

BAB I

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, teknologi yang digunakan manusia juga mengalami kemajuan. Salah satu bidang yang mengalami kemajuan tercepat dalam teknologi yaitu telekomunikasi. Telekomunikasi adalah teknik pengiriman atau penyampaian informasi, dari suatu tempat ke tempat lain sejak ditemukan telepon oleh Graham Bell, telekomunikasi telah berkembang pesat, bahkan menjadi yang tercepat di antara sistem lain.

Berkembangnya kebutuhan pada telepon seluler, industri kartu seluler pun ikut berkembang. Sebuah telepon seluler tidak akan bisa berfungsi sebagai alat komunikasi jika tidak menggunakan kartu seluler. Keadaan ini menciptakan peluang yang sangat besar dalam bidang industri kartu seluler perlahan tapi pasti, di Indonesia mulai banyak tumbuh serta berkembang berbagai macam perusahaan yang bergerak di bidang kartu seluler ini.

Berbagai macam pangsa pasar perusahaan operator telekomunikasi GSM yang ada di Indonesia. Para konsumen memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan sikap untuk membeli sebuah produk kartu perdana. Untuk meningkatkan persaingan agar dapat tetap diterima konsumen, perusahaan operator GSM diharapkan secara aktif untuk mendistribusikan dan memperkenalkan produk kepada khalayak masyarakat agar dapat menciptakan kesan yang melekat pada masyarakat agar konsumen tertarik dan nantinya dapat mempertahankan para pelanggan agar tetap loyal terhadap suatu produk.

Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda harga, fitur produk, dan layanan konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian munculnya harga, kualitas produk dan kualitas

layanan memberikan keuntungan bagi perusahaan operator telekomunikasi bersaing untuk menarik para pelanggan.

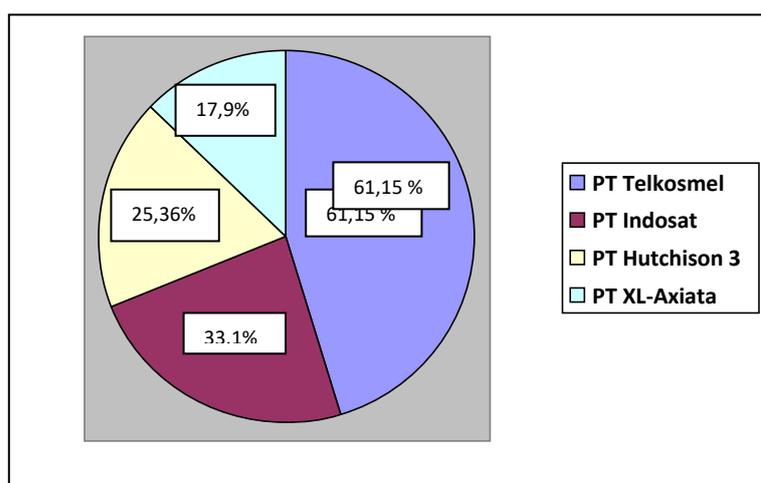
Telkomsel dan Bima Tri bisa dikarenakan kualitas produk pesaingnya memiliki strategi kualitas produk yang lebih baik dari perusahaan operator telekomunikasi lainnya. Persaingan yang ketat memicu timbulnya perang tarif, banyak provider memberikan tarif yang sangat murah, hal ini menyebabkan semakin banyaknya pilihan bagi konsumen untuk menggunakan provider sesuai dengan pilihan harga yang sesuai dengan budget yang dimilikinya. Nominal pengisian pulsa dari lima ribu rupiah sampai dengan seratus ribu rupiah, hal ini dimaksudkan memberikan banyak pilihan kepada konsumen agar harga nominal pulsa isi ulang atau kuota terjangkau oleh semua lapisan masyarakat masalah yang dihadapi sekarang ini adalah semakin berkembangnya penyedia jasa layanan simcard yang semakin banyak dengan menawarkan harga-harga yang kompetitif dengan berbagai produk yang bervariasi dan harga yang bervariasi

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diutamakan oleh pelaku usaha demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan pelanggannya Perusahaan kartu seluler selalu memperhatikan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan yang ditawarkan agar dapat berkualitas menyadari akan peranan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan pada perusahaan kartu seluler berupaya mencari cara yang dapat menciptakan kepuasan pelanggannya

Harga merupakan salah satu faktor yang harus dikendalikan secara serasi dan selaras dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kondisi ini membuat konsumen semakin leluasa dalam memilih jasa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan jasa telekomunikasi, mulai dari memilih jasa telekomunikasi berkualitas, kemudian diikuti harga yang terjangkau atau sesuai dengan daya beli konsumen produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggannya.

Salah satu strategi yang dilakukan adalah meningkatkan kualitas produk yang merupakan hal utama dari sebuah produk yang dihasilkan oleh perusahaan, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan seorang pelanggan. Selanjutnya dengan strategi kualitas layanan yang merupakan faktor nyata dalam

bertindak dengan melayani langsung para pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan bagi para calon pelangganya. Dari strategi ini pelanggan dapat langsung menyatakan puas atau tidak puasnya kualitas layanan yang diberikan. Pada berbagai jasa layanan yang menyediakan berbagai penyedia layanan telepon seluler sebagai pelengkap untuk sarana melakukan komunikasi dan penggunaan data, mobile atau gadget tersebut juga membutuhkan sistem operator telepon seluler atau GSM sebagai salah satu bagian terpenting harus mampu bersaing dengan para kompetitornya guna menguasai pangsa pasar yang ada. Kualitas pelayanan yang baik dapat terjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.



Sumber : <http://www.validnews.co/Dominasi-Telkomsel-Kuasai-Pasar-Seluler-f>.

Gambar 1. Distribusi pelanggan Operator seluler di Indonesia

Tren penggunaan telepon seluler (ponsel) menunjukkan peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Hingga tahun 2015 lalu saja Badan Pusat Statistik mencatat sekitar 338 juta pelanggan jenis ponsel angka ini begitu mencengangkan, mengingat jumlahnya yang jauh lebih besar dari jumlah penduduk Indonesia (258,2 juta jiwa) di tahun yang sama fakta statistik ini menunjukkan kecenderungan sebagian besar masyarakat saat ini memiliki lebih dari satu ponsel. Fenomena ini jelas berbanding lurus dengan perusahaan operator seluler yang tumbuh subur di Indonesia. Sejauh ini terdapat lima perusahaan operator seluler yang menguasai pasar. Merujuk laporan keuangan semester I tahun 2016 lalu Telkomsel mengaku mempunyai pelanggan layanan seluler mencapai 157,39 juta. Jumlah ini jauh melebihi jumlah pelanggan operator seluler lainnya. Keunggulan brand milik PT Telkom Indonesia (Persero) ini dapat dimaklumi. Sebab mereka memiliki base transceiver station (BTS) merata hingga pelosok daerah di Indonesia. Pesaing terdekat Telkomsel hingga saat ini adalah PT Indosat Mengutip dari laporan tahunannya pada tahun 2016, mereka mencatat digunakan oleh 85,7 juta pelanggan berikutnya, PT Hutchison 3 Indonesia yang berdasarkan laporan tahunannya di tahun yang sama memiliki 65,5 juta pelanggan pada urutan keempat, PT XL Axiata mencatat kalau hingga tahun 2016 mereka telah memiliki 46,47 juta pelanggan. Pada perkembangannya, diantara sejumlah perusahaan operator seluler ini kerap terjadi persaingan ketat, saling rebut pelanggan yang dipicu oleh kecenderungan memiliki ponsel lebih dari satu dengan sendirinya pengguna ponsel pun tak hanya menggunakan satu operator seluler saja dari data tersebut menunjukkan perusahaan Telkomsel memimpin dengan memiliki jumlah pelanggan yang cukup tinggi sebesar 61,15% dibanding dengan para pesaing ketatnya yaitu Indosat, XL dan Bima Tri.

Dengan demikian membuktikan bahwa penduduk di Indonesia mempercayai bahwa Telkomsel sebagai operator telekomunikasi yang memiliki keunggulan yang berbeda dari yang lainnya. Salah satu komponen telkomsel memiliki tarif yang dijangkau oleh semua kalangan dan memiliki kualitas produk serta kualitas layanan yang sangat baik dan tidak berbeda dari para kompetitornya untuk menarik kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Manus, dkk (2015), yang berjudul Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan, pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Todano Barat. Utami dan Trenggana dkk (2016), serta Lite (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tawakal dan Untarini (2017) yaitu terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen Sim Card Prabayar XL Yogyakarta yang dibuktikan bahwa hasil penelitian variabel *brand trust* diperoleh nilai t hitung sebesar 5,074 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,280. Namun berlawanan dengan hasil Sedangkan penelitian Mandasari (2017), yang berjudul Peran produk, harga, dan customer service dalam membentuk kepuasan dan Loyalitas pelanggan kartupaskabayar dan Wardhani (2012) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsek Flash di Surabaya menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian dari Manus, dkk (2015), Utami dan Trenggana dkk (2016), Sari, (2016), serta penelitian Mandasari (2017) yang berjudul Peran Produk, Harga, dan Customer Service dalam membentuk Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kartu Paskabayar menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian Saleleng pada tahun 2014 yang berjudul Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian Wardhani (2012) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsek Flash di Surabaya mengatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, bahwa kualitas produk harga dan kualitas layanan tidak selalu berhasil meningkatkan dan menciptakan

kepuasan pelanggan, diperkuat dengan adanya *gap research* dari hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Dalam tiga tahun terakhir Bima Tri berkembang sebagai primadona baru yang menurut data setiap tahun nya meningkat sehingga saya tertarik untuk membandingkan faktor – faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa simcard telkomsel sebagai leader dan bima tri sebagai pendatang baru. Maka penulis tertarik membuat penelitian yang berjudul pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Studi pada Generasi Milenial pengguna Jasa Simcard Tri yang beraktifitas di Gandaria Utara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan untuk dilakukan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sim card Tri pada generasi milenial?
- b. Apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sim card Tri pada generasi milenial?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Simcard Tri pada generasi milenial?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud bahwa tujuan tentang apa yang akan dibuat akan mencapai hasil yang diinginkan adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sim card Tri pada generasi milenial
- b. Untuk mengetahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sim card Tri pada generasi milenial
- c. Untuk mengetahui bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sim card Tri pada generasi milenial

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian tentang kepuasan pelanggan yang akan datang serta memperluas pengetahuan teman-teman mahasiswa atau mahasiswi lainnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan sarana untuk mengaplikasikan ilmu dan dapat dijadikan masukan dan referensi sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan khususnya meningkatkan kepuasan pelanggan simcard tri.