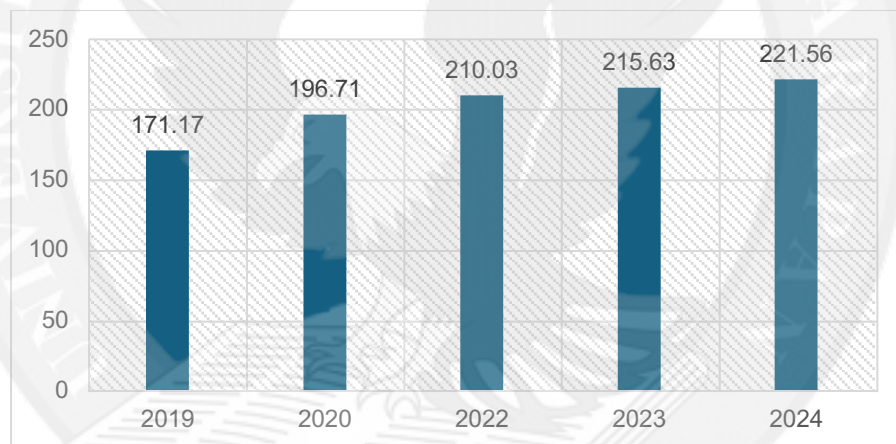


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

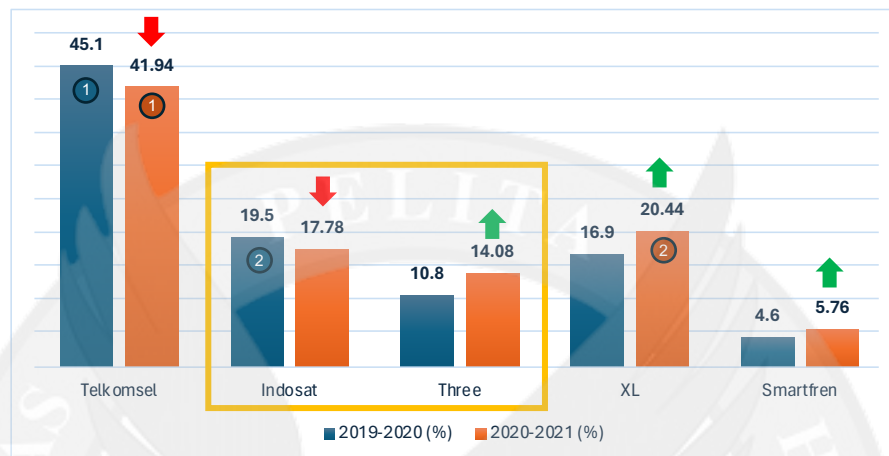
Akses masyarakat Indonesia terhadap internet menunjukkan peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Kementerian Kominfo, pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221,56 juta jiwa, atau setara dengan 79,5% dari total populasi. Angka ini naik dari 196,71 juta pengguna pada periode 2019–2020, yang mencerminkan akselerasi digitalisasi masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan.



Gambar 1.1-1 Penduduk Pengguna Internet di Indonesia (juta), 2019-2024
Source : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, *APJII-2024*

Sebelum dilakukan merger PT Indosat Tbk belum melakukan merger dengan PT Hutchison 3 Indonesia, pada Tahun 2021, Indonesia memiliki lima operator telekomunikasi. Dalam kurun waktu 2019-2021, dilakukan survei kepada masyarakat untuk memilih operator telekomunikasi. Hasil survei menunjukkan bahwa seiring berjalannya waktu, operator selain Telkomsel dan Indosat mengalami

pertumbuhan, hal ini menunjukkan dorongan persaingan yang ketat, sementara operator telekomunikasi terbesar yang menduduki peringkat 1 dan 2 mengalami penurunan (APJII, 2022)



Gambar 1.1-2 Operator Seluler Pilihan Masyarakat Indonesia (2019-2021)
Source: Laporan hasil survey APJII 2019-2021

Persetujuan untuk menggabungkan usaha antara Indosat dan Hutchison 3 Indonesia (H3I) telah disepakati pada 28 Desember 2021 melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa. Tindakan formal untuk mengesahkan penggabungan usaha tersebut terjadi pada 4 Januari 2022. IOH menyadari bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sangat penting bagi kelangsungan bisnis perusahaan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat dan kondisi pasar yang cenderung jenuh, loyalitas pelanggan menjadi faktor penting yang perlu dikelola secara strategis. Pelanggan kini lebih kritis dan memiliki kemudahan untuk berpindah layanan jika merasa tidak puas, baik dari sisi jaringan, pelayanan, harga, maupun layanan tambahannya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap bagaimana kualitas

layanan (service quality) memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan.

Kualitas layanan di industri telekomunikasi melibatkan berbagai elemen, termasuk keandalan jaringan, kualitas panggilan, dukungan pelanggan, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan menjadi sangat penting, karena secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Sze Chee & Md Husin, 2020).

Jakarta dianggap penting karena menjadi salah satu dari lima kota besar di Indonesia di mana layanan 5G IOH diluncurkan pada tahun 2021. Peluncuran layanan 5G ini menegaskan dedikasi IOH untuk senantiasa memberikan solusi yang terbaik bagi para pelanggan. Selain itu, Jakarta juga merupakan pusat bisnis dan teknologi yang penting di Indonesia, sehingga pengembangan jaringan dan layanan di Jakarta memiliki dampak yang signifikan terhadap pengalaman pelanggan dan pertumbuhan bisnis IOH secara keseluruhan (IOH Annual Report, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada pengguna IOH di Jakarta. Fokus utama penelitian ini adalah mengkaji peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara dimensi-dimensi kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan retensi pelanggan dan merancang pendekatan layanan yang lebih efektif di era digital saat ini.

1.2 Masalah Penelitian

- 1) Lokasi Geografis Terbatas, penelitian ini terbatas pada pengguna IOH di wilayah Jakarta saja. Oleh karena itu, generalisasi hasil penelitian ke wilayah geografis lain mungkin memerlukan penelitian tambahan untuk mempertimbangkan konteks yang berbeda.
- 2) Fokus pada Operator Telekomunikasi IOH, penelitian ini memusatkan perhatian pada variabel Network, Customer Service, Value Added Service (VAS), Pricing Structure, Billing System, Customer Satisfaction dan juga Customer Loyalty.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan penelitian yang telah diidentifikasi, perumusan masalah menjadi langkah penting untuk memberikan arah dan tujuan penelitian. Dalam konteks analisis kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna IOH di Jakarta, perumusan masalah dapat diformulasikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas jaringan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah customer service berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah layanan tambahan (Value Added Service) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah struktur harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah sistem penagihan (billing system) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah kualitas jaringan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

7. Apakah customer service berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah layanan tambahan (Value Added Service) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
9. Apakah struktur harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
10. Apakah sistem penagihan (billing system) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
11. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam hubungan antara variabel-variabel yang relevan, memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, dan memberikan dasar bagi IOH untuk mengoptimalkan strategi layanan mereka. Perumusan masalah ini menjadi landasan untuk merancang metode penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

1.4 Objek Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks pengguna IOH di Jakarta. Dengan temuan yang dihasilkan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam penyusunan strategi yang meningkatkan pengalaman pengguna serta daya saing IOH di industri telekomunikasi.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis kepada pihak-pihak terkait.

1. Menganalisis kualitas jaringan IOH di Jakarta dengan menilai aspek keandalan, cakupan, dan kecepatan layanan yang diberikan kepada pelanggan.
2. Menganalisis peran customer service dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui evaluasi responsivitas, profesionalisme, dan efektivitas layanan pelanggan IOH.
3. Menganalisis pengaruh layanan tambahan (Value Added Service) terhadap kepuasan pelanggan, termasuk fitur dan manfaat yang meningkatkan pengalaman pengguna.
4. Menganalisis dampak struktur harga terhadap kepuasan pelanggan, dengan mempertimbangkan keterjangkauan, transparansi, dan kesesuaian harga dengan layanan yang diberikan.
5. Menganalisis efektivitas sistem penagihan (billing system) terhadap kepuasan pelanggan, termasuk keakuratan, kemudahan pembayaran, dan transparansi dalam tagihan.
6. Menganalisis pengaruh kualitas jaringan terhadap loyalitas pelanggan, dengan melihat bagaimana pengalaman jaringan yang konsisten dapat mempertahankan pelanggan.
7. Menganalisis dampak customer service terhadap loyalitas pelanggan, dengan menilai apakah kualitas layanan pelanggan dapat meningkatkan retensi pelanggan.

8. Menganalisis hubungan antara layanan tambahan (Value Added Service) dan loyalitas pelanggan, dengan mengevaluasi fitur layanan yang memberikan nilai tambah bagi pengguna.
9. Menganalisis pengaruh struktur harga terhadap loyalitas pelanggan, apakah harga yang kompetitif dan fleksibel dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan.
10. Menganalisis dampak sistem penagihan terhadap loyalitas pelanggan, dengan menilai apakah sistem pembayaran yang efisien berkontribusi pada keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan IOH.
11. Menganalisis hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dengan menguji apakah pelanggan yang puas lebih cenderung untuk tetap berlangganan dan merekomendasikan layanan IOH.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori kualitas layanan di konteks industri telekomunikasi, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang signifikan dalam menentukan persepsi pengguna terhadap layanan.

- 1) Peninjauan Teori Kepuasan Pelanggan, temuan penelitian dapat membantu memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor telekomunikasi, dan melibatkan konsep-konsep baru yang dapat diterapkan pada konteks ini.

- 2) Kontribusi terhadap Teori Loyalitas Pelanggan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai loyalitas pelanggan, terutama dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang paling memengaruhi loyalitas pelanggan di industri telekomunikasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut,

- 1) Panduan Strategis untuk IOH, temuan penelitian dapat memberikan panduan strategis bagi IOH dalam meningkatkan kualitas layanan, memahami preferensi pelanggan, dan mengembangkan inisiatif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
- 2) Optimasi Pengalaman Pengguna, dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, IOH dapat mengoptimalkan pengalaman pengguna mereka, memastikan layanan yang lebih baik.
- 3) Dasar Keputusan Bisnis yang Kuat, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar kuat untuk pengambilan keputusan bisnis, membantu IOH dalam mengalokasikan sumber daya dengan efisien untuk meningkatkan kualitas layanan yang paling penting bagi pelanggan.
- 4) Peningkatan Daya Saing di Pasar Telekomunikasi, dengan mengimplementasikan rekomendasi dari penelitian ini, IOH dapat memperkuat posisinya di pasar telekomunikasi Jakarta, meningkatkan daya saing, dan meraih keunggulan di mata pelanggan.

- 5) Kontribusi pada Industri Telekomunikasi secara Umum, temuan penelitian dapat memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan industri telekomunikasi secara umum, membantu perusahaan lain untuk memahami praktik-praktik terbaik dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dengan manfaat teoritis dan praktis ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan baik pada perkembangan pengetahuan akademis maupun pada praktik bisnis di industri telekomunikasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Industri telekomunikasi di Jakarta telah mengalami pertumbuhan pesat, dengan Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) memegang peranan kunci sebagai salah satu operator utama. Dalam konteks ini, penelitian ini muncul sebagai respons terhadap perlunya pemahaman lebih dalam mengenai hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan di lingkungan IOH. Dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pengguna, penelitian ini bertujuan memberikan panduan strategis bagi IOH dalam mengoptimalkan kualitas layanan mereka dan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1. BAB I : PENDAHULUAN

Latar belakang industri telekomunikasi yang dinamis di Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia, menggiring perhatian pada peran krusial operator telekomunikasi Indosat Ooredoo Hutchison (IOH). Dalam konteks ini, analisis mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas

pelanggan menjadi sangat penting. Bab pendahuluan ini memaparkan latar belakang umum, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat teoritis dan praktis, serta batasan penelitian. Dengan merinci struktur penelitian, bab ini memberikan gambaran menyeluruh tentang kepentingan penelitian ini dalam pemahaman dinamika pelanggan di pasar telekomunikasi Jakarta.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyoroti konsep-konsep kunci seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks industri telekomunikasi. Melalui penelusuran literatur, akan dibahas kajian terdahulu serta temuan dan kesimpulan penting dari penelitian-penelitian sebelumnya. Bab ini juga menguraikan kerangka konseptual yang menjadi dasar bagi pemahaman hubungan antara variabel-variabel tersebut dalam penelitian ini.

3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merinci desain penelitian, populasi, dan sampel yang digunakan, serta instrumen pengumpulan data. Bab ini juga menjelaskan teknik analisis data yang diterapkan, termasuk cara interpretasi hasil dan pengolahan data. Dengan memberikan gambaran tentang metodologi penelitian, bab ini memastikan transparansi dan kejelasan dalam proses pengumpulan dan analisis data.

4. BAB IV : ANALISIS DATA

Profil responden yang terlibat dalam penelitian, bersamaan dengan analisis kualitas layanan IOH, dipaparkan dalam bab ini. Disusul dengan

evaluasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk perbandingan persepsi kepuasan antara kelompok pengguna. Terakhir, hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dianalisis secara mendalam. Bab ini berfungsi sebagai inti dari penelitian, memberikan temuan utama dan implikasinya.

5. BAB V : KESIMPULAN

Bab penutup ini memberikan ringkasan temuan utama, implikasi penelitian, dan rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya. Dengan menyimpulkan hasil penelitian, bab ini menutup perjalanan penelitian dengan memberikan gambaran keseluruhan dan menyoroti kontribusi penelitian ini terhadap pemahaman tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks telekomunikasi di Jakarta.