

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi telah menjadi kebutuhan pokok manusia yang telah ada sejak lama, itu dikarenakan sebagai makhluk sosial pada umumnya yang tidak bisa hidup sendiri dan membutuhkan orang lain untuk hidup. Dahulu komunikasi hanya bisa dilakukan dalam jarak yang dekat, seperti hanya saling bertegur sapa dan berbicara dalam jarak dekat. Sejak tahun 1972, perkembangan teknologi informasi Indonesia telah berkembang karena diluncurkan satelit Palapa agar informasi dan komunikasi berkembang pesat seperti negara-negara lainnya.

Perkembangan teknologi telah berkembang pesat, sejak munculnya alat komunikasi yang bernama *handphone* pada tahun 90an, yaitu telepon genggam yang bisa dibawa-bawa kemana saja tanpa kabel tidak seperti telepon pada dulunya. Hanya saja saat itu telepon tersebut hanya bisa digunakan untuk menelpon dan sms yang tak lebih dari 200 karakter. Pada saat ini, teknologi komunikasi sudah makin berkembang dengan sejak munculnya teknologi internet. Internet telah muncul di Indonesia sejak tahun 1994 bernama *Internet Service Provider* (ISP) yang pertama bernama Indonet, lalu tahun berikutnya disusul dengan PT Telkom. Dikembangkan internet tersebut hingga saat ini, dengan kualitas yang semakin hebat dan kekuatan sinyal yang meningkat, hal itu diciptakan oleh berbagai macam provider agar pelanggan merasa puas dan nyaman untuk menggunakan berbagai fasilitas internet yang ada.

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) yang bergerak dibidang pelayanan telekomunikasi yang menyediakan jasa telekomunikasi seluler dengan jenis GSM (*Global System for Mobile*) yaitu jenis operator seluler yang mengglobal diseluruh dunia. PT Telkomsel telah berdiri sejak tahun 1995 dan berlokasikan pusat di Pekanbaru dengan produk yang diluncurkan pertama kali yaitu Layanan Pascabayar Kartu Halo. Pada tahun 1997 PT Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan Prabayar GSM (*Global System for Mobile*) atau kartu dengan sistem pemakaian yang bisa diisi terlebih dahulu pulsanya lalu melakukan komunikasi seperti biasa pada umumnya. Pada tahun 2014 PT Telkomsel menjadi teknologi seluler terkini yang pertama meluncurkan layanan 4G LTE di Indonesia, saat ini Telkomsel memiliki empat jenis kartu GSM yaitu Kartu Halo (pascabayar), SimPati (prabayar), Kartu AS (prabayar) dan Kartu Loop (prabayar).

Faktor yang mampu mempengaruhi para pengguna jasa telekomunikasi salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas atau yang biasa juga disebut dengan mutu merupakan tingkat baik atau buruknya derajat sesuatu hal. Kualitas pelayanan merupakan hal yang paling diutamakan. Terpenuhinya keinginan dan kebutuhan pelanggan serta sesuai sasaran untuk terciptanya kepuasan pelanggan merupakan dasar dari kualitas pelayanan (Tjiptono, 2011:180). Memberikan kualitas pelayanan yang baik, cepat dan positif akan memberikan dan meningkatkan kepuasan kepada konsumen dan setia agar melakukan pembelian atau transaksi kembali dan juga akan meningkatkan pendapatan dari penjualan. Kualitas pelayanan merupakan harapan yang dirasakan oleh konsumen akan

pelayanan yang diberikan dan memiliki pengaruh besar bagi perusahaan dalam bersaing. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Sembiring et al, 2014: 2). Agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang juga memiliki berbagai macam produk yang sama, maka perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan juga tidak kalah maksimal dengan produk yang dihasilkan. Sebagai karyawan yang mengharapkan banyaknya konsumen yang berlangganan dengan Telkomsel, tentu memberikan pelayanan yang terbaik, ramah kepada pelanggan, selalu mendengar dan menanggapi berbagai macam keluhan pelanggan dengan sabar. Telkomsel juga menyediakan layanan *call centre* di 188 yang selalu sigap melayani keluhan konsumen selama 1x24 jam khusus untuk melayani keluhan pelanggan secara jauh melalui telephone. Tetapi terdapat kekurangan dalam pelayanan adalah jika sedang terjadi gangguan dan *offline* mendadak. Disaat itu terkadang pelanggan selalu merasa sedikit kecewa karena secara otomatis keluhan mereka tidak bisa diatasi saat itu juga, disamping itu yang menyebabkan pelayanan menurun adalah jaringan yang kurang baik, terlebih saat terjadi pemadaman listrik yaitu frekuensi sinyal yang menjadi tidak stabil.

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Konsumen Tiga Bulan Terakhir

Month	Branch	Total	
		Issued	Transaction
Agustus 2019	Batam Centre	1.442	1.460
September 2019	Batam Centre	3.411	3.434
Oktober 2019	Batam Centre	3.878	3.878

Sumber: Grapari Telkomsel, Batam Centre

Dari tabel 1.1 diatas dijelaskan bahwa hasil dari data pelanggan pada mulai Agustus 2019 sampai dengan Oktober 2019 mengalami fluktuasi secara berkala menurut data yang didapat.

Selain dilihat dari segi pelayanannya, promosi juga berpengaruh terhadap kepuasan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, karena jika produk tersebut yang dijual terdapat banyak promosi yang diberikan, pelanggan akan merasa sangat senang dan akan bertahan kepada produk tersebut. Pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, menjual produk-produk yang unggul, tidak lepas dari kegiatan promosi tersebut. Terdapat definisi bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberitahukan manfaat maupun kegunaan dari produk tersebut dan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan transaksi pembelian atau pengguna jasa sesuai dengan kebutuhan para konsumen (Lupiyoadi, 2013:92). Diperlukan berbagai macam rangkaian dan bentuk promosi untuk memikat daya tarik pelanggan dan bersaing di dalam dunia bisnis saat ini. Berbagai macam bentuk promosi dilakukan agar pelanggan merasa puas, tetapi tetap dalam produk yang berkualitas dan harga yang sesuai. Promosi yang banyak juga dapat mendatangkan pelanggan yang baru, informasi yang diperoleh dari mulut ke mulut antara pelanggan satu

pelanggan ke pelanggan yang lainnya, secara tidak langsung promosi itu telah terjadi dengan sendirinya, tanpa mengeluarkan biaya dan tenaga tambahan dari perusahaan tersebut untuk mendapatkan promosi tambahan.

Pada dasarnya penaksiran promosi diharapkan dapat diketahui pengaruhnya terhadap volume atau peningkatan penjualan dan seberapa besar hasil yang diperoleh sebagai akibat dari dana yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan promosi tersebut. Promosi juga merupakan kegiatan yang mengkomsumsi manfaat keuntungan dari sebuah produk dan membujuk target konsumen agar membeli produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2012:76). Karena dalam kegiatan promosi, harus benar-benar dihitung biaya produk, promosi dan distribusi. Promosi dilakukan semaksimal mungkin agar pelanggan merasakan secara langsung manfaatnya. Disini promosi yang diberikan terdapat berbagai macam, seperti promosi berupa buah tangan atau *merchandise*, diperoleh dari pelanggan yang loyal dalam penggunaan kartu internet tersebut, hadiah undian seperti motor ataupun emas yang bisa ditukarkan dari dikumpulkannya poin Telkomsel oleh pelanggan dan promosi berupa paket internet yang terdapat banyak bonus kuota atau harga paket internet yang murah. Pada umumnya pelanggan lebih menginginkan promosi dari paket internet, seperti bonus kuota, paket youtube *unlimited* dan telepon *unlimited*. Tetapi berbagai promo tersebut yang tidak terdapat di provider ini, tidak seperti di *provider* lainnya. Dibawah ini terdapat tabel perbandingan promosi dari jumlah paket internet, telepon dan sosial media lainnya antara provider Telkomsel dengan salah satu provider yang ada yaitu XL. Provider XL dijadikan sebagai bahan perbandingan karena operator

telekomunikasi besar di Indonesia yang tersisa saat adalah Telkomsel dan XL Axiata lalu masing-masing dari provider tersebut memiliki kartu yang berjenis prioritas dan pengguna kartu XL juga tidak kalah banyaknya dengan pengguna provider Telkomsel .

Tabel 1. 2 Tabel Perbandingan Promosi Paket Internet

No	Provider dan Jumlah Paket		Harga
	Telkomsel	XL	
1	15GB Internet, 15GB Entertainment, 100menit Telepon sesama Telkomsel, 40menit all operator dan 200 Sms	12GB Internet, Unlimited Telepon Sesama XL dan Axis, 100menit all operator, 100 Sms all operator	Rp. 100.000
2	25GB Internet, 25GB Entertainment, 200menit Telepon sesama Telkomsel, 80menit all operator dan 400 Sms	20GB Internet, Unlimited Telepon Sesama XL dan Axis, 150menit all operator, 150 Sms all operator, 2GB Sosial Media dan Unlimited Chat	Rp. 150.000
3	50GB Internet, 50GB Entertainment, 500menit Telepon sesama Telkomsel, 250menit all operator dan 1000 Sms	50GB Internet, Unlimited Telepon Sesama XL dan Axis, 450menit all operator, 450 Sms all operator, 2GB Sosial Media dan Unlimited Chat	Rp. 300.000 – Rp. 450.000
4	100GB Internet, 100GB Entertainment, 1000 menit Telepon sesama Telkomsel, 500 menit all operator dan 2000 Sms	Unlimited Internet, Unlimited Telepon Sesama XL dan Axis, Unlimited Telepon all operator, Unlimited Sms all operator	Rp. 550.000 – Rp. 621.600

Sumber: Telkomsel.com

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat dilihat perbedaan antara jumlah paket internet, telepon dan sms dengan provider lainnya. Pada di provider telekomunikasi Telkomsel dalam paket internet yang disediakan, tidak didapatkan bonus paket telepon yang unlimited atau tidak ada batas, sedangkan di provider

telekomunikasi XL dalam paket internet yang disediakan terdapat paket telepon unlimited atau tidak ada batas walau hanya kesesana XL atau Axis saja.

Kepuasan juga merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik minat banyak konsumen dimasa sekarang ini. Kepuasan bisa diartikan sebagai perasaan yang puas, senang karena menggunakan dan merasakan manfaat dari suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Dalam bidang pelayanan, kepuasan pelanggan atau konsumen sangatlah berpengaruh pada kualitas perusahaan tersebut. Kepuasan merupakan suatu sikap yang diputuskan atau diambil berdasarkan pengalaman yang telah didapatkan (Wirtz, 2013:74). Dari kepuasan pelanggan ini kita bisa mengukur dan menilai kinerja produk atau keistimewaan dari produk ataupun jasa yang dijual, bila pelanggan merasa puas berarti produk yang dijual telah sesuai apa yang diharapkan oleh pelanggan, dan pelanggan yang merasa puas terhadap apa yang dirasakan dan didapatkan akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga, bertahan lebih lama dan akan memberikan komentar yang baik tentang produk atau perusahaan tersebut. Untuk menarik konsumen diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menimbulkan atau menghasilkan kepuasan dari konsumen.

Kepuasan sama halnya dengan merasa bahagia dan kepuasan karena telah mendapatkan sesuatu yang menyenangkan dirinya dalam bentuk apapun. Kepuasan konsumen untuk bidang pengguna internet dapat dilihat dari sinyal yang kuat, karena banyaknya kerjaan yang dilakukannya menggunakan *Handphone* dan jaringan internet yang kuat, seperti *Online Shop* pekerjaan yang sedang digeluti banyak masyarakat. Berjualan menggunakan aplikasi *Online Shop*

seperti melalui Lazada, Shopee, Tokopedia dan masih banyak lagi, harus mempunyai sinyal internet yang kuat, berada dimana-mana dan tentu kapasitas *Gigabyte* yang banyak. Jika memiliki sinyal yang kuat, berada dimana-mana dan tidak mudah terputus, konsumen akan merasa puas dan senang menggunakan kartu internet yang diproduksi oleh provider tersebut. Pihak Telkomsel menyediakan jaringan 4G agar konsumen bisa mendapatkan dan menggunakan jaringan internet yang lebih cepat dan lancar. Konsumen cukup menukarkan kartu lama anda yang belum 4G menjadi kartu 4G, penukaran atau *pengupgrade'an* kartu ini bisa dilakukan secara online maupun langsung datang ke gerai GraPARI yang ada. Untuk penukaran kartu 4G melalui online bisa diakses melalui website atau *call centre*. Hal ini dilakukan pihak Telkomsel agar konsumen puas dengan fasilitas dan kekuatan sinyal dari kartu internet tersebut. Maka dari itu pelanggan juga akan loyal terhadap penggunaannya dan tidak akan berpaling ke provider kartu internet yang lainnya.

Kepuasan konsumen sangat diutamakan. Segala pelayanan yang maksimal diberikan kepada konsumen agar merasa puas dan loyal dalam penggunaan kartu internet dan telepon Telkomsel. Kepuasan konsumen dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang menggunakan kartu Telkomsel, itu dikarenakan kualitas sinyal Telkomsel yang kuat dan terdapat di pelosok manapun. Maka dari itu pelanggan merasa puas jika menggunakan kartu Telkomsel, pelanggan dengan sangat mudah dapat mengakses internet walau sedang berada di daerah manapun.

Adapun objek penelitian ini adalah PT. Telkomsel yang berlokasikan di Batam Centre yang merupakan pusat Telkomsel di Batam, Kepulauan Riau yang

telah berdiri sejak 21 Juni 2004 yang berlokasi di JL. Engku Putri, Kelurahan Belian, Batam Centre, Kota Batam. Telkomsel Batam Centre ini merupakan pusat dari Telkomsel yang ada di Batam, di Gedung Grha Telkomsel Batam Centre ini terdapat tempat pelayanan kartu yang bernama GraPARI (Graha Pari Sraya), konsumen bisa mendatangi gerai terdekat GraPARI untuk melakukan pengaduan kartu, isi pulsa maupun paket internet, transaksi pembayaran kartu Halo, pergantian jaringan kartu dari 3G ke 4G dan bantuan registrasi kartu baru.

Pada kesimpulannya, terdapat masalah pada pelayanan yang terjadi jika sedang terjadi gangguan jaringan atau *offline* secara mendadak karena para konsumen secara tak langsung mereka tidak bisa mendapatkan pelayanan dari para petugas. Terdapat masalah juga pada hal promosi, perbedaan dalam jumlah paket internet maupun telepon antar provider membuat para konsumen terkadang membandingkan dan yang terakhir jika terjadi permasalahan pada kualitas pelayanan dan promosi, maka kedua hal tersebut akan sangat berpengaruh dengan kepuasan para konsumen.

Berdasarkan hasil dari latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dan melakukan penelitian lebih mendalam lagi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Grapari Telkomsel Batam Centre”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah melihat dan memahami dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas. Maka, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai latar belakang masalah, yaitu :

1. Kualitas pelayanan yang terganggu jika terjadi *offline* disaat jam pelayanan sedang berlangsung.
2. Terdapat gangguan layanan dari pengguna kartu jika terjad pemadaman pada lokasi tertentu.
3. Terdapat perbedaan jumlah paket promosi internet dari antara provider.
4. Kepuasan konsumen yang dapat berpengaruh karena adanya gangguan kualitas pelayanan dan promosi paket internet.

1.3 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini masalah yang dihadapi sangatlah luas. Maka dari itu langkah yang paling tepat adalah membatasi masalah agar dalam melaksanakan pembahasan masalah tidaklah meluas. Batasan dalam masalah ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen Grapari Telkomsel Batam Centre.

1.4 Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas, terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Grapari Telkomsel Batam Centre ?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Grapari Telkomsel Batam Centre ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Grapari Telkomsel Batam Centre ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil dari rumusan masalah diatas, penulis memiliki tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Grapari Telkomsel Batam Centre.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Grapari Telkomsel Batam Centre.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Grapari Telkomsel Batam Centre.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan pada perkuliahan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian sejenis diselanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penulis berharap dari hasil penelitian ini perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada konsumen juga lebih disesuaikan kembali berbagai macam varian harga dan promosi daripada yang ada pada saat ini. Agar konsumen lebih merasa nyaman dan puas jika memakai produk yang dihasilkan oleh Telkomsel.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Dari hasil penelitian yang dihasilkan ini, diharapkan bisa digunakan sebagai bahan kajian atau referensi bagi mahasiswa Universitas Putera Batam dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian yang sejenis.