

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1 Profil Telkomsel Regional IV Jawa Barat

Telkomsel adalah operator telekomunikasi seluler yang berbasis teknologi *Global System for Mobile Communication* (GSM) yang berdiri pada tahun 1995. Hingga saat ini Telkomsel telah menjadi operator telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan jumlah pelanggan mencapai 178 juta dan jumlah *Base Transmission Station* (BTS) sebanyak 146 ribu tersebar di seluruh Indonesia.



Gambar 1 1 Logo Telkomsel

(Sumber: Website Telkomsel. Terdapat pada www.telkomsel.com)

Dengan mengemban misi memberikan layanan dan solusi *digital mobile* yang melebihi ekspektasi pelanggan, maka Telkomsel selalu mengedepankan teknologi, dimana saat ini Telkomsel telah menggelar jaringan 3G/4G hampir 61% dari total jumlah BTS yang dimilikinya (“Annul Report Telkomsel”, 2016).

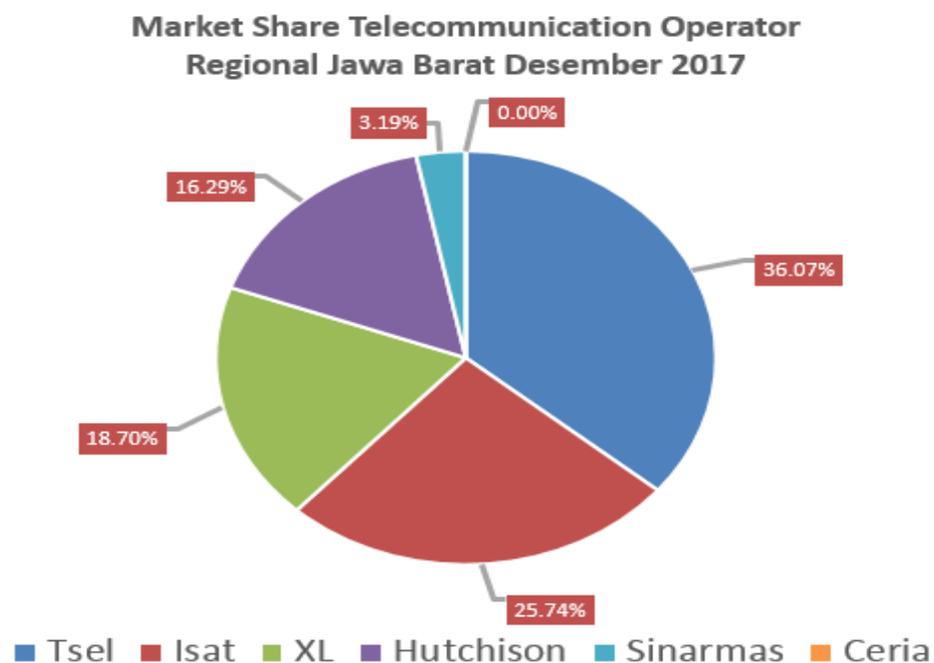
Telkomsel terbagi dalam 11 (sebelas) regional atau wilayah operasional di seluruh Indonesia, di mana Wilayah Jawa Barat merupakan Regional IV. Wilayah Regional Jawa Barat terbagi dalam 4 branch atau cabang yaitu Bandung, Soreang, Tasikmalaya, dan Cirebon.

Jumlah pelanggan yang dimiliki oleh Telkomsel Regional Jawa Barat sebanyak 10.70 juta pada Desember 2017, dengan 58%-nya adalah *Broadband User* atau pelanggan data. Pertumbuhan pelanggan data Telkomsel sangat signifikan, apalagi setelah Telkomsel me-*rollout* jaringan 4G pada akhir tahun

2015. Tercatat pertumbuhan pelanggan data sebesar 39.70% pada tahun 2017 (“Report Telkomsel Jawa Barat”, 2017).

Persaingan antar operator seluler di Jawa Barat cukup tinggi dimana terdapat 6 (enam) operator yang beroperasi di wilayah ini yaitu Telkomsel, Indosat, XL, Hutchinson, Sinarmas, dan Ceria. Dari total jumlah pelanggan seluler di Jawa Barat, *market share* Telkomsel mencapai 36.07% dibandingkan operator lain pada Desember 2017.

Dengan tingkat persaingan yang tinggi, semua operator seluler berhadapan dengan problem “churn” pelanggan yaitu berpindahnya pelanggan ke operator lain. Problem ini menjadi masalah yang sangat serius, karena menyangkut keberlangsungan bisnis perusahaan, tidak terkecuali bagi Telkomsel Regional Jawa Barat. Dari laporan tahunan 2017, disebutkan bahwa “*churn rate*” pelanggan Telkomsel Jawa Barat adalah sebesar 39% per tahun. Ini adalah angka yang cukup tinggi, mengingat rata-rata churn industri seluler secara nasional berkisar antara 15-20% per tahun.



Gambar 1 2 Market Share Telecommunication Operator Reg Jawa Barat
(Sumber: Survey Internal Telkomsel Q4 2017)

1.1.2 Pusat Layanan Pelanggan Telkomsel

Sebagai perusahaan yang fokus kepada pelanggan, Telkomsel memberikan pusat layanan pelanggan dalam berbagai media, baik *offline*, *online*, dan *Call center*. Graha Pari Sraya (Grapari) merupakan pusat layanan pelanggan *offline*, dimana pelanggan bisa mendapatkan berbagai layanan terkait kebutuhan pelanggan secara *offline* dengan mendatangi Grhapari. Sementara MyTelkomsel merupakan pusat layanan pelanggan secara *online*, di mana *smartphone* pelanggan bisa mengunduh aplikasi MyTelkomsel dan menggunakan layanan pelanggan secara *online* melalui *handphone*. Sementara pelanggan juga bisa menghubungi *Call Center* Telkomsel apabila menginginkan layanan pelanggan *by phone*.

Total Grapari Telkomsel di seluruh Indonesia ada 500 lebih, dan sekitar 30 Grapari ada di Wilayah Jawa Barat. Telkomsel juga menambahkan *mobile* Grapari di beberapa titik lokasi keramaian yang sifatnya *non-permanent*. Dan sebagai bentuk keseriusan melayani pelanggan, ada beberapa Grapari yang ditunjuk untuk melayani selama 24 jam, contohnya Grapari yang berlokasi di Jalan Juanda Dago Kota Bandung.

MyTelkomsel sebagai pusat layanan pelanggan *online*, mulai diluncurkan sejak April 2016. *Smartphone* pelanggan baik berbasis Android dan IOS, bisa *download* aplikasi MyTelkomsel melalui *Application Store* dan *Google Play*. MyTelkomsel merupakan *One Stop application* yang memudahkan pelanggan untuk mengakses berbagai kebutuhan terkait layanan seluler secara *online*.

Sementara baik pelanggan ataupun non-pelanggan juga bisa menghubungi pusat layanan pelanggan atau Call Center Telkomsel. Untuk pelanggan Telkomsel bisa menghubungi 188, di mana bagi pelanggan *prepaid* dikenakan biaya Rp 300,- setiap terhubung dengan *customer service*, sementara untuk Kartu Halo *free of charge*. Untuk non-pelanggan Telkomsel bisa menghubungi 08071811811 dengan tarif *premium*, sementara bagi pelanggan *roaming* luar negeri bisa menghubungi +628110000333 dan tidak dikenakan biaya.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pelanggan seluler di Indonesia tumbuh sangat cepat. Ericsson Mobility Report tahun 2017 menyebutkan bahwa pada tahun 2016 jumlah pelanggan seluler di Indonesia mencapai 340.60 jt dan pada tahun 2017 mencapai 370 juta pelanggan, dimana kenaikan sebesar 8.60 %. Bahkan tahun 2023 diprediksi bisa mencapai 410 juta pelanggan (“www.tekno.kompas.com”, 2018).

Dari jumlah pelanggan seluler yang besar tersebut ditemukan fakta bahwa tren penggunaan teknologi seluler saat ini bergeser dari layanan *voice* dan *sms* berubah ke layanan data. Komunikasi via *voice* dan *sms* semakin ditinggalkan, pelanggan lebih memilih komunikasi layanan data via sosial media (*sosmed*) atau *chatting*. Bahkan hampir sebagian besar aktivitas sehari-hari dilakukan via layanan data, misalnya belanja *online*, transportasi *online*, ticket *online*, *mobile banking*, juga *internet banking*. Inilah yang disebut dengan “*digital lifestyle*”, yang mana pasti menggunakan layanan data untuk transaksinya.

Pengguna layanan data tidak terlepas dari layanan *internet*, dimana perangkat pengguna harus tersambung dengan layanan *internet* apabila hendak berkomunikasi. Menurut data dari web kominfo.go.id bahwa pertumbuhan populasi pengguna *internet* di Indonesia meningkat tajam dari 49% tahun 2013 menjadi 79 % di tahun 2017. Dan sebagian besar pengguna *internet* mengakses *internet* melalui ponsel (telepon seluler) mereka, yaitu sebesar 37% di tahun 2013 menjadi 79% tahun 2017.

Akibat dari fenomena di atas, komponen *revenue* operator seluler juga mulai bergeser, meskipun *revenue legacy voice* masih merupakan komponen terbesar dari *revenue* operator, namun komposisinya semakin menurun. Sebaliknya *revenue* data semakin tumbuh. Operator seluler Telkomsel mencatat ada pergeseran komposisi *revenue* data dari 34% dari *revenue* total operator di Q1 2016 menjadi 85% di *first-half* 2017 (www.teleography.com).

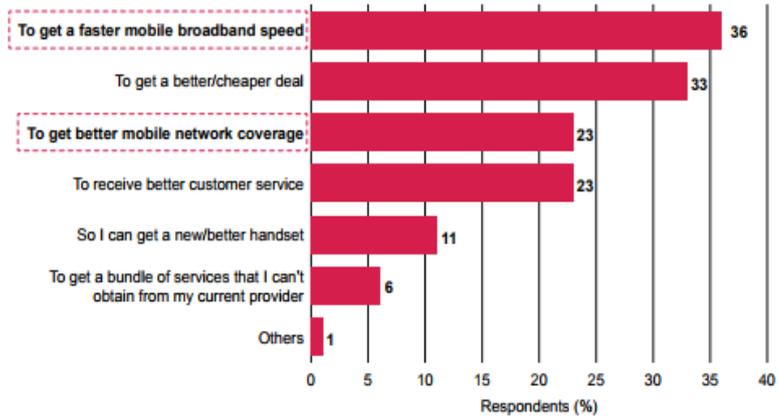
Jumlah pelanggan seluler yang melebihi jumlah penduduk, jumlah operator seluler yang cukup banyak, pertumbuhan pengguna *internet* yang tinggi, serta pertumbuhan pelanggan data atau *broadband user* yang tinggi pula, mengakibatkan pasar seluler mulai “jenuh” . Dengan kondisi pasar yang “jenuh”, semua operator

harus mencari strategi tepat untuk mencari pelanggan baru dan cara mempertahankan pelanggan eksisting agar tidak mudah berpindah ke operator lain atau yang dikenal dengan istilah “*Churn*”. Bisa dikatakan bahwa kelangsungan bisnis operator seluler didasarkan pada kemampuannya untuk mengurangi “*churn rate*” pelanggannya. Rata-rata *churn rate* di industri seluler di Indonesia sekitar 15 – 20 % per tahun. Angka ini tergolong tinggi, sehingga berbagai upaya operator dan pemerintah dilakukan untuk menekan *churn rate* pelanggan seluler (www.indotekno.com).

Beberapa sumber menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *churn* pelanggan seluler adalah biaya/tagihan, kualitas jaringan, layanan konsumen, teknologi, keamanan, dan perangkat/produk yang menunjang kebutuhan pelanggan. Dari faktor-faktor tersebut kualitas jaringan yang kurang baik dan layanan konsumen yang kurang memuaskan memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pelanggan seluler untuk meninggalkan operator eksisting (koran-sindo.com).

Ovum, sebuah lembaga riset dan konsultasi teknologi seluler, juga menyampaikan dalam laporannya bahwa sebanyak 36% pelanggan *churn* atau meninggalkan operator lamanya karena mereka menginginkan jaringan yang bisa meningkatkan *speed* atau kecepatan data saat melakukan akses internet dan sebanyak 23% pelanggan menginginkan operator yang mempunyai cakupan jaringan yang lebih baik. Seperti ditunjukkan oleh Gambar 1.3

Figure 1: Reasons for subscribers to leave their current mobile service provider

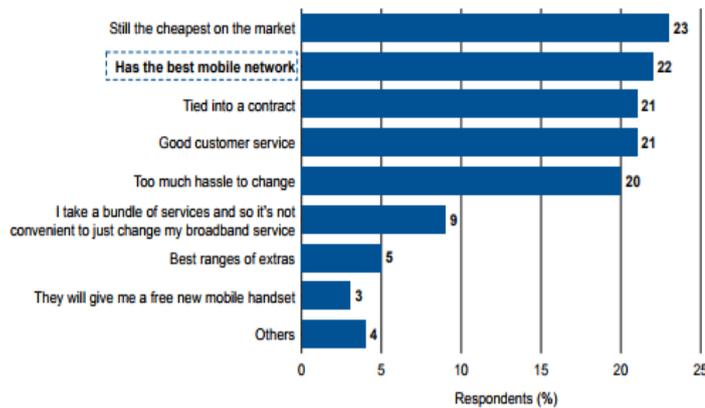


Note: n = 3,602
Source: Ovum

Gambar 1 3 Alasan Pelanggan Meninggalkan Operator Eksisting
(Sumber: Lembaga Riset Ovum, 2015)

Ovum juga melakukan survey terhadap pelanggan yang loyal dengan operator eksisting ditunjukkan oleh Gambar 1.4. Hasilnya, faktor harga merupakan porsi terbesar yaitu 23% tetapi faktor the best mobile network merupakan alasan kedua dari pelanggan, dan hanya beda 1 % dengan faktor harga.

Figure 2: Reasons why subscribers stay with their current mobile service provider



Note: n = 9,036
Source: Ovum

Gambar 1 4 Alasan Pelanggan Tidak Meninggalkan Operator Eksisting
(Sumber: Lembaga Riset Ovum, 2015)

Dari data dan fakta sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa operator seluler harus semaksimal mungkin menekan *churn rate* pelanggannya. Apalagi untuk Telkomsel Regional Jawa Barat di mana pada tahun 2017 mempunyai *churn rate* pelanggan yang cukup tinggi yaitu sekitar 39% per tahun. Artinya Telkomsel Jawa Barat harus fokus untuk mengurangi tingkat *churn rate* yang cukup tinggi ini. Karena trend revenue operator bergeser ke arah layanan data, maka operator pun akan fokus untuk menekan tingkat churn rate pelanggan data atau *Broadband User*.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengkaji dan mengidentifikasi tentang faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan sehingga diharapkan akan mengurangi tingkat *churn rate* pelanggan data atau *broadband user* di Wilayah Operasional Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan di kota-kota cabang yaitu Bandung, Soreang, Tasikmalaya, dan Cirebon, mengingat Telkomsel telah menggelar jaringan 3G dan 4G sekitar 65% dari total jumlah BTS, terutama untuk kota-kota besar di Jawa Barat.

Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Model* atau SEM, dimana SEM seringkali digunakan untuk analisis multivariat dalam penelitian sosial misalnya tentang kepuasan konsumen, motivasi, komitmen organisasional dan lain-lain. Teknik analisis SEM juga mampu menguji penelitian yang kompleks dengan banyak variabel secara simultan.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, permasalahan yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan data atau *broadband user* yang berdampak pada loyalitas pelanggan, sehingga diharapkan bisa menekan angka *churn rate* yang cukup tinggi yaitu 39% per tahun di Telkomsel Regional Jawa Barat.

Dari permasalahan di atas, maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan data atau *broadband user* terhadap setiap variabel kualitas jaringan dan variabel kualitas layanan pelanggan baik layanan pelanggan secara *online* maupun *offline*.
2. Faktor-faktor kualitas jaringan yang bagaimanakah yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat?
3. Faktor-faktor kualitas layanan pelanggan *offline* dan *online* yang bagaimanakah yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat?
4. Apakah faktor-faktor kualitas jaringan bisa mempengaruhi secara langsung loyalitas pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat?
5. Apakah faktor-faktor kualitas layanan pelanggan offline dan online bisa mempengaruhi secara langsung loyalitas pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat?
6. Apakah faktor kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan data atau *broadband user* terhadap setiap variabel Kualitas Jaringan dan kualitas layanan pelanggan baik layanan pelanggan *online* maupun *offline*.
2. Untuk menguji faktor-faktor kualitas jaringan yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat
3. Untuk menguji faktor-faktor kualitas layanan pelanggan offline dan online yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat.

4. Untuk menguji faktor-faktor kualitas jaringan yang bisa mempengaruhi secara langsung loyalitas pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat?
5. Menguji faktor-faktor kualitas layanan pelanggan offline dan online yang bisa mempengaruhi secara langsung loyalitas pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat?
6. Untuk menguji apakah faktor kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian diharapkan mampu mengidentifikasi faktor-faktor kualitas jaringan dan kualitas layanan pelanggan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan serta dampaknya kepada loyalitas pelanggan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Jawa Barat.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran ke operator seluler agar mempersiapkan jaringan data dan layanan pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan data atau *broadband user* sehingga mampu memberikan kepuasan pelanggan yang akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan laporan penelitian ini terdiri dari lima bab yang terkait satu sama lain dan tersusun secara berurutan seperti berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat mengenai obyek penelitian yang akan diteliti, latar belakang permasalahan yang mendasar

penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan yangmenjabarkan penjelasan ringkas laporan penelitian ini.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini mengemukakan dengan jelas teori-teori serta pembahasan dari hasil penelitan sejenis sebelumnya yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode, operasionalisasi variabel tahapan penelitian, populasi dan sampel, dan teknik pengumpulan dan pengolahan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan data penelitian serta hasil yang didapat dari penelitian kemudian disajikan dalam pembahasan yang menyeluruh sesuai dengan tujuan penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya yang disesuaikan dengan tujuan awal penelitian serta dilengkapi dengan saran yang disesuaikan dengan kekurangan yang masih ada dalam proses dan hasil dari penelitian.