakat umum yang ingin mengetahui pentingnya faktor-faktor pendukung loyalitas konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir dibagi menjadid 5 bagian yaitu:

Tabel 1.1 : Sistematika Penulisan

Bagian	Penjelasan
Bab I Pendahuluan	Pada Bab I penulis akan menjelaskan latar belakang perusahaan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat Praktis) dan sistematika penulisan.
Bab II Landasan Teori	Pada Bab II penulis akan menjelaskan tentang deskripsi permasalahan dan target yang akan dituju oleh penulis berdasarkan dari teknik identifikasi masalah yang digunakan. Dalam mengidentifikasi masalah tersebut, penulis melakukan riset berupa kuisisioner kepada pihak pihak terkait serta menjelaskan model penelitian yang digunakan oleh penulis.

<p>Bab III</p> <p>Metode Penelitian</p>	<p>Pada Bab III penulis akan menjelaskan mengenai analisis terhadap metode penelitian yang digunakan oleh penulis dan menjelaskan mengenai analisis pendekatan secara konseptual. Pendekatan yang dilakukan berdasarkan dari teori yang digunakan penulis untuk merealisasikan target perbaikan yang sudah di bentuk sehingga dapat menghubungkan hasil uji dengan teori yang digunakan oleh penulis</p>
<p>Bab IV</p> <p>Analisis</p>	<p>Pada Bab IV, penulis akan menjelaskan hasil dari pengolahan data yang di teliti dan disertai dengan pembahasan, serta interpretasi yang dilampiri hasil dari penelitian</p>
<p>Bab V</p> <p>Saran dan Solusi</p>	<p>Pada Bab V, penulis akan menjelaskan kesimpulan akhir dari penelitian yang dilaksanakan, pembahasan dan juga saran untuk perusahaan ataupun peneliti yang akan meneliti lebih lanjut.</p>

Sumber : Format Sistematika Penulisan