

BAB I

PENDAHULUAN

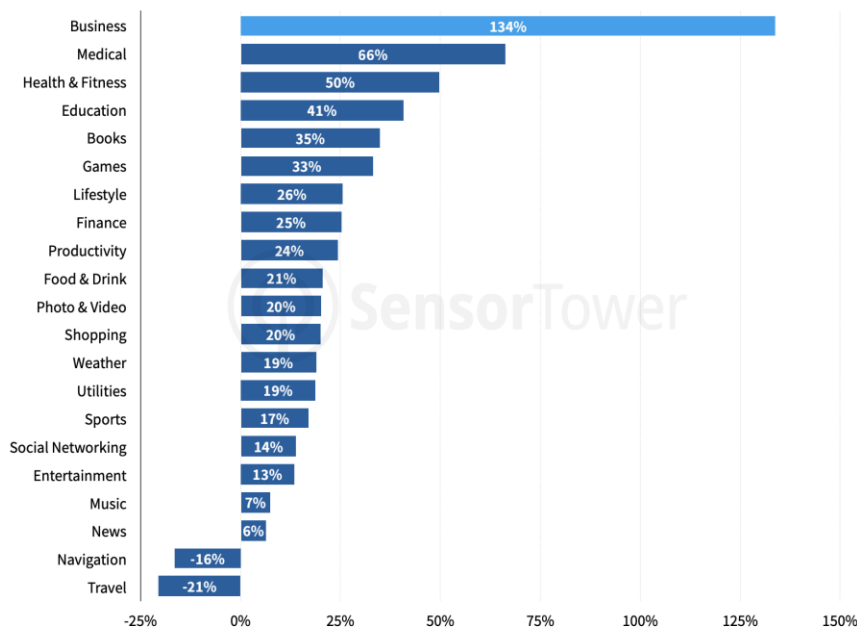
1.1. Latar Belakang

Adanya kemajuan computer, teknologi, serta telekomunikasi yang terus berubah dan berkembang begitu cepat menjadi satu hal yang tidak dapat dipungkiri. Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) ini membawa dampak yang konkret bagi masyarakat, ekonomi, dan lingkungan, dimana adanya adopsi terhadap perkembangan TIK telah mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan pembangunan sosial (Torkayesh & Torkayesh, 2021). Pertumbuhan ekonomi dapat didorong oleh perkembangan TIK melalui mengurangi biaya transaksi, serta mendorong terjadinya efisiensi pasar (Haftu, 2019). TIK juga muncul sebagai kekuatan globalisasi dengan potensi untuk membentuk masa depan dengan menghilangkan batas-batas geografis, memungkinkan terjadinya pertukaran budaya, dan mempengaruhi kegiatan ekonomi dan perdagangan global (Ahmed et al., 2021). Taraf hidup masyarakat pun ikut ditingkatkan melalui peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan, serta memfasilitasi terciptanya pengetahuan (Haftu, 2019).

Perkembangan TIK sendiri telah merevolusi dunia dan mempengaruhi setiap aspek kehidupan, termasuk bisnis, pendidikan, lingkungan, dan kegiatan sosial dalam beberapa dekade terakhir. Dengan berbagai perkembangan TIK saat ini, muncul berbagai jenis teknologi baru dimana salah satunya adalah teknologi komunikasi yang memungkinkan semua penggunanya dapat terhubung satu sama lain (Puspitawati et al., 2021). Selama masa pandemi Covid-19, masyarakat diharuskan untuk melakukan adopsi terhadap rutinitas dan teknologi baru agar dapat melakukan tugas kolaboratif secara bersama ketika masing-masing anggota tim bekerja secara

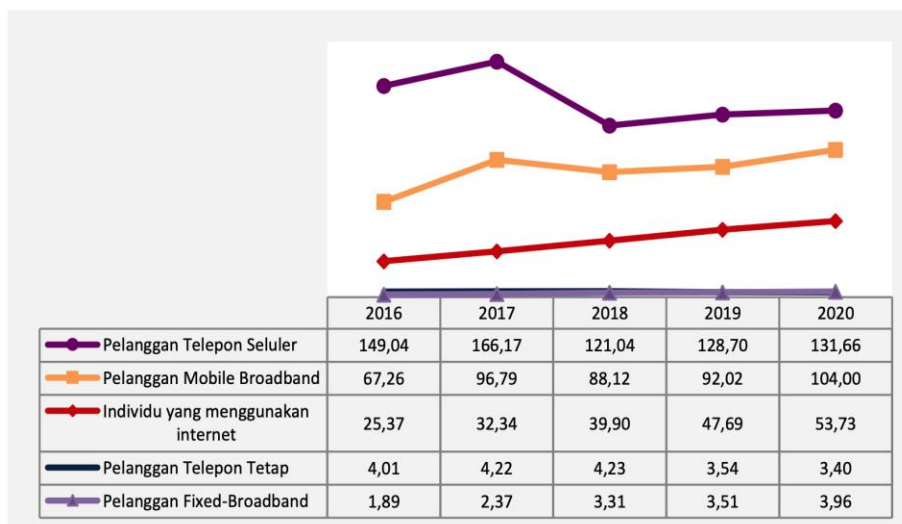
terpisah dari rumah mereka (Grözinger et al., 2020). Kegiatan ini pun hanya dapat dimungkinkan dengan adanya pemanfaatan teknologi komunikasi untuk saling terhubung satu sama lain.

Dalam sebuah laporan, Sensor Tower (2020) mengungkapkan bahwa aplikasi bisnis berbasis *video conference* seperti Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, WhatsApp Business, serta Cisco Webex Meetings menjadi kategori aplikasi yang paling banyak diunduh secara global dibandingkan kategori lainnya. Jumlah tersebut mengalami pertumbuhan sebesar 134% pada tahun 2020 sejalan dengan meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap aplikasi teknologi komunikasi yang dapat membantu mereka untuk bekerja dan terhubung dari rumah. Artikel yang ditulis oleh Lidwina (2021) lebih lanjut mengungkapkan bahwa aplikasi Zoom adalah aplikasi dengan unduhan terbanyak dalam kategori bisnis, dengan jumlah unduhan sebesar 681 juta kali, diikuti oleh Google Meet (331 juta kali) dan Microsoft Teams (200 juta kali).



Gambar 1.1: Pertumbuhan Jumlah Unduhan Aplikasi Berdasarkan Kategori 2020
Sumber: Sensor Tower (2020)

Untuk negara Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS) mengeluarkan data yang mengungkapkan bahwa perkembangan TIK di Indonesia memiliki pertumbuhan yang cenderung positif secara keseluruhan. Dalam laporan tersebut dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah pelanggan *mobile broadband*, individu yang menggunakan internet, serta pelanggan *fixed-broadband* di setiap tahunnya. Badan Pusat Statistik (2021) menjelaskan bahwa meningkatnya angka pengguna internet baik *fixed-broadband* maupun *mobile broadband* mobile ini memperlihatkan fenomena meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat untuk menunjang aktivitas daring di masa pandemi virus korona.



Gambar 1.2: Pertumbuhan Jumlah Unduhan Aplikasi berdasarkan Kategori 2020
Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Menurut data BPS (2021) yang terdapat di Gambar 1.2, bisa diketahui bahwa kecenderungan perkembangan penetrasi internet di Indonesia adalah positif, yaitu dengan kenaikan menjadi 53,73% pada tahun 2020 dari yang semulanya 25,37% pada tahun 2016 seiring dengan berubahnya perilaku masyarakat yang lebih banyak memanfaatkan platform digital. Data disampaikan oleh Kominfo juga menyatakan bahwa terjadi peningkatan dalam penggunaan suara dan data internet sebesar 5% - 10% saat pandemi (Kominfo, 2020). Angka tersebut diprediksi

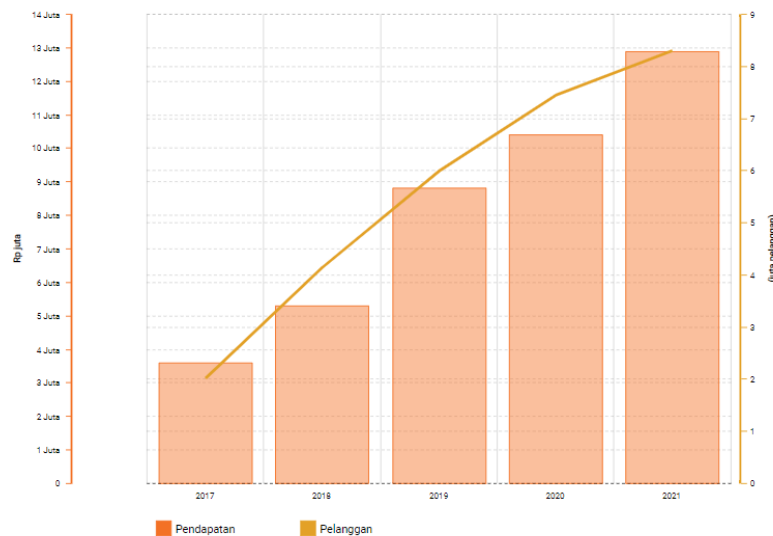
oleh Kominfo masih akan mengalami kenaikan menjadi sebesar 40% saat diberlakukannya PSBB. Selain itu, Kominfo (2021) juga mencatat bahwa kegiatan bekerja dan belajar yang dilakukan dirumah telah menyebabkan terjadinya lonjakan penggunaan platform digital sampai 433% sejalan dengan meningkatnya transaksi keuangan digital.

Pertumbuhan dalam layanan TIK tidak hanya berkaitan dengan angka pengguna serta tingkat penggunaan layanan tersebut, tetapi juga dalam hal penyelenggara jasa dalam layanan TIK. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan total penyelenggara jasa Internet meningkat sekitar 200 dalam dua tahun pandemi (Ariefana, 2022).. Kini jumlah anggota APJII telah mencapai 750 perusahaan, dan diprediksi dapat mencapai angka 1,000 dalam jangka waktu tiga tahun mendatang jika kebutuhan terhadap layanan TIK terus meningkat. Adapun beberapa perusahaan yang termasuk sebagai penyelenggara jasa internet di Indonesia adalah PT. Indosat Tbk., PT. First Media Tbk., PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk., PT. Bakrie Telecom Tbk., PT. XL Axiata Tbk., dan masih banyak lagi. Penelitian ini akan melakukan penelitian terhadap anak perusahaan dari PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk., yang menyediakan layanan internet, yaitu Indihome.

Indihome merupakan suatu perusahaan yang menawarkan layanan digital seperti internet telepon rumah, *broadband*, dan TV kabel interaktif yang memiliki berbagai pilihan paket yang dapat ditambahkan, dikustomisasi, dan dipilih sesuai kebutuhan konsumen di rumah. Indihome adalah anak perusahaan PT Telkom Indonesia Tbk yang resmi diluncurkan sejak tahun 2015 di Indonesia. Indihome merupakan proyek utama dari PT Telkom Indonesia Tbk dalam mendukung pengembangan teknologi telekomunikasi untuk melakukan digitalisasi dalam rumah masyarakat Indonesia (Purwanti, 2022). Indihome merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan

internet *broadband* dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia, hal ini dikarenakan jaringan Indihome kini tersebar di seluruh Indonesia

(Indihome, 2022). Hamdhi (2022) menyatakan bahwa saat ini Indihome telah menjangkau 10 pulau terluar di Indonesia, yaitu termasuk pulau Karimun, Kei, Bintan, Alor, Weh, Sebatik, Rote, Sabu, Nusa Penida, dan Simeulue.



Gambar 1.3 Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Indihome 2017-2021
Sumber: Kusnandar (2021)

Pada tahun 2021, Indihome mengalami lonjakan pengguna yang cukup signifikan, yaitu terdapat pertumbuhan pelanggan sebesar 11.4% pada kuartal I 2020. Hal ini menunjukkan bahwa ada penambahan jumlah pelanggan sebesar 285 ribu pelanggan yang tersebar di 496 kabupaten atau kota. Pada tahun yang sama Indihome mencatatkan peningkatan pendapatan dari layanan internet sebesar Rp. 12.88 Triliun pada kuartal I 2021, nilai tersebut tumbuh sebesar 24.2% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya. Dapat dilihat pada gambar 1.3 bahwa setiap tahunnya sejak tahun 2017 jumlah pendapatan dan pelanggan Indihome sebagai penyedia jasa internet, telepon, dan TV kabel interaktif rumah selalu mengalami peningkatan. Di tahun 2017 jumlah

pelanggan Indihome hanya sebanyak 2.02 juta dan terus bertumbuh hingga menjadi 8.3 juta pelanggan di tahun 2021 (Kusnandar, 2021).

Selama tahun 2021, Berbagai upaya telah dilakukan Indihome untuk meningkatkan pengalaman pelanggan termasuk aspek layanan yang terhubung secara digital, menjaga kualitas produk dan pelayanan dengan menyiapkan lebih dari 16 ribu teknisi untuk membantu mengatasi keluhan pelanggan (Parluhutan, 2022). Sedangkan dalam hal loyalitas pelanggan, Indihome juga melakukan berbagai inovasi seperti program *higher speed same price*, *high value customer*, dan *gamification*. Pada Kuartal I 2022, Indihome mencatatkan jumlah pelanggan sebanyak 8.9 juta dan menyatakan bahwa 8.9 juta pelanggan tersebut berasal dari 499 kota atau kabupaten di Indonesia. Berdasarkan jumlah pelanggan Indihome di Indonesia, perusahaan Indihome telah menjadi *market leader* dalam penyedia jaringan internet *broadband nasional*. Saat ini, Indihome telah menguasai lebih dari 87% pangsa pasar di Indonesia (Hamdhi, 2022).

Tentunya pandemi Covid-19 juga memiliki peran dan berkontribusi pada lonjakan jumlah pengguna Indihome selama tahun 2020-2022. Menurut CNN Indonesia, Sejak saat itu, trafik dan pengguna baru Indihome meningkat pandemi Covid-19 dimulai dan pekerja diberlakukan WFH (*work from home*), terjadi lonjakan lalu lintas data sebesar 15% dibandingkan rata-rata, dan lonjakan pengguna baru sebesar 40% di awal Pandemi virus korona berlangsung yaitu pada maret, jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya (CNN Indonesia, 2020). Hal ini dikarenakan pandemi Covid-19 mendorong maupun memaksa penduduk Indonesia untuk menjalankan berbagai kegiatan harian dalam rumah secara digital, yaitu dengan perangkat elektronik dan jaringan internet. Aktivitas-aktivitas tersebut antara lain adalah sekolah, bekerja, berbelanja, keperluan perbankan, keperluan kesehatan, pemesanan makanan dan minuman, bahkan keperluan hiburan dan rekreasi (Rizkinaswara, 2021).

Namun di tahun yang sama Global Consumer Insights 2020 yang berdasarkan survei yang dilakukan oleh bagian Retail and Consumer PwC menyatakan bahwa sebelum pandemi Covid-19 terjadi 65% pelanggan menyatakan puas dengan layanan dan jaringan internet rumah. Namun setelah pandemi Covid-19 terjadi di tahun 2020 tingkat kepuasan pelanggan turun menjadi 61%. Alasan terjadinya penurunan kepuasan pelanggan tersebut adalah karena kecepatan internet menurun di masa WFH. Indihome juga mengakui bahwa sempat terjadi gangguan dan penurunan kualitas layanan internet setiap pagi hari di berbagai wilayah di Indonesia. Padahal jika dibandingkan dengan kepuasan pelanggan secara global, terjadi peningkatan kepuasan pelanggan rata-rata global. Sebelum pandemi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan dan jaringan internet rumah sebesar 59% meningkat menjadi 69% setelah pandemi berlangsung (Febrianto, 2020).

Permasalahan mengenai kepuasan pelanggan yang dialami Indihome terus berlanjut hingga pada akhir tahun 2021 CNN Indonesia menyatakan ada salah satu pelanggan jaringan internet rumah dari Indihome yang membuat *trending topic* pada akun media sosial yang ia miliki, dimana pelanggan tersebut menyatakan bahwa kecepatan internet Indihome hanya sebesar 4.9 Mbps, hal ini kemudian menimbulkan berbagai reaksi dari pelanggan Indihome lainnya dimana beberapa pelanggan bahkan mengatakan bahwa jaringan internet Indihome di rumahnya sudah dan terputus selama 4 jam, lainnya menyatakan bahwa jaringan internet Indihome sangat sensitif cuaca, saat terjadi hujan jaringan internet langsung menjadi tidak stabil (CNN Indonesia, 2021).

Ismoyo (2021) juga menyatakan bahwa di akhir tahun 2021 Indihome menerima laporan masalah pengguna dimana 98% dari laporan tersebut menyatakan bahwa adanya gangguan akses internet. Lokasi dengan pelaporan terbanyak berasal dari kota Jakarta, Bogor, Surabaya, Medan,

Bekasi, Bandung, Tangerang, dan Purwokerto. Menurut pihak Indihome masalah terkait jaringan dan akses internet tersebut disebabkan dari penurunan kualitas pelayanan akibat peningkatan trafik. Respon pelanggan merasa kecewa karena aktivitas pembelajaran dan bekerja WFH mereka jadi terhambat (Ismoyo, 2021). Ikhbal et al. (2021) menyatakan bahwa sebagian besar masalah yang dihadapi Indihome adalah tidak bisa mempertahankan kualitas kecepatan dan stabilitas jaringan internet sehingga membuat pelanggan merasa tidak puas dengan kualitas produk dan layanan dari Indihome. Mahira et al. (2021) juga menyatakan bahwa saat pelanggan mengalami kendala, respon perusahaan melalui layanan konsumen sangat tidak responsif dan lambat sampai pelanggan membuat keluhan secara terbuka kepada publik melalui media sosial.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu penentu kesuksesan program pemasaran perusahaan dari produk dan layanan yang ditawarkan, kepuasan pelanggan juga mengukur kesuksesan perusahaan secara keseluruhan (Ikhbal et al., 2021). Penelitian lainnya juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan penting bagi bisnis karena mewakili loyalitas pelanggan, meningkatkan nilai dan keberlanjutan perusahaan, mendorong loyalitas pelanggan, menciptakan reputasi merek yang kuat, dan meningkatkan niat pelanggan untuk melakukan pembelian kembali (*repurchase*) (Zhao & Bacao, 2020).

Penelitian terdahulu oleh Ikhbal et al. (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat tergantung pada perbandingan ekspektasi pelanggan terhadap kinerja atau hasil perusahaan dan evaluasi pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan. Kualitas produk dan jasa memang merupakan elemen kunci untuk mencapai kepuasan pelanggan bagi perusahaan (Ikhbal et al., 2021; Zhao & Bacao, 2020). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kualitas merupakan evaluasi keseluruhan namun secara spesifik pada produk dan pelayanan perusahaan dari hasil perbandingan yang dilakukan pelanggan antara ekspektasi dan realita kinerja

perusahaan. Sehingga kualitas layanan dan kualitas produk dianggap menjadi satu dari berbagai determinan utama dari kepuasan pelanggan (Mahira et al., 2021). Pelanggan juga turut mempertimbangkan harga dari produk dan layanan yang mereka dapatkan dari perusahaan (Hanaysha, 2016), sehingga kewajaran harga perlu disertakan sebagai determinan dari kepuasan pelanggan.

Sebelumnya, penelitian ini telah dilakukan oleh penelitian terdahulu Ikhbal et al. (2021), dimana penelitian tersebut melakukan analisis untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Kota Bandar Lampung, Indonesia. Penelitian ini kemudian melakukan modifikasi dari penelitian terdahulu oleh Ikhbal et al. (2021), dimana penelitian ini menambahkan satu faktor determinan kepuasan pelanggan, yaitu kewajaran harga. Hal ini dikarenakan kewajaran harga merupakan faktor determinan yang juga penting dalam menentukan kualitas pelayanan (Setiawan et al., 2020). Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Indihome terkait kepuasan pelanggan yang menurun selama masa pandemi Covid-19, maka penelitian ini tertarik untuk menyelidiki pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan Indihome di JABODETABEK.

1.2. Rumusan Masalah

Di bagian sebelumnya telah menjelaskan latar belakang, kemudian penelitian ini menemukan berbagai masalah penelitian yang nanti dijelaskan dalam penelitian ini. Masalah penelitian tersebut akan berkaitan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan pada Indihome Indonesia yang terdiri atas:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan Indihome di JABODETABEK?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan Indihome di JABODETABEK?
3. Apakah kewajaran harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan Indihome di JABODETABEK?

1.3. Tujuan Penelitian

Di bagian sebelumnya telah menjelaskan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini memiliki tujuan penelitian yang memiliki kaitan dengan rumusan masalah penelitian yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisa apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Indihome di JABODETABEK.
2. Untuk menguji dan menganalisa apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Indihome di JABODETABEK.
3. Untuk menguji dan menganalisa apakah kewajaran harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Indihome di JABODETABEK.

1.4. Manfaat Penelitian

Di bagian sebelumnya telah menjelaskan tujuan penelitian, sehingga penelitian ini memiliki sejumlah keunggulan penelitian yang bisa memiliki manfaat bagi banyak pihak yang berkepentingan:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memiliki manfaat, termasuk manfaat teoritis dan hasil studi yang diharapkan bisa memberikan kontribusi pada tinjauan literatur terkait dampak kualitas layanan, kualitas produk, dan ekuitas harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian mengharapkan bahwa penelitian ini dapat bermanfaat, termasuk manfaat praktis, dimana hasil penelitian yang telah diperoleh diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan Indihome untuk melakukan kajian strategis perusahaan terkait dampak kualitas layanan, kualitas produk dan keadilan harga terhadap kepuasan pelanggan. Di sisi yang lain, hasil penelitian akan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini bakal memakai sistematika penulisan penelitian yang dibagi ke dalam lima bab, dengan gambaran dan penjelasan mengenai isi setiap bab sebagai berikut:

BAB I - PENDAHULUAN

Bab 1 akan mengandung pendahuluan penelitian yang meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis, serta uraian tentang sistem penulisan.

BAB II - TINJAUAN PUSTAKA

Bab II akan mengandung tinjauan pustaka yang dirancang untuk membantu peneliti membentuk teori tentang topik penelitian yaitu pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu di Bab II juga mencakup penjelasan setiap variabel penelitian, hubungan antar variabel penelitian, pengembangan hipotesis penelitian, dan model penelitian.

BAB III - METODOLOGI PENELITIAN

Bab III akan mengandung metodologi penelitian untuk membantu peneliti menguji hipotesis penelitiannya. Bab III meliputi jenis, desain, subjek penelitian, unit analisis, pengukuran variabel, definisi konseptual dan operasional, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, metode analisis data, dan eksperimen pendahuluan.

BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV akan mengandung pembahasan hasil analisis data untuk memberikan penjelasan akan hubungan antar variabel penelitian dan membantu membuktikan hipotesis penelitian. Bab IV menjelaskan hasil pengolahan dan pengujian data secara statistik dengan metode kuantitatif, hasil dijelaskan secara terperinci dari setiap pengujian yang dilakukan untuk membantu peneliti menarik kesimpulan dan membuktikan hipotesis.

BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V akan mengandung kesimpulan dari penelitian ini, saran untuk penelitian selanjutnya, dan kesimpulan penelitian, memberikan implikasi dan kontribusi penelitian ini kepada peneliti yang berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan tema penelitian serupa di masa yang akan datang.