

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Perusahaan

PT. Infomedia Nusantara adalah perusahaan penyedia jasa dibidang informasi. Perusahaan ini adalah anak perusahaan dari PT. Telkom Indonesia. PT. Infomedia Nusantara mengkhususkan diri dengan penyediaan jasa dalam bidang media penerbitan dan iklan, serta menjadi saluran informasi bagi pelanggan telepon Telkom.

Dapat dikatakan bahwa PT. Infomedia Nusantara merupakan perusahaan penyedia layanan informasi telepon di Indonesia. Perusahaan ini menerbitkan Buku Petunjuk Telepon Telkom Yellow Pages. Saat ini PT. Infomedia Nusantara terus melakukan inovasi dan terobosan-terobosan dalam berbisnis dengan mengembangkan tiga layanan utamanya yaitu, Layanan Direktori, Layanan Contact Center, dan Layanan Content menjadi Layanan Contact Center & Outsourcing serta Layanan Digital Media & Rich Content (DMRC). Layanan Contact Center & Outsourcing adalah layanan outsourcing untuk memberikan solusi dalam penanganan manajemen hubungan pelanggan dan seluruh bisnis perusahaan outsourcing, termasuk diantaranya adalah IT Services, HR Services, dan Back Offices Services. Sedangkan Layanan Digital Media & Rich Content (DMRC) merupakan layanan informasi berbasis direktori yang dapat diakses melalui berbagai akses media seperti printed, online, mobile dengan cara cepat dan akurat.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi pemain utama dalam layanan informasi di kawasan **regional**.

Misi

Menjadi panutan dalam menciptakan nilai bagi stakeholder, dengan menyediakan layanan berikut ini: *Business Process Outsourcing*,

1.1.3 Logo Perusahaan

Berikut logo PT. Infomedia Nusantara :



Gambar 1.1

Logo PT. Infomedia Nusantara

Sumber : <https://www.infomedianusantara.co.id>

1.1.4 Informasi Perusahaan

Alamat : Jalan Buah Batu No.91, Turangga, Lengkong, Kota Bandung,
Jawa Barat 40262

No. Telp : (022) 7321226

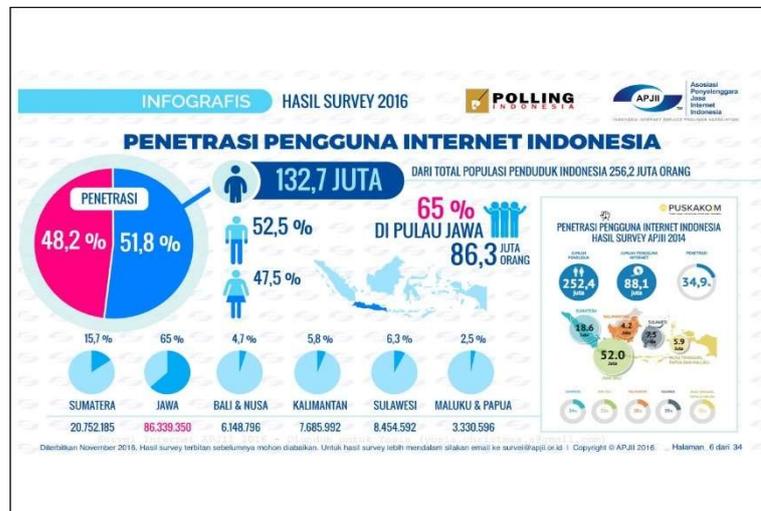
Website : www.infomedia.co.id

Email : corporate@infomedia.com

1.2 Latar Belakang

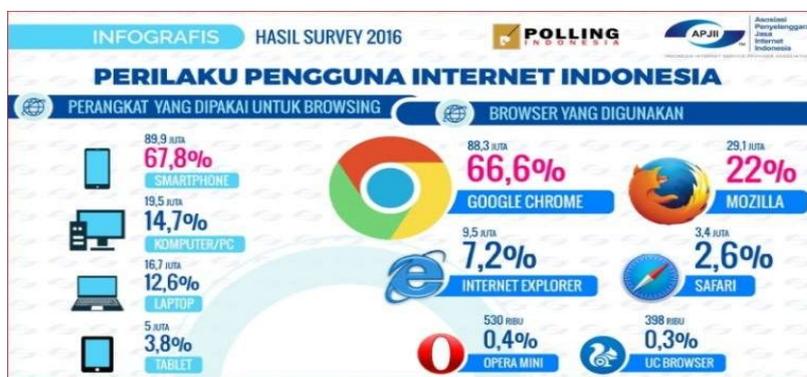
Seiring Dewasa ini Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi saat ini semakin dipermudah dengan adanya internet. Hal

ini diperkuat oleh data hasil survey pengguna internet di Indonesia yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia)



Gambar 1.2
 Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016
 Sumber : Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia

Pada gambar 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya meningkat, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta jiwa atau setara dengan 51,7% terhadap populasi di Indonesia yang 256,2 juta jiwa. Hal ini menginkat dari tahun 2014 yang mencapai 34,9% dari sebagian populasi di Indonesia. Sebagian besar pengguna internet di Indonesia tinggal di pulau Jawa, tepatnya 86,3 juta jiwa atau sekitar 65%. Selanjutnya disusul pulau Sumatera sekitar 20,5 juta jiwa 15,7%, pulau Sulawesi 8,45 juta jiwa 6,3%, pulau Kalimantan 5,8%, pulau Bali dan Lombok 4,7%, serta Maluku dan Papua 2,5%. Dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada data yang di rilis oleh menteri komunikasi dan informasi jumlah pengguna internet pada tahun 2014 di Indonesia mencapai 88,1 juta jiwa, meningkat pada tahun 2015 sebanyak 93,4 juta jiwa. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan masyarakat akan penggunaan internet semakin tinggi. Berikut adalah penyebaran pengguna internet di Indonesia. (Sumber: www.isparmo.web.id)



Gambar 1.3

Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016

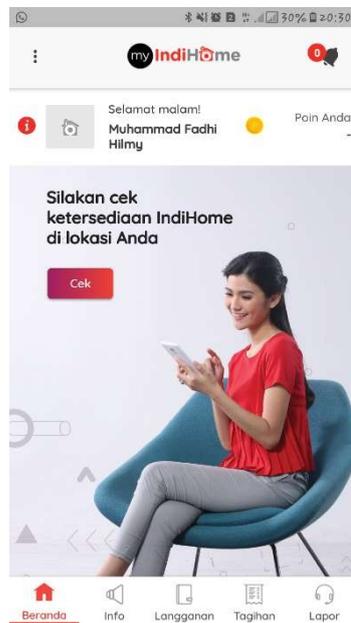
Sumber : Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia

Penggunaan internet oleh masyarakat tidak lepas dari alat atau perangkat yang dapat digunakan untuk mengakses internet dan menjalankan sistem dan aplikasi yang menggunakan jaringan internet. Menurut riset yang dilakukan oleh APJII, perangkat yang sering digunakan oleh masyarakat untuk mengakses internet adalah smartphone yaitu sebanyak 88,9 juta (67,8%), lalu komputer atau PC sebesar 19,5 juta (14,7%), laptop 16,7 juta (12,6%), dan tablet 5 juta (3,8%). (Sumber: www.isparmo.web.id)

Semakin meningkatnya pengguna internet merupakan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan konsumennya dengan cara menyediakan platform bagi usahanya, dengan adanya platform ini perusahaan dapat dengan mudah menyampaikan informasi, ide maupun penawaran terbaru bagi konsumen. Sehingga konsumen juga dapat menyampaikan komentarnya terhadap produk atau penawaran dari perusahaan. Hal ini telah diterapkan oleh perusahaan Telekomunikasi Indonesia khususnya IndiHome dengan membuat aplikasi atau platform MyIndiHome untuk mempermudah konsumennya mendapat informasi dan menyampaikan keluhannya.

Aplikasi (platform) MyIndiHome telah dirilis sejak tahun 2016 dengan mengusung *tagline* “MyIndiHome : Mudah, Nyaman, Pasti bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja”. Aplikasi MyIndiHome berfungsi untuk berlangganan IndiHome, aktivasi OTT Video Streaming, registrasi berbagai macam fitur tambahan, melaporkan gangguan layanan IndiHome, cek tagihan, cek poin myIndiHome, info pemakaian, juga menyediakan layanan *free movie* dan layanan menarik lainnya bagi konsumennya, serta dapat di unduh melalui *google play store* (*android*) dan *App Store* (*ios*) pada *smartphone* setiap konsumennya. Dengan adanya aplikasi ini perusahaan dapat memantau setiap pelayanan yang diberikan

serta keluhan yang dihadapi konsumennya.
(Sumber: <https://indihome.co.id/myindihome>)



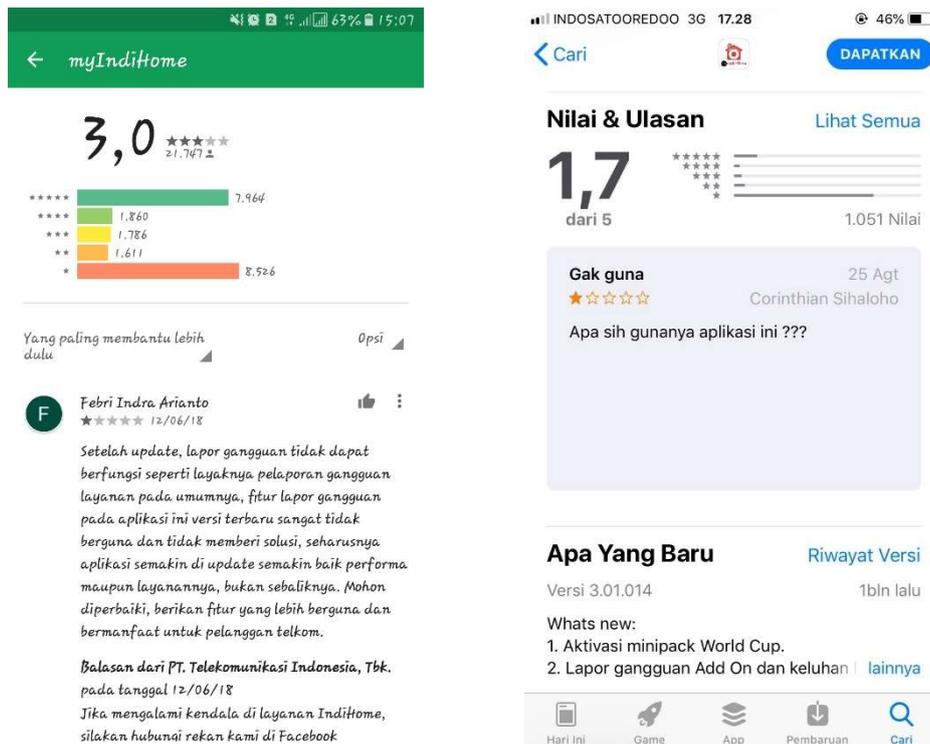
Gambar 1.4

Tampilan Aplikasi MyIndiHome
Sumber : Aplikasi MyIndiHome 2018

Pada gambar diatas fitur yang diberikan oleh IndiHome pada aplikasi MyIndiHome akan mempermudah pelanggan untuk melakukan layanan. MyIndiHome merupakan salah satu bentuk aplikasi untuk digunakan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang.

Fitur pada aplikasi MyIndiHome membuktikan pada produk aplikasi yang memiliki kualitas yang baik maka akan saling berkaitan dengan kepuasan bagi para penggunanya. Didalam peningkatan kualitas produk Internet IndiHome yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia yaitu dengan adanya aplikasi MyIndiHome. Menurut Kotler dan Keller (2016:393), terdapat sembilan jenis dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas produk, yaitu bentuk (form), fitur (features), kinerja kualitas (performance quality), kesesuaian kualitas (conformance quality), daya tahan (durability), kehandalan (reliability), kemampuan perbaikan (repairability), gaya (style), dan kostumisasi (customization). Produk yang mempunyai kualitas baik tentu akan mendapat respon yang baik dari konsumen sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Karena kualitas Produk itu dapat mempengaruhi kepuasan yang di berikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia melalui Aplikasi

MyIndihome, Kepuasan itu sendiri adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang. (Menurut Kotler dan Keller 2013:150). Karena kepuasan itu kesan yang diharapkan sesuai dengan kenyataan.



Gambar 1.5
Rating Aplikasi MyIndiHome
 Sumber : google playstore dan app store,2018

Pada Gambar 1.5 terdapat komentar kurang baik pada kolom komentar dan rating yang kurang memuaskan *google play store (android)* dan *App Store (ios)*. Pada gambar *google playstore* terdapat 21.747 pengguna aplikasi MyIndiHome dan kebanyakan pengguna aplikasi tersebut mengeluh dan memberikan rating bintang rendah diantaranya ada sekitar 8.526 orang yang memberikan bintang 1, sedangkan orang yang memberikan bintang 5 itu hanya 7.964 orang, total keseluruhan dari 21.747 orang yang menggunakan aplikasi MyIndiHome pada *google store* mempunyai rating yang rendah yaitu 3 bintang. Di sisi lain pengguna aplikasi MyIndiHome pada *ios* juga mengalami hal sama, banyak juga yang memberikan rating rendah pada aplikasi MyIndiHome, dari 1.051 kebanyakan orang yang menggunakan aplikasi MyIndiHome itu memberikan rating bintang 1 dan total

keseluruhan dari pengguna MyIndiHome pada ios dari 1.051 aplikasi tersebut memiliki nilai rating yang rendah yaitu 1,7 bintang. Dari salah satu komentar banyak sekali keluhan tentang aplikasi tersebut, membuktikan bahwa Aplikasi MyIndiHome itu belum memenuhi kepuasan para pelanggannya. Berdasarkan diskusi dengan pembimbing lapangan (2018) Penyebab dari belum terpenuhi kepuasan para pelanggan bisa dikarenakan oleh kualitas produknya, fitur-fitur yang kurang, sering mengalami *crash*, tampilan yang kurang menarik, dan belum sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya.

Seperti masalah yang telah dijelaskan diatas, penulis mendiskusikan masalah dan judul yang tepat untuk di teliti. Oleh karena itu penulis mengangkat penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Aplikasi MyIndiHome di Bandung pada Tahun 2018)"**.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana kualitas produk Aplikasi MyIndiHome
- b. Bagaimana kepuasan pelanggan yang menggunakan oleh Aplikasi MyIndiHome
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk Aplikasi MyIndiHome terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui kualitas produk dari Aplikasi MyIndihome
- b. Mengetahui kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Aplikasi MyIndihome
- c. Mengetahui pengaruh kualitas produk Aplikasi MyIndiHome terhadap kepuasan pelanggan

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis, maka penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat besar baik secara teoritis maupun praktis. Berikut beberapa pihak yang diharapkan merasakan manfaat dari penelitian ini.

- a. Bagi perusahaan
Penelitian ini dapat diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna bagi PT. Infomedia Nusantara mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

b. Bagi Penulis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan penulis dan menerapkan teori pemasaran yang di dapat selama perkuliahan dan juga hasil penelitian ini ditujukan dalam penyusunan tugas akhir pada program studi D3 Manajemen Pemasaran

c. Bagi pihak Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan dapat menjadji referensi bagi peneliti lebih lanjut yang dapat mengungkap permasalahan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang akan dijabarkan menjadi beberapa sub bab. Berikut ini akan dijelaskan mengenai penjabaran dari tiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data. Pada bab ini juga akan dijelaskan metode yang akan digunakan oleh peneliti pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisa data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya