

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi (IP-TIK) di dunia maupun di Negara Indonesia terus mengalami perkembangan. Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) 17 Desember 2018, negara Indonesia mengalami peningkatan teknologi informasi dan komunikasi setiap tahunnya. Dapat dilihat peningkatan IP-TIK di Indonesia dari 2016 sebesar 4,34 meningkat pada tahun 2017 sebesar 4,99. Secara umum peningkatan dari tahun 2016 sampai 2017 terjadi pada seluruh provinsi di Indonesia. Berdasarkan data survei BPS dapat dinyatakan Indonesia menghadapi kemajuan teknologi di era internet yang signifikan. (Badan Pusat Statistik, 2018). Sedangkan pada tahun 2019, kemajuan indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi (IP-TIK) mengalami peningkatan sebesar 5,32, jumlah tersebut meningkat di tahun 2018 sebesar 5,07. Pada skala 0-10, dimana 10 menunjukkan capaian paling tinggi dari indikator. (Badan Pusat Statistik, 2019)

Tabel 1. Data Kontribusi Pengguna Internet Per Wilayah Indonesia 2018

No	Wilayah	Jumlah pengguna internet
1	Sumatera	21.6%
2	Jawa	55.7%
3	Bali & Nusa Tenggara	5.2 %
4	Kalimantan	6.6%
5	Sulawesi-Maluku & Papua	10.9%

Sumber: APJII

Sumber: *Data diolah (2021)*

Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 menginformasikan pemakai internet telah mencapai sebanyak 171.17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia yang sebesar 264.16 juta, dari 171.17 juta orang pemakai internet di Indonesia tersebut dilihat berdasarkan pulau, pulau Jawa menempati posisi awal dengan jumlah sebanyak 55.7%, posisi kedua yaitu pulau Sumatra 21.6%, dan pulau Sulawesi 10.9%. Hasil survei APJII tahun 2018, kontribusi penggunaan internet per provinsi di pulau Jawa seluruh pemakai internet, pulau Jawa Barat menempati urutan awal dengan jumlah 16.7% (APJII, 2019).

Selain itu, Peningkatan jumlah pengguna internet di Indihome salah satunya karena adanya wabah covid-19 dan diberlakukannya Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal tersebut mengurangi kegiatan masyarakat di luar rumah dan menuntut masyarakat untuk melakukan kegiatan secara daring atau *online* guna mematuhi protokol kesehatan yang diterapkan oleh pemerintah. Kondisi tersebut menjadikan perusahaan-perusahaan di Indonesia memberlakukan sistem kerja *online* atau sistem WFH (*Work From Home*). Hal itu juga berlaku pada sistem pendidikan di Indonesia, pembelajaran yang semula dilakukan di sekolah juga dialihkan menjadi pembelajaran *online* atau daring. Sehingga, tercatat jumlah peningkatan penggunaan internet di Indonesia mencapai 40%. (CNN, 2020)

Lebih lanjut, menurut hasil survei *HootSuite* dan agensi pemasaran sosial media *We Are Social* pada laporan yang berjudul “Digital 2021” pada awal 2021 penggunaan internet di Indonesia bahkan telah mencapai sebanyak 202,6 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat sebesar 15,5 % atau 27 juta jiwa dibandingkan pada bulan Januari 2020 lalu, sehingga penetrasi internet di Indonesia awal tahun 2021 terhitung mencapai 73,7%. Pemakai internet di Indonesia yang juga memiliki telepon genggam sebesar 98,3%. (Kompas, 2021)

Kebutuhan teknologi informasi dan komunikasi juga dengan peningkatan pengguna internet di Indonesia. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, informasi dan komunikasi untuk mengambil peluang bisnis yang potensial ini. Oleh

sebab itu, banyak perusahaan-perusahaan yang menarwakan kepada konsumen dalam bentuk produk digital dan layanan internet.

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan dari kemajuan teknologi internet dan komunikasi dan salah satu Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ternama di Indonesia. Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa dan produk teknologi informasi dan komunikasi dan jaringan telekomunasi. Untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen mengenai produk berdasarkan pada realisasi koneksi internet, sebuah inovasi produk diciptakan untuk mengikuti perkembangan teknologi internet yaitu Indonesia Digital Home (Indihome).

“IndiHome merupakan salah satu produk layanan dari Telkom Group yang berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket triple play, dual play seperti layanan komunikasi, layanan data dan entertainment seperti telepon rumah, internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV)”. (IndiHome, 2020)

Seiring peningkatan pengguna internet Indihome karena wabah Covid-19, masih ditemukan berbagai macam uraian masalah dari produk indihome, beberapa permasalahan kepuasan yang dirasakan konsumen ditemukan pada konsumen Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia wilayah telekomunikasi (WITEL) Bogor yaitu mengenai pelayanan kurang baik dari Sales Agent yang dirasakan oleh salah satu Konsumen Indihome yang berolokasi pemasangan di Perumahan Taman Semesta Mas Tajur Halang Bogor. Seperti tidak dapat memasang Indihome baru dengan alasan karena Optical Distribution Point (ODP) yang penuh dan untuk memasangnya konsumen harus mengajak 10 orang untuk memasang ODP yang baru. menanggapi hal yang disampaikan dari sales agent Telkom witel Bogor dibantah oleh pihak Public Relation Telkom Regional II Jakarta Graha Merah Putih bahwa pernyataan “pemasangan baru Indihome harus menunggu 10 orang” adalah tidak benar. (Mediakonsumen, 2018)

Djodi Pangestu, 2021

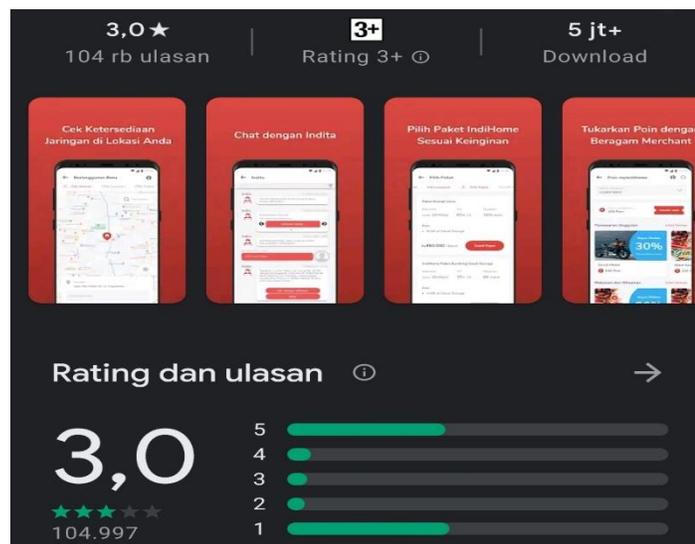
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME DI BOGOR

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Permasalahan lain yang dirasakan konsumen Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Bogor yaitu mengenai keluhan jaringan yang tidak stabil dan kecepatannya turun setelah konsumen up-grade paket 20 Mbps menjadi 50 Mbps. Sehingga mengakibatkan terhambatnya aktivitas kosumen terutama pelanggan yang beraktivitas kegiatan sehari-hari menggunakan internet seperti terkendalanya orang yang bekerja saat *Work From Home* (WFH), terganggunya kegiatan belajar dan mengajar dan kegiatan lainnya. Keluhan lain terhadap Indihome Witel Bogor yaitu kekecewan terhadap kuliatas layanan *Customer Service* yang lamban dalam menangani keluhan konsumen pengguna Indihome. (Mediakonsumen, 2020)

Gambar 1. Reviewe Aplikasi MyIndihome di *Playstore*



Sumber: Aplikasi MyIndihome

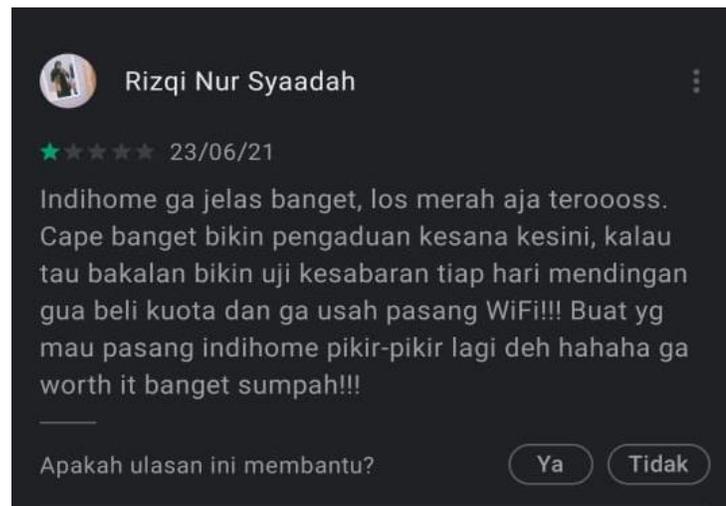
Djodi Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME DI BOGOR

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

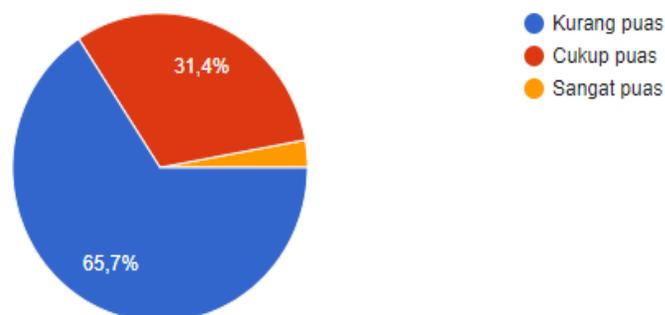
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Gambar 2. Ulasan Pelanggan Aplikasi MyIndihome di *Playstore*



Berdasarkan hasil reviewe aplikasi My Indihome diatas dapat dilihat masih banyak pelanggan yang memberi reviewe rating 1 dibandingkan rating yang lebih tinggi yaitu rating 2, 3 dan 4. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, maka akan semakin besar tingkat penilaian rating yang diberikan konsumen. Melihat ulasan pelanggan indihome yang memberikan rating 1 untuk produk indihome karena pelanggan merasa masih banyak permasalahan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kurang maksimal.

Gambar 3. Diagram Tingkat Kualitas Produk



Sumber: data diolah (2021)

Djodi Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME DI BOGOR

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Dari data pra-survei diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 65,7% konsumen kurang puas. Terdapat sebanyak 31,4% konsumen cukup puas. Dan terdapat 2,9% memilih sangat puas. Dari hasil data pra-survei menunjukkan bahwa masih terdapatnya permasalahan kualitas produk pada Indihome di Bogor yang dirasakan belum memenuhi harapan konsumen atau kualitas produk yang kurang baik.

Di dalam peningkatan kualitas produk PT. Telkom Witel Bogor mengimplementasikan sistem penanganan keluhan terhadap gangguan produk. Dengan menerapkan sistem tersebut semua pengaduan gangguan yang dilakukan oleh pelanggan baik melalui call center telkom 147, media sosial telkom, Aplikasi My Indihome, website MyTelkom, Instagram Indihome peduli (IndihomeCare) ataupun konsumen dapat datang langsung ke Plaza Telkom Witel terdekat untuk didata dan di kumpulkan di bagian pengaduan dengan aplikasi CX (Customers Experion) yang selanjutnya ditangani oleh divisi helpdesk TA (Telkom Access) atau bagian teknisi indihome. Namun berdasarkan hasil observasi ditemukan permasalahan bahwa sistem ini dinilai kurang maksimal karena masih terdapat sebagian masalah diantaranya masih terdapat pengaduan keluhan konsumen yang tidak ditangani oleh sistem tersebut.

Semakin banyak jumlah masyarakat yang tertarik menggunakan internet, maka semakin banyak beridiri perusahaan pesaing dalam industri telekomunikasi. Sehingga, menuntut perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) untuk terus memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam memberikan harapan yang maksimal dan terbaik untuk konsumennya dengan memberi pelayanan dan kualitas produk yang maksimal guna memuaskan pelanggan agar lebih unggul dari perusahaan pesaing. “Kepuasan pelanggan merupakan penilaian terhadap kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi tingkat pemenuhan kebutuhan konsumsi yang menyenangkan”. (Tjiptono Fandi, 2019)

“Menyediakan produk dan layanan yang baik penting untuk menjaga kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memainkan peran penting karena membantu bisnis menjalankan bisnis dengan lancar dalam jangka waktu yang lebih lama. Kepuasan

Djodi Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME DI BOGOR

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

pelanggan dalam mendapatkan produk dan layanan yang tepat juga akan menghasilkan organisasi mendapatkan pendapatan yang layak dan dapat memberikan peluang bisnis untuk berkembang ke seluruh dunia.” (Yussoff & Nayan, 2020).

“Kepuasan pelanggan berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai pada pelanggan. Penilaian itu akan menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan. Pelanggan akan merasa puas jika kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Namun sebaliknya, jika kualitas produk atau jasa yang diberikan kurang ataupun berada di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa”. (Afnina & Hastuti, 2018)

“Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Kualitas mempunyai peranan penting baik dipandang dari sudut konsumen yang bebas memilih tingkat mutu atau dari sudut produsen yang mulai memperhatikan pengendalian mutu guna mempertahankan dan memperluas jangkauan pemasaran. Hal ini berarti, dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan merasa puas dan akan sangat mendukung terlaksananya pemasaran word of mouth positif terhadap suatu produk”.(Rahayu et al., 2020).

Kepuasan pelanggan mempunyai korelasi yang kuat dengan kualitas pelayanan. selain masalah kualitas pelayanan kepada konsumen, permasalahan yang dihadapi dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah kualitas produk. Karena, Kualitas produk yang baik adalah solusi bagi perusahaan bisnis agar dapat bersaing dengan para kompetitornya. (Diki et al., 2020) penelitian tersebut sejalan penelitian dari (Lesmana, 2019) bahwa “kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan”. Tetapi, hasil penelitian lain menyatakan

Djodi Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME DI BOGOR

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

“variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan indihome di Tarakan”. (Kurniawan, 2019).

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan riset atau penelitian kembali terhadap “**Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indihome di Bogor**”. Alasan memilih variable tersebut karena ditemukan adanya permasalahan serta hasil dari penelitian terdahulu yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk menguji variabel-variabel tersebut untuk diimplementasikan pada permasalahan yang ada.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Indihome di Bogor?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Indihome di Bogor?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Indihome di Bogor.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepausan konsumen Indihome di Bogor.

I.4 Manfaat Penulisan

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Djodi Pangestu, 2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME DI BOGOR

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Secara teori, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide untuk menambah wawasan dan menambah literatur ilmiah bagi ilmu manajemen khususnya bidang pemasaran yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome di Bogor.

2. Manfaat Praktis

Secara praktik, penelitian ini dilakukan dalam rangka memperluas pengetahuan ilmiah dan hasil penelitian dapat digunakan sebagai pembelajaran gambaran yang akurat kepada masyarakat umum mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome di Bogor