

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Bersama dengan kemajuan teknologi, media informasi menjadi salah satu kebutuhan yang penting bahkan termasuk dalam kebutuhan pokok. Berbagai perusahaan bersaing untuk menyediakan produk maupun jasa sesuai dengan permintaan pasar atau masyarakat bertujuan untuk mendapatkan umpan balik yang positif dan dapat memberi nilai tambah terhadap produk maupun jasa yang perusahaan sediakan (Gustiani, Putri, & Santoso, 2018: 1). Hal ini sebagai salah satu bukti pentingnya perusahaan memperhatikan mutu produk dan mutu *service* berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Salah satu media informasi yang banyak digunakan masyarakat adalah TV kabel. Melalui TV kabel, masyarakat akan mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan dunia. Semua siaran yang ditawarkan selalu diperbaharui setiap saat mengikuti perkembangan yang ada pada masyarakat dalam menaikkan kebutuhan masyarakat dalam tayangan yang berbeda dari *channel* nasional berganti ke *channel* mancanegara. Dengan begitu mudahnya mendapatkan akses terhadap informasi dan mendapatkan hiburan melalui televisi serta sudah menjadi kebutuhan massal, membuat banyak pihak berlomba untuk membuat acara televisi yang menarik minat penonton (Sujiwo & Efrizon, 2019: 214). Hal ini juga dilakukan agar para penonton tidak bosan, karena salah satu hal yang membuat penonton beralih dari sebuah *channel* adalah karena siaran yang ditayangkan bersifat pengulangan dan tidak inovatif. Apabila kualitas *channel*

yang diberikan bagus dan penonton pun merasa puas. Peneliti akan meneliti daerah perumahan Sakura Garden, dikarenakan penurunan pelanggan yang drastis di wilayah tersebut. Berikut data pemutusan dan pemasangan di perumahan Sakura Garden pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1. Data pemutusan dan pemasangan Perumahan Sakura Garden

Bulan	Total Pelanggan	Pemutusan	Pemasangan
April-18	230	8	7
Mei-18	229	15	9
Juni-18	223	10	12
Juli-18	225	14	8
Agust-18	219	16	12
Sep-18	215	18	20
Okt-18	217	16	5
Nop-18	206	22	10
Des-18	194	30	19
Jan-19	183	28	14
Feb-19	169	20	22
Mar-19	171	25	18
Apr-19	164	29	21
Mei-19	156	31	19
Jun-19	145	22	11
Jul-19	134	29	19
Agust-19	124	35	28
Sep-19	117	28	13

Sumber: PT Mackianos Network, 2018-2019

Bisa diamati pada Tabel 1.2 yaitu persentase pemutusan berlangganan dan pemasangan baru, pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan, produk dan promosi yang diberikan. Padahal hal ini sangat utama dalam mencapai kepuasan pelanggan. Jika suatu perusahaan ingin meningkatkan dan mengembangkan usaha yang dimiliki, maka wajib bisa menyerahkan jasa atau barang yang bermutu bagus untuk pelanggan maupun calon pelanggan. Ketika kualitas yang diberikan bagus

pelanggan akan merasa puas, dan juga sebaliknya (Hanjaya, 2016:181). Tidak hanya kualitas produk yang kurang memuaskan bagi pelanggan TV kabel, melainkan juga kualitas dari pelayanannya. Jika mutu *service* yang diberikan bersifat bagus dan sopan maka, pelanggan akan merasa terapresiasi dan senang memilih produk yang ditawarkan walaupun masih memiliki kekurangan. Seperti halnya *Customer Service* dalam menanggapi komplainan dari pelanggan yang sangat dibutuhkan kesabaran.

Dengan banyaknya tawaran menarik dari berbagai perusahaan, membuat setiap perusahaan ingin bersaing untuk mendapatkan kepercayaan atas jasa atau produk yang disediakan dengan memberikan mutu *service* yang terbaik diantara perusahaan-perusahaan lainnya. Mutu *service* ialah salah 1 upaya yang penting pada pesan yang tersampaikan dengan ekspektasi pelanggan dalam memakai atau menggunakan produk maupun jasa dari sebuah perusahaan. Akan tetapi, lebih bagus jika suatu perusahaan melakukan promosi terhadap produknya (Puspita & Santoso, 2018: 70).

Produk dari suatu perusahaan tidak akan diketahui keberadaannya ketika tidak dilakukan promosi. Promosi juga berupa bujukan, mengajak, pemberian informasi dan bentuk komunikasi yang disampaikan secara tidak langsung bertujuan untuk berusaha mengingatkan pasar atas produknya (Sulistiani, 2017: 28). Banyak media promosi yang tersedia seperti lewat media sosial, radio, koran dan sebagainya. Bagaimanapun itu, proses penyampaian informasi ke calon pelanggan yang terpenting bagi setiap unit usaha. Dan pelanggan telah mengetahui keberadaan suatu produk, maka tidak segan untuk mencobanya, perusahaan wajib

bergerak memberikan mutu *service* maupun kualitas produk yang terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan tersebut.

Sejauh ini, jenis promosi yang ditawarkan oleh perusahaan sama sekali tidak ada, belum lagi siaran dan *channel* yang sering bermasalah yang mengakibatkan pelanggan kecewa dan tidak puas. Hal ini membuat pelanggan selalu mempertimbangkan kembali dalam memilih lanjut berlangganan atau berhenti berlangganan.

Tabel 1.2. Persentase keluhan pelanggan di Perumahan Sakura Garden

BULAN	TOTAL PELANGGAN	Komplain	Persentase
Apr-18	230	18	8%
Mei-18	229	22	10%
Jun-18	223	27	12%
Jul-18	225	31	14%
Agust-18	219	20	9%
Sep-18	215	25	12%
Okt-18	217	29	13%
Nop-18	206	27	13%
Des-18	194	30	15%
Jan-19	183	19	10%
Feb-19	169	30	18%
Mar-19	171	35	20%
Apr-19	164	27	16%
Mei-19	156	25	16%
Jun-19	145	29	20%
Jul-19	134	31	23%
Agust-19	124	33	27%
Sep-19	117	30	26%

Sumber: PT Mackianos Network, 2018-2019

Mengacu pada data diatas bisa diamati kalau persentase komplainan dari pelanggan meningkat drastis dari periode April 2018 s/d September 2019, salah satu faktor yang membuat pelanggan komplain yaitu kualitas produk TV kabel,

diantaranya adalah siaran dan *channel* yang selalu hilang dan bermasalah. Pada saat produk sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan, maka perusahaan tersebut secara tidak langsung sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Tentunya hal ini baik bagi peningkatan atas pandangan nilai sebuah perusahaan karena telah memberi kepuasan kepada pelanggan yang memungkinkan pelanggan untuk lanjut berlangganan terhadap TV Kabel yang disediakan oleh PT Mackianos Network. Pelanggan yang puas akan memberikan keuntungan yang cenderung semakin meningkat bagi perusahaan (Puspita & Santoso, 2018: 70).

PT Mackianos Network (MCN) ialah sebuah perusahaan yang menyediakan layanan TV kabel dengan *channel* sejumlah 63 baik domestik maupun internasional telah tersedia pada pelayanan provider yang berpusat di Nagoya. PT MCN juga berusaha untuk selalu memberikan hiburan yang terbaik bagi masyarakat. Kita harus setuju bahwa hari ini televisi telah menjadi salah 1 kebutuhan primer dalam keseharian. Didunia yang hari ini didominasi oleh teknologi telah menempatkan televisi pada peringkat atas dalam daftar kebutuhan manusia. Salah satu hal yang ditawarkan oleh televisi adalah pemenuhan kebutuhan manusia akan informasi dan hiburan.

Channel termasuk salah satu hal terpenting dalam memenuhi fasilitas dan kualitas TV kabel yang disediakan, tercatat banyak pelanggan TV kabel MCN yang telah berhenti berlangganan dikarenakan beberapa *channel* yang sering hilang atau tidak ada sinyal pada saat *event* atau acara tertentu, misalnya piala dunia yang paling dinanti-nantikan oleh pelanggan untuk menyaksikan acara yang

dilaksanakan lima tahun sekali ini. Akan tetapi *channel* tersebut ditutup atau dinonaktifkan dari pihak *provider* dan mengakibatkan pelanggan kecewa dan tidak mau berlangganan lagi, ini menyebabkan angka keputusan yang tinggi. Hal ini sangat berdampak buruk bagi nilai dan citra dari perusahaan. Ditambah dengan banyaknya pesaing-pesaing yang berusaha merebut pelanggan dengan kualitas dan tawaran yang menarik dari segi harga yang murah, *channel* yang menarik, dan pelayanan yang bagus, maka dengan itu sangat penting untuk PT MCN menyediakan produk dan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik calon pelanggan untuk berlangganan.

Di samping itu, TV kabel memang mempunyai kelemahan dalam menanam jaringan kabel di beberapa daerah, maka dengan itu seringnya terjadi kerusakan yang mengakibatkan semua *channel* TV menjadi hilang. Seperti adanya penggalian jalan oleh pemerintah dalam rangka memperluas jalanan yang membuat kabel-kabel yang tertanam rusak karena galian, maka dengan itu dibutuhkan perbaikan jaringan oleh teknisi-teknisi dalam masa yang lumayan lama sehingga mengakibatkan pelanggan tidak puas, kecewa, marah-marah, dan berhenti berlangganan.

Adapun juga salah satu faktor yang terpenting yaitu pelayanan. Pelayanan yang tidak bagus akan membuat pelanggan menjadi tidak ingin lagi berlangganan, jadi sangat penting untuk *customer service* menangani setiap keluhan pelanggan dengan sopan, baik dan benar. Dan proses pengerjaan yang diatur untuk menyerahkan ke teknisi haruslah tepat untuk mempercepat menyelesaikan

masalah yang disampaikan oleh pelanggan. Dan lagi pemasangan yang semakin menurun membuat PT MCN harus memperbaiki *channel* yang bermasalah, pelayanan teknisi maupun *customer service* yang kurang ramah, pelayanan operator yang tidak 24 jam, dan persaingan yang semakin banyak.

Tidak hanya dalam bidang pelayanan, akan tetapi PT Mackianos Network juga kurang dalam hal mempromosikan produk yang disediakan, oleh sebab itu tidak banyak masyarakat diluar sana yang mengetahui keberadaan TV kabel MCN. Faktor ini yang menyebabkan pemasangan yang turun, dan profit juga menurun. Kurangnya promosi atau tawaran yang menarik minat pelanggan untuk mencoba atau memilih produk yang kita sediakan.

Penagihan iuran bulanan kepada pelanggan sering mengalami kendala ketika pelanggan tidak mau bayar sesuai iuran yang di sepakati dikarenakan terjadi kerusakan jaringan, sehingga meminta diskon atau pengurangan harga kepada kolektor, yang mengakibatkan konflik antara kolektor dan pelanggan. Hal itu membuat pelanggan tersebut tidak mau bayar dan mengajukan untuk tidak lagi ditagih oleh kolektor yang bersangkutan. Oleh karena pelayanan yang tidak bagus oleh karyawan, menyebabkan perusahaan harus menanggung risiko kerugian atas meningkatnya jumlah pelanggan yang berhenti berlangganan dikarenakan pelayanan yang tidak ramah.

Dari sekian banyak permasalahan yang diuraikan di paragraf-paragraf sebelumnya, maka diangkatlah riset ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan TV Kabel PT Mackianos Network di Batam”**

1.2. Identifikasi Masalah

Diikuti latar belakang, berikut permasalahan yang didapatkan dari riset ini :

1. Variasi *channel* yang disediakan oleh PT Mackianos Network sering hilang dan rusak, mengakibatkan pelanggan komplain dan kecewa.
2. Tawaran harga yang lebih murah oleh pesaing dalam bidang yang sama dan penawaran yang menarik membuat pelanggan memilih jasa TV kabel pihak pesaing.
3. Lambatnya pelayanan seperti pelayanan yang kurang sopan oleh customer service, dan perbaikan yang memakan waktu mengakibatkan pelanggan tidak bisa menikmati siaran yang seharusnya, pelanggan memilih untuk berhenti berlangganan.
4. Pelayanan teknisi yang terkadang kurang ramah, membuat pelanggan memikirkan kembali untuk memilih jasa TV Kabel MCN.
5. Keterbatasan tenaga kerja yang sehingga tidak mengoptimalkan kinerja karyawan.
6. Cara kerja jam penagihan, tata krama, sopan santun yang kurang sehingga mengakibatkan ketidaknyamanan pelanggan. Komplainan pelanggan atas ketidakpas-an waktu pemasangan
7. Kurangnya promosi yang menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan pemasangan.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis perlu membatasinya. Berikut batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Populasi yang diteliti yaitu hanya di perumahan Sakura Garden yang berada di Windsor dikarenakan penurunan pelanggan yang drastis terjadi di perumahan tersebut.
2. Produk yang diteliti hanya TV kabel itu sendiri
3. Pelayanan dari customer service, teknisi dan kolektor yang diteliti.
4. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan saja yang diteliti.
5. Standar dan spesifikasi dari kualitas produk yang diberikan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.
6. Ruang lingkup pelayanan adalah dimensi kualitas pelayanan.
7. Pelanggan yang dijadikan responden adalah pelanggan yang kurang lebih sudah berlangganan selama 1 tahun.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, berikut rumusan masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Mackianos Network?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Mackianos Network?
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Mackianos Network?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Mackianos Network?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari penulis untuk mengangkat masalah ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mackianos Network.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mackianos Network.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mackianos Network.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mackianos Network.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai referensi bagi penelitian yang sejenis.
- b. Memberi solusi kepada perusahaan untuk mengimprovisasi lebih maju kedepan.

1.6.2. Manfaat Praktis

- a. Pengembangan pengetahuan tentang apa yang diinginkan oleh pelanggan yang berlangganan TV kabel di Batam.
- b. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai *output* dan hasil bagi perusahaan untuk membuat keputusan.