

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin ketat dan sangat dirasakan oleh para pelaku bisnis di Indonesia. Persaingan yang semakin ketat inilah yang mengharuskan para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja usaha yang di jalannya agar dapat bersaing di pasar. Pengusaha harus berusaha keras untuk dapat mengetahui dan memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggannya. Pesaing tidak hanya dari sesama tingkat lokal, tetapi juga di tingkat nasional dan internasional. Perkembangan dunia usaha ini dapat diartikan bahwa disatu sisi memberikan peluang bisnis yang besar akan tetapi disisi lain merupakan tantangan dan ancaman besar yang patut diwaspadai oleh setiap pelaku bisnis apalagi bagi pemula, tantangan dan ancaman yang dimaksudkan berupa persaingan dalam dunia usaha.

Pada era teknologi yang semakin berkembang pesat ini, menyebabkan semakin mudahnya masyarakat memperoleh informasi-informasi yang ada. Dengan begitu dapat meningkatkan wawasan masyarakat. Peningkatan wawasan masyarakat juga memiliki efek terhadap permintaan suatu produk baik itu barang atau jasa. Dengan semakin tingginya pengetahuan akan suatu produk semakin banyak pula

tuntutan pelanggan terhadap barang dan jasa yang sudah tersedia . Oleh karena itu perusahaan akan berlomba-lomba untuk memenuhi tuntutan pelanggan tersebut agar terciptanya kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkan.

Setiap perusahaan selalu memprioritaskan tingkat kepuasan pelanggan dalam setiap aktivitas operasionalnya. Perusahaan penyedia barang dan jasa selalu berupaya agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggannya. Maka dari itu perusahaan harus mampu melakukan upaya - upaya untuk mengendalikan dan meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan dipasar. Kualitas dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Tingkat pelayanan di bisnis provider internet merupakan salah satu faktor yang digunakan dalam menilai kualitas suatu provider internet. Jika konsumen yang merasa harapannya terpenuhi maka akan merasa puas. Tujuan perusahaan untuk memberikan kepuasan pelanggan adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik disertai dengan penetapan harga yang sesuai. Penetapan harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Karena harga juga merupakan salah satu pembanding bagi konsumen dan perusahaan itu sendiri.

Usaha provider internet merupakan salah satu bisnis yang saat ini dapat dirasakan persaingannya yang ketat. Persaingan yang semakin ketat tersebut dapat

dilihat dari semakin banyaknya bisnis provider internet yang bermunculan di kota Batam. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka ragam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap provider internet. Dengan begitu akan menuntut pihak pemilik atau pengelola provider internet untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding provider internet lainnya. Demikian juga halnya di PT Solnet Indonesia, dimana sebagai salah satu provider internet di kota Batam juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda yaitu bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan di PT Solnet Indonesia dibanding provider lainnya dan strategi penetapan harganya.

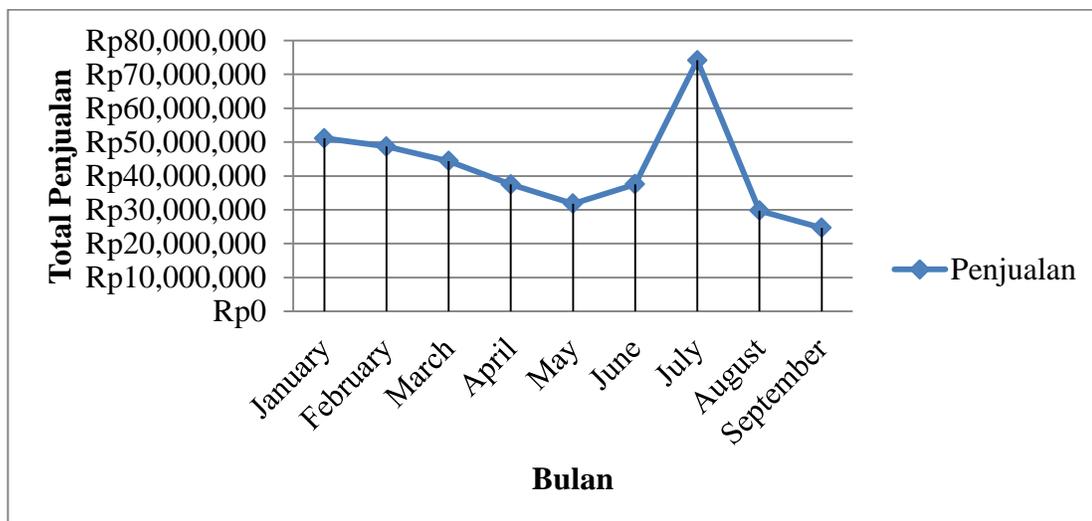
Adapun beberapa pelayanan yang diberikan PT Solnet Indonesia seperti memberikan instalasi perangkat internet secara gratis pada promosi tertentu, menyediakan teknisi yang siap melayani setiap keluhan atau permasalahan teknis yang ada tanpa biaya, menyediakan *call center* yang aktif dua puluh empat jam. Namun pelanggan mengeluh mengenai kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini disebabkan karena belum maksimalnya kualitas pelayanan secara keseluruhan seperti tidak ada *customer service* yang siaga di kantor depan, keluhan yang tidak ditanggapi secara maksimal, koneksi yang terkadang terputus dampak dari pembangunan infrastruktur, dan lain-lain.

**Tabel 1.1** Perbandingan Harga Solnet dan Indihome

Kecepatan	Nama Provider	
	Solnet	Indihome
10 mbps	Rp350,000	Rp330,000
20 mbps	Rp600,000	Rp430,000
30 mbps	Rp900,000	Rp590,000
40 mbps	Rp1,500,000	Rp690,000

**Sumber:** Peneliti, 2017

Dari data diatas menunjukkan bahwa harga yang diberikan Solnet lebih tinggi dibandingkan Indihome. Hal tersebut diyakini berpengaruh terhadap penjualan di PT Solnet Indonesia. Hal ini dapat tergambarkan dari tingkat penjualan di PT Solnet Indonesia selama sembilan bulan terakhir dimana rata-rata terjadi penurunan tingkat penjualan

**Gambar 1.1** Penjualan PT Solnet Indonesia periode 2017

**Sumber:** Peneliti, 2017

Masalah-masalah pada kualitas pelayanan yang rendah dan harga yang diberikan PT Solnet Indonesia tidak kompetitif diyakini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Solnet Indonesia dan akan sangat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan akan pentingnya kepuasan pelanggan terhadap kelangsungan hidup perusahaan, maka perlu diteliti sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Solnet Indonesia. Hasil penelitian ini akan dituangkan dalam usulan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Solnet Indonesia”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Tidak ada *customer service* yang siaga di kantor depan.
2. Keluhan yang tidak ditanggapi secara maksimal.
3. Koneksi yang kadang terputus akibat dari pembangunan infrastruktur.
4. Harga produk pada PT Solnet Indonesia masih tergolong tidak kompetitif.
5. Tingkat penjualan PT Solnet Indonesia rata-rata mengalami penurunan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi penelitian ini hanya mengenai Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Solnet Indonesia.

### **1.4 Rumusan Masalah**

1. Apa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Solnet Indonesia?
2. Apa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Solnet Indonesia?
3. Apa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Solnet Indonesia?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Solnet Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di PT Solnet Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Solnet Indonesia.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

1. Memperoleh jawaban atas rumusan masalah dan memperkuat teori yang sudah ada.
2. Membuktikan hasil dari penelitian terdahulu.
3. Menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini dapat dijabarkan:

#### **1. Bagi Perusahaan**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanan, dan menyesuaikan harga yang baik agar terpenuhi kepuasan konsumen.

#### **2. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi para peneliti untuk melakukan penelitian sejenis dimasa mendatang, sekaligus sebagai tambahan kajian perbandingan dan pemahaman mengenai variabel yang akan diteliti.

#### **3. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan di suatu perusahaan.