

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

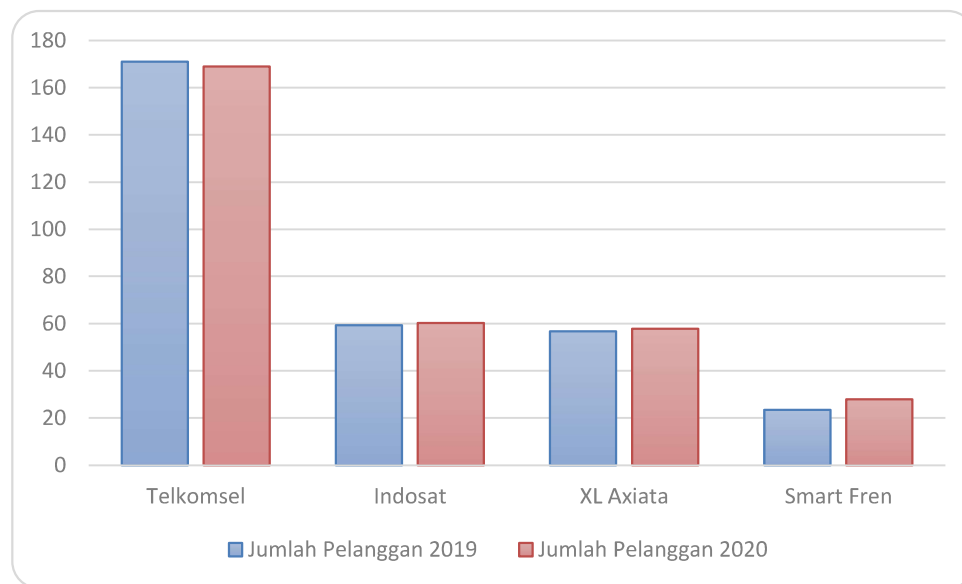
### **1.1. Latar Belakang**

Manusia yang semakin menggunakan dan mengandalkan teknologi digital sebagai mobilisasi penggerak yang sangat membantu kehidupan menjadikan pacuan dan tuntutan bagi perusahaan yang bergerak pada layanan komunikasi untuk berinovasi serta menciptakan pelayanan yang semaksimal mungkin yang tak terbatas oleh ruang dan jarak pula sehingga memberikan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu perusahaan operator telekomunikasi di Indonesia yang memiliki jaringan yang cukup luas jangkauannya yaitu Telkomsel, operator telekomunikasi ini mampu bertransformasi sehingga menjadi perusahaan yang cukup besar dan menguasai pangsa pasar pertelekomunikasian hal ini terbukti dengan banyaknya pelanggan yang dimiliki. Salah satu produk yang paling banyak digunakan oleh pelanggan yang diciptakan Telkomsel adalah kartu SimPATI. Konsumen memilih kartu Telkomsel SimPATI karena memiliki berbagai keunggulan yang menjadikannya daya tarik. Berbagai keunggulan inilah yang menjadikan kepuasan bagi pelanggan untuk menggunakan Telkomsel SimPATI sebagai perusahaan yang memiliki pelanggan terbanyak di Indonesia.

Sebagai perusahaan telekomunikasi yang besar dan memiliki pelanggan yang cukup banyak pula Telkomsel harus berhati-hati dalam menjaga kepuasan pelanggannya sebab selain Telkomsel masih ada perusahaan telekomunikasi lainnya juga dengan keunggulan sebagai tawarannya kepada pelanggan, bahkan perusahaan telekomunikasi lainnya ini sebagai rivalnya sudah cukup lama juga

menetap di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan. Maka dari itu penting sekali bagi Telkomsel untuk menjaga pelayanannya sehingga pelanggan menikmati kepuasannya untuk memenuhi kebutuhan telekomunikasiannya sehingga hal ini pelanggan memiliki pilihan yang beragam. Berikut ini merupakan jumlah pengguna operator kartu seluler mulai tahun 2019-2020 dalam juta pada bentuk diagram:

**Gambar 1.1**Jumlah Pengguna Kartu



Sumber:LaporanTahunan di BEI

[https://www.telkom.co.id/data/lampiran/1591447852142\\_AR%20Telkom%202019\\_INDO\\_FINAL.pdf](https://www.telkom.co.id/data/lampiran/1591447852142_AR%20Telkom%202019_INDO_FINAL.pdf)2019 & 2020

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwasanya pada perusahaan telekomunikasi untuk Telkomsel ditahun 2019 sebesar 171 juta dan di tahun 2020 pelanggan sebanyak 169 juta yang artinya adanya penusutan atau penurunan banyaknya pelanggan, perusahaan Indosat pada tahun 2019 memiliki pelanggan sebanyak 59,3 juta dan tahun 2020 sebanyak 60,3 juta yang dapat diartikan bahwasanya pelanggan bertambah, XL Axiata pada tahun 2019 sebanyak 56,7 juta

dan ditahun 2020 mengalami kenaikan sehingga menjadi 57,9 juta terakhir untuk Smart Fren ditahun 2019 sebanyak 23,5 juta pelanggan sementara untuk tahun 2020 menjadi 27,9 juta pelanggan yang mana hal ini mengalami kenaikan.







Dari diagram tersebut pula dapat disimpulkan bahwasanya terdapat permasalahan yang cukup vital pada perusahaan Telkomsel yang telah mengalami penurunan pelanggan. Dengan menurunnya pelanggan ini dapat menjadi perhatian bagi Telkomsel disaat perusahaan lain mengalami peningkatan pelanggan. Ada berbagai macam sebab musabab mengapa sebenarnya pelanggan mengalami penurunan salah satunya adalah tentang kepuasan, karena kepuasan adalah hal yang paling utama bagi pengguna. Kepuasan pelanggan tersebut dalam bentuk Kualitas Pelayanannya, Harga, Promosinya.

Kepuasan menjadi hal yang paling utama diinginkan oleh banyak pelanggan sebab kepuasan mencerminkan sebuah ekspektasi yang diinginkan sampai terpenuhinya keinginan rasa senang (Y. C. Simanjuntak, 2020) jika pelanggan merasa puas akan kinerja atau pelayanan yang diberikan tentunya pelanggan akan senantiasa setia menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Konsumen dapat digiring menggunakan produk perusahaan apabila produk tersebut dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen (Roza, 2011).

Kualitas suatu layanan perusahaan telekomunikasi saat ini menjadi prioritas utama pelanggan dalam menjalankan aktivitasnya terlebih lagi dijamin saat ini yang mana telah terjadi bencana covid-19 hampir semua kegiatan masyarakat dibatasi namun dapat terhubung dengan memanfaatkan teknologi seluler tentunya juga harus didukung dengan kualitas yang dimiliki. Kualitas dapat menjadi perhatian utama sehingga dapat meningkatkan secara konsisten pelanggan yang



ada sehingga semakin bertambah namun dengan terjadinya angka penurunan pelanggan tersebut dapat menjadi masalah karena juga pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh telkomsel juga sangat beragam demi memberikan pelayanan maksimal bagi penggunanya. Berikut ini adalah kualitas layanan berdasarkan angka yang diberikan oleh telkomsel dengan para rivalnya berdasarkan berdasarkan survey yang dibuat oleh [www.nperf.com](http://www.nperf.com) tahun 2020 dan 2021 :

**Gambar 1.2** Kualitas Layanan 2020

	 Mb/s	 Mb/s	 ms	 PR*	 PR*	 nPoints
1 Telkomsel	9.96	7.89	66	37.46	71.49	35 499
2 XL Axiata	7.07	5.67	62	30.56	67.04	28 384
3 3 Tri	4.81	4.98	66	32.29	59.92	23 190
4 Smartfren	10.62	3.94	65	24.37	51.34	23 107
5 Indosat Ooredoo	5.79	5.09	85	25.41	53.95	19 839

Sumber : <https://www.nperf.com/id/awards/id/2019/mobile/indonesia/>

**Gambar 1.3** Kualitas Layanan 2021

	 Mb/s	 Mb/s	 ms	 PR*	 PR*	 nPoints
1 Telkomsel	8.26	5.04	61	35.34	62.87	29 466
2 3 Tri	5.19	3.92	69	30.75	50.13	19 824
3 XL Axiata	5.67	3.54	68	27.27	51.59	19 646
3 Indosat Ooredoo	5.80	3.57	77	29.48	45.77	18 249
5 Smartfren	7.28	2.29	57	27.25	36.20	16 892

Sumber : <https://www.nperf.com/id/awards/id/2020/mobile/indonesia/>

Dari kedua gambar diatas dapat dilihat bahwasanya layanan yang diberikan Telkomsel dalam nilai angka Poin yang diperoleh pada tahun 2020 paling tertinggi sebesar 35.499 dan tahun 2021 juga paling tertinggi sebesar

29.466 dibandingkan dengan yang lainnya namun ditahun 2020 ke 2021 mengalami penurunan. Poin tersebut diantaranya adalah Mb/s kecepatan unduh (Download), Mb/s kecepatan unduh (*Download*), latensi, *browsing* (PR) dan *streaming* (PR) sebagai bentuk layanan yang diberikan telkomsel kepada penggunanya. Sehingga kesimpulannya antara tahun 2020 sampai 2021 mengalami penurunan point sebesar -6.033. Dengan turunnya poin pelayanan ini menyebabkan pelanggan pindah ke provider lain untuk layanannya. Hal ini menjadi masalah, Oleh sebab itu salah satu faktor kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Hal tersebut juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Noor, 2020), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau pengguna.

Selain itu harga juga dapat menjadi pengaruh kepuasan pelanggan sebab harga merupakan daya tarik disamping adanya keterbatasan ekonomi pelanggan. Namun harga tersebut umumnya akan selalu berbanding positif dengan pelayanan yang diberikan artinya jika harga tinggi tentu juga pelayanan akan maksimal pula sehingga mempengaruhi kepuasannya. Berikut ini merupakan tabel harga yang disediakan oleh telkomsel dan operator lain sebagai perbandingan:

**Tabel 1.1** Harga Paket Internet Per Operator di Indonesia

<b>OPERATOR</b>	<b>NAMA PAKET</b>	<b>HARGA</b>
Telkomsel	Combo unlimited	29,000
	Combo sakti	75,000
	Telkomsel ketengan	12,000
	Internet keluarga	400,000
Indosat	Yellow 1 GB	12,000
	Unlimited + 1GB	25,500
	Indosat Freedom Plus 1GB	36,000
	Indosat Freedom Combo M 5G	55,800
	Indosat Paket Extra 4GB	59,000
	Indosat Freedom Combo L 26GB	91,000

	Indosat Freedom Combo XXL 65GB	185,000
XL Axiata	Hotrod 800MB	30,000
	Xtra Combo 5GB	55,000
	HotRod 3GB	56,000
	Xtra Combo 10GB	83,000
	Paket XL Xtra Combo 35GB	224,000
Smart Fren	Berbasis Volume	178,860
	Paket Internet Unlimited	77,500
	Connex Evo (MiFi)	198,705
	Paket Booster Unlimited	10,850
	Kuota Nonstop	95,950
	Kuota Malam	20,650
	Gokil Max	67,000

Sumber: Peneliti

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwasanya Telkomsel dalam melayani pelanggannya mengenakan berbagai macam tarif seperti layanan internet, layanan telepon dan juga layanan lainnya secara harga paket memang telkomsel yang paling tinggi harganya. Harga ini lah yang salah satunya membuat pelanggan telkomsel bisa pindah ke operator lain karena harga paket dikategorikan cukup mahal. Harga dapat menentukan keputusan konsumen dalam memilih produk (Ngatmo, 2021). Jadi jika perusahaan salah langkah dalam menentukan harga dan tidak sebanding pula dengan kepuasan tentunya pelanggan akan enggan untuk memilih produk yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi kepuasannya. Dengan demikian harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal tersebut juga didukung dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh (Sintya, Lopian, & Karuntu, 2018) bahwa sanya harga perpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Promosi juga dapat menjadi daya tarik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan sebab promosi ini salah layanan yang diberikan yang nantinya dapat memanjakan pelanggan dengan berbagai produk yang murah namun tetap harus

memperhatikan kualitas layanan. Berikut ini adalah berbagai macam promosi yang diberikan oleh telkomsel :

**Tabel 1.2** Promosi Per Operator Telekomunikasi di Indonesia

<b>Benefit</b>	<b>Smartfren</b>	<b>XL</b>	<b>ISAT</b>	<b>TSEL</b>
Package	Unlimited 75K	Xtra Combo Lite 21GB	Freedom U 21GB	Combo Sakti Unlimited 17GB
Total Quota (GB)	Unlimited (FUP 1GB/day)	21	18	17
Main Quota	Unlimited (FUP 1GB/day)	16	3	–
Local Quota	–	5	–	–
Unlimited	–	FB, IG, Youtube, WA, Line, Gojek	–	FB, IG, Youtube, WA, Line, Maxstream, MusicMax
Local Unlimited	–	–	–	–
Daily Apps Quota	–	–	Unlimited (FUP 15gb/mont h)	–
Streaming Quota	–	–	Unlimited (FUP 15gb/mont h)	–
Voice on net	Unlimited	5	–	300
Voice off net	10	–	–	–
SMS on net			–	400
Validity	28	30	30	30
Local Unlimited Validity	–	–	–	–
Price	Rp 75.000	Rp 65.000	Rp. 60.000	Rp 75.000

Sumber: <https://deddyhuang.com/2020/12/26/perbandingan-paket-data-internet-unlimited/> 2021.

Dari tabel diatas merupakan promosi yang diberikan oleh perusahaan telekomunikasi dengan tujuan untuk menggait penggunanya. Adapun pada smaetfren mengenakan tarif promo sebesar Rp. 75.000, XL Axiata sebesar Rp. 65.000, Indosat sebesar Rp. 60.000, Telkomsel RP. 75.000. dari tabel diatas juga daat diketahui bahwasanya promo yang diberikan oleh telkomsel termasuk paling murah bila dibandingkan dengan Smartfren dan Indosat. Promosi yang dibuat oleh telkomsel masih masuk dalam kategori mahal sehingga menyebabkan berkurangnya pengguna.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan tersebut maka penelitiingin melakukan penelitian ulang dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pelanggan Kartu Telkomsel Batam)”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Identifikasi permasalahan yang dapat diambil dari latar belakang permasalahan diatas sehingga penelitian akan lebih terfokus lagi yaitu :

1. Pelanggan kartu telkomsel mengalami penurunan dimana perusahaan telekomunikasi lainnya mengalami peningkatan pelanggan.
2. Kualitas layanan yang diberikan telkomsel dilihat dari point survey tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan dan dapat menyebabkan turunnya pengguna atau pelanggan.
3. Harga yang diberikan pihak telkomsel masih sangat mahal jika dibandingkan dengan provider lainnya.



4. Promosi yang diberikan telkomsel masih sangat kecil yaitu hanya 10% jika dibandingkan dengan yang lainnya masih mampu memberikan lebih dari 10% sebagai bentuk promosinya.

### **1.3. Batasan masalah**

Untuk mempersempit objek jangkauan permasalahan maka diperlukan adanya batasan masalah sehingga dapat dengan mudah dilakukan penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yakni :

1. Variabel yang digunakan untuk independen adalah kualitas, harga dan promosi.
2. Variabel yang digunakan untuk dependen adalah kepuasan
3. Penelitian tersebut dibatasi dengan objek penelitian yaitu pengguna telkomsel di kota Batam.
4. Waktu yang diteliti adalah pelanggan yang menggunakan kartu seluler telkomsel yang sudah 5 tahun menggunakannya.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka peneliti membuat rumusan masalah yang nantinya akan dijawab :

1. Apakah kualitas layanan Telkomsel berpengaruh terhadap kepuasan pengguna?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ?
4. Apakah kualitas layanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan dalam bentuk point maka peneliti dapat membuat tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Telkomsel terhadap kepuasan pengguna.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga yang ditentukan Telkomsel terhadap kepuasan pengguna.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi yang diberikan Telkomsel terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas, harga dan promosi yang diberikan Telkomsel terhadap kepuasan pengguna.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

1. Bagi peneliti sendiri,

Manfaat penelitian ini bagi peneliti sendiri secara teoritis dapat dijadikan sebagai bahan ilmu pengetahuan berkaitan dengan manajemen pemasaran dan juga membandingkan dengan teori yang pernah peneliti peroleh saat perkuliahan

2. Bagi civitas akademika Universitas Putera Batam,

Manfaat teoritis bagi civitas akademik Universitas sendiri adalah dan menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan teori pengajaran terutama yang berkaitan dengan pemasaran.

3. Bagi perusahaan,

Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan untuk pengambilan keputusan terutama untuk memaksimalkan kepuasan pelanggannya yang pada akhirnya pula dapat meningkatkan jumlah penggunaannya.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi peneliti sendiri,

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini bagi peneliti sendiri diharapkan dapat dijadikan pengetahuan ketika memilih kartu seluler tentang kepuasan yang dapat diberikan Telkomsel.

#### 2. Bagi civitas akademika Universitas Putera Batam,

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan untuk dilakukan pembahasan pada matakuliah yang berkaitan dengan pemasaran, dan juga dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi penelitian bagi mahasiswa selanjutnya yang meneliti tentang kepuasan.

#### 3. Bagi perusahaan,

Hasil penelitian ini secara praktis dapat dijadikan bagi perusahaan sebagai bahan analisis dalam membuat keputusannya secara praktis sehingga nantinya mampu meningkatkan kembali jumlah pengguna kartu Telkomsel dan pada akhirnya dapat menguntungkan perusahaan.