

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa modern ini penggunaan gadget merupakan salah satu yang sering di temukan di seluruh negara termasuk Indonesia. Dalam penggunaan gadget sendiri di butuhkan yang namanya koneksi internet agar dapat mengakses segala hal yang di perlukan. Penggunaan internet dimasa sekarang ini merupakan suatu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengalami peningkatan yang sangat pesat. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang ada pada saat ini dapat membantu banyak masyarakat dalam memudahkan pekerjaan atau kebutuhan sehari-hari dan tidak dapat dipisahkan oleh apapun.

Banyaknya pengguna internet yang ada membuat para pelaku bisnis memanfaatkan situasi ini dengan membuat suatu kegiatan operasional bisnis yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi kemudian melakukan berbagai macam penawaran produk atau pun jasa mereka kepada pengguna gadget/ internet. Dalam hal ini PT. Telkom Indonesia juga menjadi pelaku bisnis yang merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Kemudian di awal munculnya PT. Telkom Indonesia memunculkan produk yang ditawarkan yaitu speedy yang pada tahun 2015 berganti nama menjadi Indonesia *Digital Home* atau yang sering disebut Indihome.

Sejak munculnya Indihome selalu menggunakan kabel fiber optik dengan memiliki kecepatan internet 300 Mbps dan memiliki ketahanan yang kuat dari gangguan yang ada. PT. Telkom Indonesia juga memiliki program terbaru mengenai kebijakan yang ada pada indihome dengan membuat FUP (*Fair Usage Policy*) yang memiliki fungsi sebagai batas pengguna wajar penggunaan internet *unlimited*. Kebijakan ini melindungi pelanggan dengan menggunakan penggunaan normal (*normal usage*) agar para pelanggan mendapatkan kualitas pelayanan yang adil bagi para pelanggan. Bentuk dari FUP pada PT. Telkom Indonesia berupa informasi seperti gambar tabel dibawah ini.

Paket	Fair Speed (% dari Initial Speed)	Batas Fair Usage	Harga
10 Mbps	75%	>300 GB	Rp. 275.000/bulan
	40%	>400 GB	Rp. 375.000/ bulan
20 Mbps	75%	>500 GB	Rp. 450.000/bulan
	40%	>800 GB	
30 Mbps	75%	>700 GB	Rp. 525.000/bulan
	40%	>1200 GB	
40 Mbps	75%	>900 GB	Rp. 795.000/bulan
	40%	>1600 GB	
50 Mbps	75%	>1200 GB	Rp. 950.000/bulan
	40%	>2000 GB	
100 Mbps	50%	>2000 GB	

Gambar 1.1 FUP (*Fair Usage Policy*)

Sumber: <https://www.oolean.id>

internet yang lumayan besar pula. Kebijakan ini juga menjadi fenomena yang menimbulkan permasalahan baru diantara banyaknya masalah-masalah atau keluhan pelanggan terhadap indihome yang belum juga terselesaikan.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam hal memilih atau memutuskan produk apa yang akan dibelinya. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206), mengatakan kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator yang sejauh mana pelanggan atau pengguna produk dan jasa pada perusahaan merasa senang atau bahagia pada produk atau jasa yang meeka terima. Akan tetapi dalam hal ini indihome memiliki permasalahan yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti citra merek dan kualitas layanan yang dalam hal ini kedua faktor tersebut tidak memenuhi standar harapan atau kepuasan pelanggan. Sehingga banyak pelanggan melakukan pemberhentian langganan pada produk indihome dan kemudian beralih ke provider lainnya.

Citra Merek juga merupakan asset besar bagi perusahaan dikarenakan mendapatkan keuntungan dari citra merek tersebut. Menurut Kenneth dan Donald (2018:42) *Brand Image* (citra merek) merupakan cermin yang menggambarkan perasaan yang dimiliki oleh konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi serta juga produk atau lini produk. Sehingga terjadi fenomena yang berpengaruh pada indihome melalui perasaan atau emosional dalam hal kepuasan pelanggan dikarenakan indihome memiliki citra merek yang baik karena dapat dibuktikan melalui data dari *Top Brand Awards* yang sejak awal kemunculannya indihome

selalu mendapatkan tingkat pertama dalam kategori ISP (*Internet server provider*)

Fixed. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini

Tabel 1 1

Top Brands Index kategori ISP (Internet server provider) Fixed

Brand	2019	2020	2021	2022	2023
Indihome	39,80%	36,70%	34,60%	33,80%	40,20%
Biznet	8,30%	8,20%	10,80%	17,70%	18,30%
Media First	29,90%	23,10%	24,20%	16,30%	25,90%
IndosatHifi	0	0	0	0	4,30%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/>

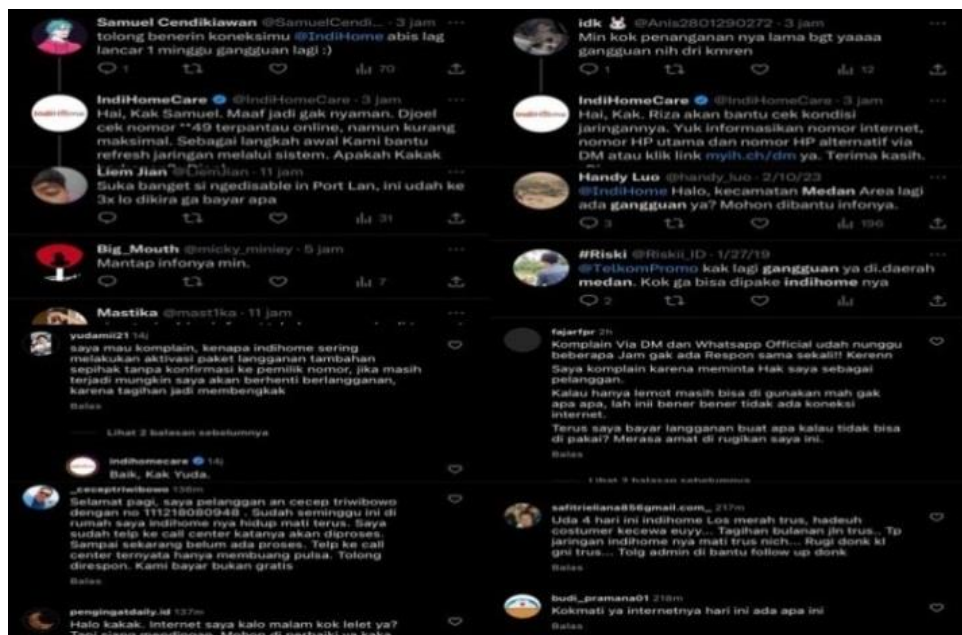
Berdasarkan Tabel 1.1 menyatakan bahwa indihome selalu menjadi top brand disetiap tahunnya dibandingkan para pesaingnya. Namun dalam hal ini indihome mengalami perubahan angka disetiap tahunnya. Pada tahun 2020 indihome mengalami penurunan angka dengan persentase 3% dan disusul pada tahun 2021 penurunan angka menjadi 2% dan mengalami penurunan kembali ditahun 2022 dengan persentase angka 1% akan tetapi dalam hal ini indihome mengalami kenaikan angka persentase pada tahun 2023 sebesar 6%. Sedangkan pada ISP pesaingnya mengalami kenaikan dan juga penurunan angka persentase di setiap tahunnya.

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam memajukan perusahaan dikarenakan jika pelanggan merasa puas terhadap kualitas layanan dari perusahaan baik dalam bentuk produk maupun jasa yang diterima oleh pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian kembali dan kemudian merekomendasikan perusahaan tersebut ke pelanggan lainnya yang membuat

perusahaan mendapatkan keuntungan. Menurut Arianto (2018:83) menyatakan kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai salah satu fokus dalam hal memenuhi kebutuhan dan persyaratan serta ketepatan waktu dalam memenuhi harapan pelanggan, pelayanan juga berlaku pada semua jenis layanan yang telah disediakan oleh perusahaan.

Dalam hal ini PT. Telkom Indonesia telah memberikan pelayanan yang baik untuk masyarakat agar masyarakat merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh indihome. Akan tetapi pelayanan yang diberikan pihak indihome tidak dapat sepenuhnya membuat pelanggan merasa puas di karenakan beredar isu-isu diantara masyarakat banyak merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan indihome. Hal ini dapat diketahui melalui akun media sosial pribadi indihome banyak *mention* atau komentar yang masuk terkait keluhan masyarakat seperti gangguan jaringan yang sering sekali terjadi, terjadinya transaksi aktivasi paket langganan tambahan tanpa adanya konfirmasi dari pelanggan, lamanya penanganan, dan keterlambatan teknisi dalam hal perbaikan.

Kemudian ini juga yang membuat para pelanggan merasa kesal dan marah terhadap indihome yang disebabkan oleh kurang baik nya pelayanan yang diberikan. Sehingga membuat indihome semakin kurang diminati oleh para pelanggan. Dalam hal ini dapat dilihat dari gambar 1.2 dibawah terkait keluhan para pelanggan di media sosial indihome.



Gambar 1. 1 Keluhan Pengguna Telkom

Sumber : Media sosial indihome

Dari hasil data diatas menunjukkan bahwa banyak sekali keluhan yang terus bermunculan di media sosial indihome. Keluhan tersebut berasal dari pelanggan indihome yang merasa indihome semakin hari semakin tidak baik. Oleh karena itu objek penelitian yang akan digunakan adalah para pengguna atau pelanggan indihome karena dianggap memiliki potensi sasaran yang tepat dan peneliti membatasi pelanggan indihome dikota medan dengan memilih keluhan mabar untuk di lakukannya penelitian.

Karena hal ini pula yang menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang keputusan pembelian jasa komunikasi yang difokuskan pada perusahaan PT.Telkom Indonesia yang berjudul

“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Indihome PT. Telkom Indonesia (Studi Kasus Pengguna Indihome di Kel. Mabar Sumatera Utara)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang telah terjadi pada perusahaan PT. Telkom Indonesia Sumatera Utara :

1. Adanya kebijakan FUP (*Fair Usage Policy*) yang membatasi kecepatan internet membuat pelanggan merasa kurang nyaman.
2. Setiap tahunnya Indihome mengalami fluktuasi atau perubahan angka persentase pada *Top Brand Awards*.
3. Terdapat pemaksaan oleh pihak indihome kepada konsumen untuk menaikkan kuota paket dan jika tidak dilakukan maka terjadi jaringan yang tidak stabil.
4. Memiliki harga yang relatif mahal dibandingkan pesaing lainnya.
5. Terdapat banyak keluhan masyarakat pada indihome melalui akun media sosial pribadi indihome yang dikaitkan adanya gangguan jaringan.
6. Lambatnya penanganan yang diberikan oleh pihak indihome sehingga membuat penurunan kualitas pelayanan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan, maka dapat di temukan rumusan masalah pada beberapa permasalahan yang telah terjadi pada perusahaan PT. Telkom Indonesia sumatera utara :

1. Apakah Citra Merek secara persial dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan indihome di kelurahan mabar?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan pelanggan indihome kelurahan mabar?
3. Apakah citra merek, dan kualitas layanan secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan indihome kelurahan mabar?

1.4 Batasan Masalah

Dalam hal ini penulis membatasi masalah yang akan di bahas yaitu mengenai pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk indihome PT. Telkom Indonesia (studi kasus pengguna Indihome di kelurahan mabar sumatera utara). Peneliti juga membatasi responden dengan hanya sebanyak 100 responden di kelurahan mabar dan usia dimulai dari umur 15-50 tahun.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan yang akan dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra merek memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan indihome di kelurahan mabar?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan secara parsial mempengaruhi kepuasan pelanggan indihome di kelurahan mabar?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan indihome di kelurahan mabar?

1.6 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Mampu menambah ilmu pengetahuan terhadap penelitian tentang kepuasan pelanggan pada salah satu perusahaan yang bekerja di bidang internet kemudian dapat melatih kemampuan dalam menganalisis suatu permasalahan yang dapat menambah wawasan terhadap perusahaan tersebut yang diteliti dan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Strata-1

2. Bagi perusahaan PT. Telkom Indonesia Medan

Dapat memberikan suatu kontribusi dalam melaksanakan pengembangan serta meningkatkan sumber daya manusia yang mempengaruhi kepuasan pelanggan indihome pada PT. Telkom Indonesia di Kelurahan mabar dan

dapat menjadikan penelitian ini sebagai landasan perbaikan bagi perusahaan untuk dimasa yang akan datang.

3. Bagi Universitas

Adanya penelitian ini diharapkan akan menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian selajutnya khususnya bagi mahasiswa/i jurusan Manajemen dan menjadikan penelitian ini sebagai ilmu dan juga bahan bacaan bagi mahasiswa/i pada perpustakaan Universitas Potensi Utama.

4. Bagi Penulis Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini mampu menjadi bahan referensi bagi penulis selanjutnya kemudian dapat dikembangkan lagi penelitian ini dengan lebih sempurna kedepannya.