

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Telkomsel

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1995. Produk yang pertama kali diluncurkan yaitu kartu Halo pada tanggal 26 Mei 1995. Pada tahun 2015 saham perusahaan dimiliki oleh Singapura Telekom (SingTel) sebesar 35 persen dan sisanya dimiliki oleh perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Telkom. Telkomsel merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dimana memiliki jumlah pelanggan sebesar 139.3 juta Pelanggan per 31 Desember 2014 dan merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar ketujuh di dunia.

Perusahaan Telkomsel memiliki visi menjadi penyedia layanan dan solusi hidup digital seluler kelas dunia yang tepercaya dan memiliki visi yaitu memberikan layanan dan solusi digital seluler yang melebihi harapan pelanggan, menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan kami, dan mendukung pembangunan ekonomi negara. Dalam mewujudkan misi dan visi tersebut perusahaan telah melakukan pengembangan layanan jaringan 2G, 3G dan 4G di Pekanbaru dimana hingga per Januari 2019 terdapat layanan 2G sejumlah 4988, layanan 3G sejumlah 4161 dan layanan 4G sejumlah 3709. Dalam menjalankan pelayanan kepada pelanggan perusahaan juga memiliki beberapa produk yaitu KartuHalo (pascabayar), SimPATI, Kartu As dan Loop (prabayar). Demi menjaga layanan jaringan komunikasi perusahaan ini juga memperluas daerah layanan dengan salah satunya berada di wilayah Pekanbaru, Propinsi Riau. Hingga akhir tahun 2018 perusahaan telah melakukan penambahan jaringan hingga memiliki layanan jaringan 2G (GSM dan DCS) sejumlah 484 BTS, jaringan 3G sejumlah 546 BTS, dan Jaringan 4G sejumlah 486 BTS dimana jaringan tersebar dalam beberapa kecamatan di Pekanbaru, sedangkan dalam mendekatkan layanan kepada pelanggan maka perusahaan juga

membuka layanan GraPARI dan *mobile* GraPARI sebagai ruang solusi dan kenyamanan terhadap penunjang layanan. Grapari di Kota Pekanbaru terdapat di Gedung Graha Merah putih Telkom dan Mall SKA.

Pekanbaru merupakan Ibu Kota Propinsi Riau dengan luas wilayah 1.655 km². Kota ini didirikan pada tahun 23 Juni 1784 dengan mayoritas terbesar beretnis Minangkabau 40.9 persen dan Melayu sejumlah 23.10 persen. Menurut survei Badan Pusat Statistik (BPS) Pekanbaru tahun 2017 menunjukkan bahwa penduduk Pekanbaru sejumlah 1.046.566 dimana perbandingan antara laki-laki dengan perempuan sebesar 105.5 persen. Komposisi penduduk Pekanbaru terbesar berumur pada rentang 20 hingga 24 tahun yaitu sebesar 122.456 orang. Penduduk Pekanbaru tersebar dalam 12 kecamatan dimana tingkat penggunaan teknologi layanan jaringan internet juga terbilang tinggi yaitu sebesar 92.05 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penduduk sudah sangat tinggi memanfaatkan layanan.



Gambar 1.1

Logo Terbaru Telkomsel

Sumber: Telkomsel.com

1.1.2 Visi dan Misi Telkomsel

Telkomsel memiliki visi Menjadi penyedia layanan dan solusi dari gaya hidup digital *mobile* kelas dunia yang terpercaya. Sedangkan misi dari Telkomsel yaitu memberikan layanan dan solusi digital *mobile* yang melebihi ekspektasi para

pengguna, menciptakan nilai lebih bagi pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

1.1.3 Layanan Jasa Telkomsel

Telkomsel menyediakan berbagai layanan kepada pelanggan. Pelanggan dapat menikmati layanan telekomunikasi menggunakan kartuHalo (kartu pascabayar), Kartu simPATI, kartu AS, dan Kartu Loop. Layanan Telkomsel ini mencakup jaringan *global system for mobile communication (GSM)*, *wide code division multiplexing acces (WCDMA)*, *long Term Evolution (LTE)*, dan teknologi terbaru yaitu 5G yang sudah dilakukan pengujian di Denpasar dan acara ASIAN Games 2018 (Jatmiko, 2019). Layanan Telkomsel sendiri saat ini bertambah dengan adanya *CloudMax*, *Transfer Quota Internet*, *Muslim Plus*, *Transfer Pulsa*, *Tanya Dok*, *Backsound*, *Sms Group*, *Magic call*, *Sms Translator*, dan Paket Darurat. Layanan tersebut diharapkan menunjang kenyamanan pelanggan Telkomsel.

Tabel 1.1

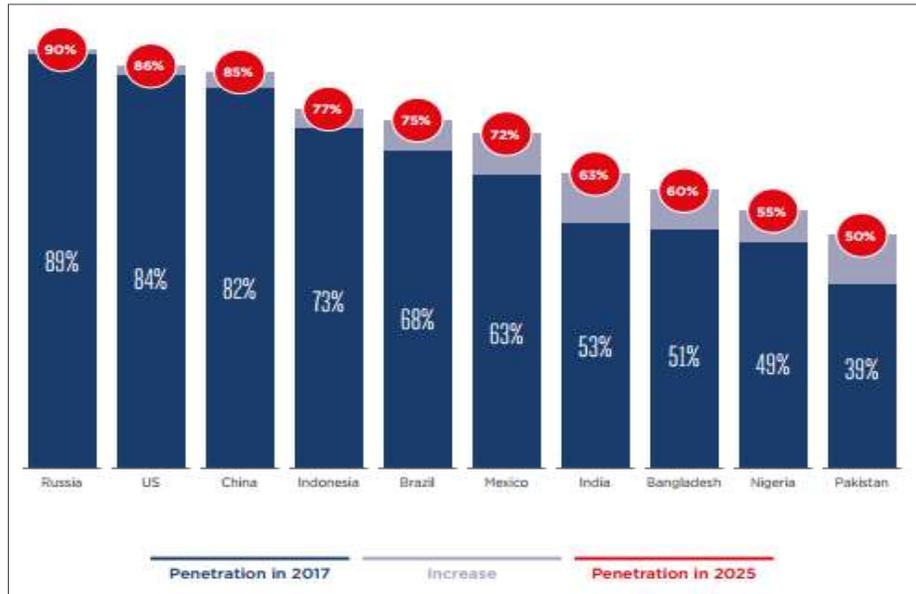
Layanan Telkomsel

No	Jenis Layanan Telkomsel
1	Jaringan Komunikasi Kartu Halo, Simpati , Kartu As, & Loop
2	Layanan Aplikasi
3	Layanan Video (Maxstream)
4	Layanan Musik (Langit Music)
5	Layanan Game (GameMax)
6	Layanan Keuangan (Linkaja)

Layanan Telkomsel memiliki keunggulan dimana antar layanan saling terhubung antara layanan video, musik, *games*, dan keuangan. Hal ini sangat membantu pelanggan dalam memanfaatkan layanan lebih banyak dan mengetahui rangkuman dari seluruh layanan yang sedang aktif dalam satu aplikasi yaitu menggunakan My Telkomsel. Layanan Telkomsel dapat digunakan di seluruh negeri dari Sabang hingga Merauke. Layanan Telkomsel juga mendukung *international roaming* sehingga dapat berkomunikasi dengan luar negeri. Layanan terhadap pelanggan juga sangat baik dengan dibukanya beberapa gerai GraPari Telkomsel dan Mobil Grapari di kota-kota besar di Indonesia. Informasi terbaru layanan GraPari sudah membuka layanan internasional tepatnya di Arab Saudi (Madinah dan Jeddah), Singapura, Taiwan, Australia dan Cina (Macau).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pengguna layanan *mobile phone* semakin meningkat dari tahun ke tahun. Menurut survei yang dilakukan oleh *The Mobile Economic Global 2018* diprediksi pada tahun 2025 mencapai 5,9 Miliar pengguna. Jumlah ini setara dengan 71% populasi dunia. Hal ini menunjukkan terdapat pangsa pasar yang besar hingga tahun-tahun kedepan dalam layanan *mobile phone*.

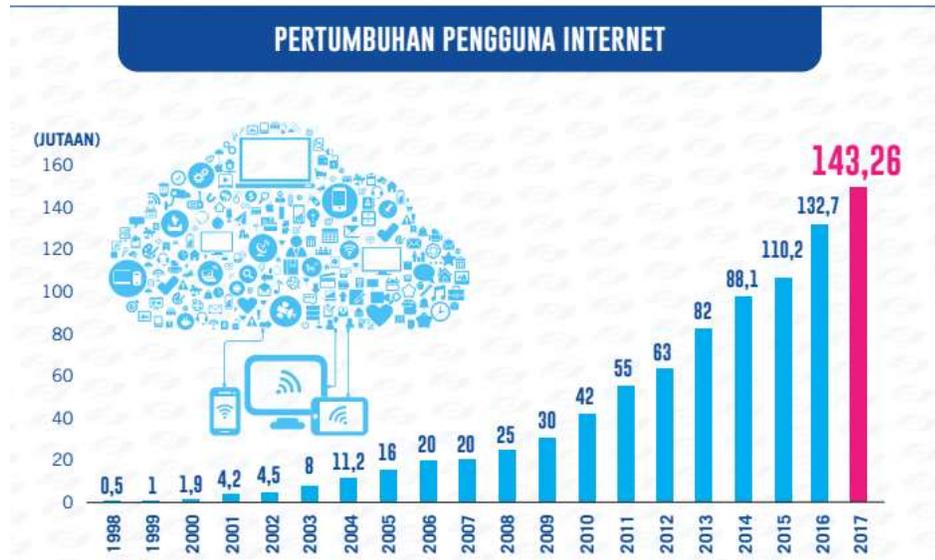


Gambar 1.2

Prediksi Kenaikan Penggunaan layanan *mobile phone*

Sumber: The Mobile Economy Global 2018, Mobile Penetration in the 10 largest countries by population

Jika dilihat penggunaan *mobile phone* di Indonesia menduduki peringkat ke-4 dimana pada tahun 2017 penetrasi sebesar 73% dan diharapkan pada tahun 2025 sebesar 77%. Hal ini menunjukkan bahwa di Indonesia memiliki potensi positif terkait kenaikan pengguna layanan *mobile phone* pada tahun kedepan.

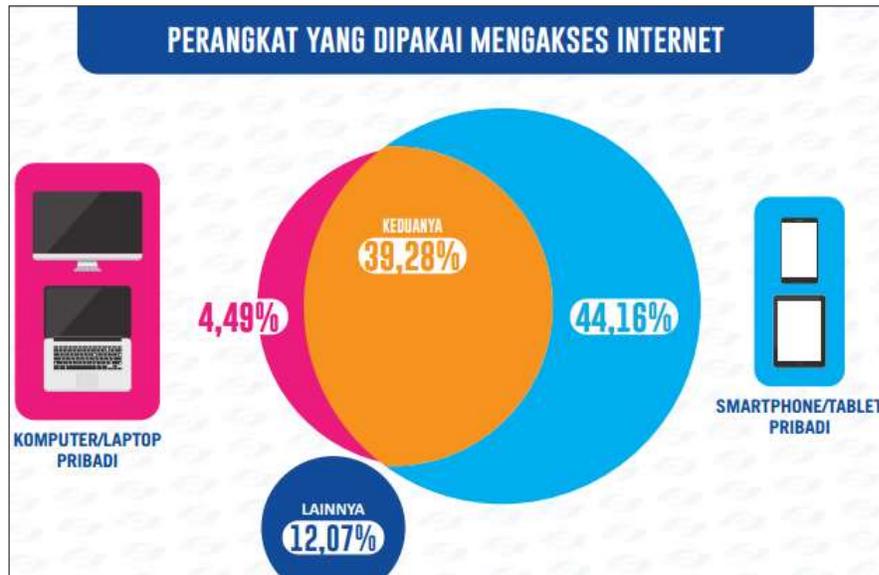


Gambar 1.3

Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia Tahun 1998-2017

Sumber: Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APLII, 2017)

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang positif. Menurut (APJII, 2017) bahwa setiap tahun terdapat pola kenaikan. Pada tahun 2016 pengguna layanan internet sebesar 132.7 juta dan pada tahun 2017 menjadi 143.26 juta. Hal ini berarti terdapat kenaikan sebesar 10.56 juta pengguna internet.



Gambar 1.4

Media Akses Internet

Sumber: Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APLII, 2017)

Berdasarkan media yang dipergunakan dalam mengakses layanan internet terdapat 44.16% menggunakan *smartphone/tablet* pribadi, sebesar 4.49% menggunakan *computer/laptop* pribadi kemudian sebesar 39.28% menggunakan *smartphone/tablet/computer/laptop* dan menggunakan media lainnya sebesar 12.07%. Dari data tersebut dapat diambil informasi bahwa penggunaan akses layanan internet bergerak memiliki porsi yang lebih besar daripada media akses lain yaitu sebesar 44.16%.

Informasi kenaikan penggunaan layanan internet yang bersumber dari *Mobile Economic Global 2018* dan Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APLII, 2017) sejalan dengan *annual report* dari perusahaan telekomunikasi di Indonesia. Beberapa perusahaan telekomunikasi menunjukkan bahwa terdapat kenaikan penggunaan layanan telekomunikasi baik menggunakan *prepaid* maupun *postpaid*. Hal ini dapat diketahui dari jumlah pelanggan sejak tahun 2015 hingga 2017 dalam

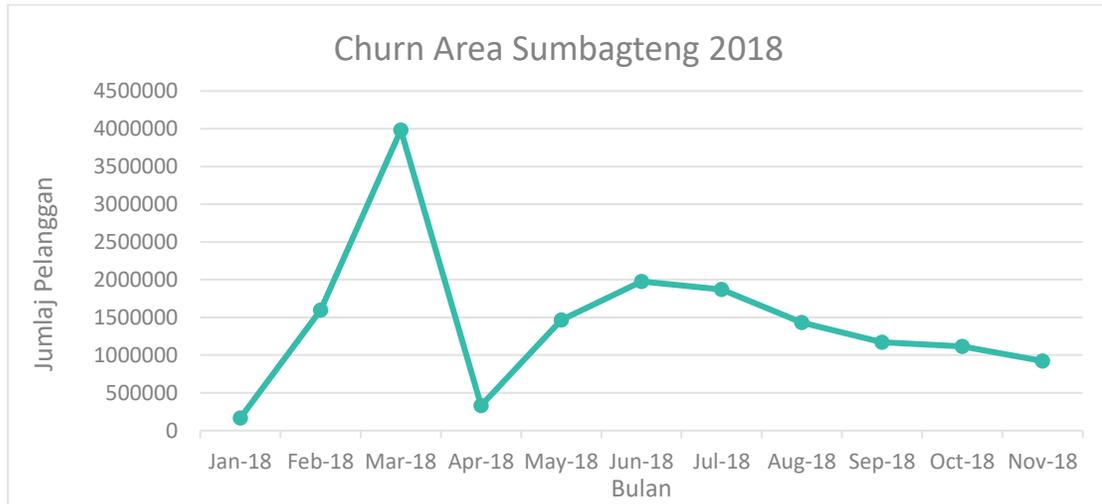
annual report perusahaan yang menunjukkan kenaikan tiap tahun baik layanan pelanggan menggunakan *prepaid* maupun *postaid*.

Tabel 1.2

Annual Report Jumlah Pelanggan Perusahaan Telekomunikasi Indonesia
Periode 2015-2017

	2017		2016		2015	
Annual Report	PrePaid	PostPaid	PrePaid	PostPaid	PrePaid	PostPaid
Telkomsel	191,583	4,739	169,740	4,180	149,131	3,509
XL	52,806	703	45,941	533	41,465	437
Indosat	109,000	1,200	84,700	900	69,000	700

Dari sumber *Marketing Product Intelegent* Telkomsel wilayah Sumatra Bagian Tengah (Sumbagteng) menunjukkan bahwa terdapat kenaikan jumlah pelanggan yang melakukan *churn* di wilayah Sumbagteng (Riau, Sumatra Barat, dan Batam). Data pelanggan yang melakukan *churn* tersebut diambil dari awal januari hingga nopember 2018. Berikut grafik nilai *churn* setiap bulan di wilayah Sumbagteng pada Gambar 1.5. Nilai *churn* tertinggi terjadi pada bulan maret 2018 sedangkan nilai terendah dari nilai *churn* terjadi bulan April 2018.

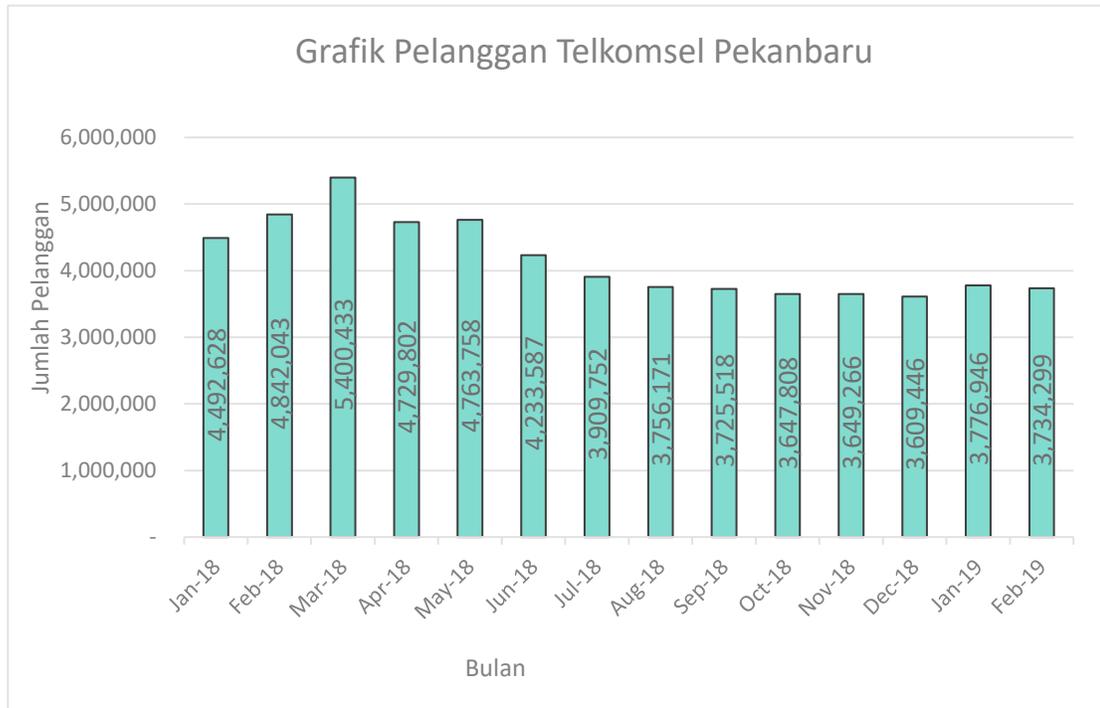


Gambar 1.5

Grafik Nilai Churn Area Sumbagteng tahun 2018

Sumber: Marketing Product Intelegent Telkomsel Sumbagteng 2018

Perubahan pelanggan Telkomsel diwilayah Pekanbaru juga mengalami perubahan yang cukup signifikan pada rentang tahun 2018. Gambar 1.6 menunjukkan bahwa terdapat penurunan jumlah pelanggan yang besar pada bulan Mei 2018 dimana selisihnya 530.171 dari bulan sebelumnya. Dari Gambar tersebut dapat diketahui bahwa semenjak periode Mei hingga desember 2018 mengalami penurunan jumlah pelanggan secara terus menerus. Hal ini sangat berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan dan diperlukan suatu solusi yang sistematis untuk mengetahui penyebab penurunan jumlah pelanggan tersebut.



Gambar 1.6

Grafik Pelanggan Telkomsel Pekanbaru

Sumber: Marketing Product Intelegent Telkomsel Sumbagteng

Berdasarkan adanya perbedaan antara data prediksi kenaikan positif terkait jumlah pelanggan (APJII, 2017), *The Mobile Economy Global 2018*, dan pola kenaikan tahunan dari *annual report* dari perusahaan telekomunikasi dibandingkan dengan nilai *churn* Telkomsel Sumbagteng, maka dengan ini diperlukan suatu pembahasan dan penelitian secara mendalam dari layanan telekomunikasi. Terkait dengan perbedaan antara prediksi dengan aktual yang terjadi terhadap jumlah pelanggan telekomunikasi di Telkomsel Sumbagteng, maka penulis mencoba mengkaji terhadap pengaruh dari faktor-faktor *Mobile Serqual*, *Switching Cost* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomsel di Pekanbaru.

1.3 Perumusan Masalah

Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia memiliki perkembangan yang baik. Hal ini merupakan kondisi yang bagus dalam menambah pelanggan Telkomsel sebagai penyedia layanan internet dimana layanan jaringan sudah menjangkau seluruh Indonesia.

Telkomsel merupakan perusahaan yang memiliki jaringan terluas dengan jaringan GSM, WCDMA, dan LTE sebagai penunjang layanan di Pekanbaru. Aplikasi tambahan dari Telkomsel dan kenyamanan dalam menanggapi komplain pelanggan juga merupakan salah satu meningkatkan layanan di Grapari.

Banyak langkah yang sudah dilakukan oleh Telkomsel dalam menarik jumlah pelanggan dan menurunkan nilai *churn* dimana banyak program seperti tukar poin dimana pengg, internet program seperti Internet Vaganza dimana dengan harga murah akan mendapat kuota internet yang besar, program *bundling* dimana pelanggan dapat memperoleh *smartphone* dan paket internet dengan cicilan dan program undian berhadiah.

Promosi juga dilakukan oleh Telkomsel dimana mengikuti acara besar seperti Asian Games di Jakarta tahun 2018, *International Indonesia Motor Show* (IIMS) 2019, dan iklan besar baik di televise maupun di layanan streaming. Beberapa promosi juga ditempatkan di lokasi strategis seperti di jalan arteri dan bandara Sultan Syarif Khasim II, Pekanbaru. Dalam mendekati ke pelanggan, Telkomsel juga membuka layanan pelanggan.

Perbaikan layanan terhadap pelanggan juga dilakukan agar pelanggan nyaman menggunakan layanan. Layanan tersebut dengan dibukanya Grapari pusat perbelanjaan, Grapari di pusat Kota, *Mobile Grapari* tiap kabupaten dan mitra Telkomsel. Pembangunan jaringan juga dilakukan oleh Telkomsel dimana terdapat 1.476 jaringan 2G, 2.675 jaringan 3G dan 1.702 jaringan LTE dalam periode 2018. Hal ini diharapkan kenyamanan dalam penggunaan layanan Telkomsel memiliki nilai yang positif.

Kelebihan dari Telkomsel dibanding operator telekomunikasi lainnya adalah luas daerah yang terlayani layanan dari jaringan telekomunikasi, kehandalan dan kecepatan akses layanan. Walaupun sudah banyak layanan, pembangunan jaringan dan promosi yang diberikan Telkomsel kepada pelanggan namun dari laporan dari Telkomsel Pekanbaru menunjukkan banyaknya jumlah pelanggan yang melakukan *churn* yang jumlahnya mencapai 2.132.676 pelanggan dalam satu tahun. Dengan tingginya nilai tersebut diperlukan suatu penelitian untuk mengetahui kondisi, keinginan, dan strategi mendapatkan pelanggan Telkomsel kembali dengan meningkatkan kualitas layanan dan mengetahui nilai dari variabel yang mempengaruhi keputusan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, didapat pertanyaan masalah yang dibahas dalam penelitian yaitu:

1. Apakah *mobile serqual* berpengaruh positif terhadap loyalitas(*loyalty*) pelanggan?
2. Apakah *mobile serqual* berpengaruh positif terhadap kepuasan (*satisfaction*) pelanggan?
3. Apakah kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah *switching cost financial* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah *switching cost financial* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah *switching cost prosedural* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
7. Apakah *switching cost procedural* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah *switching cost relational* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
9. Apakah *switching cost relational* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel *mobile serqual* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomsel.
2. Untuk mengetahui pengaruh *switching cost* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomsel.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang *mobile serqual* dan *switching cost* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomsel.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi terkait memperkaya studi terkait *switching cost financial, procedural & relational* dimana studi tersebut masih belum banyak digunakan dalam penelitian (Kurt Matzler, 2015) dan penelitian ini dapat digunakan oleh Telkomsel dalam pengambilan strategi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan Pekanbaru.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel dari pelanggan Telkomsel Pekanbaru yang memiliki koneksi internet dan pernah melakukan perpanjangan kuota internet. Sampel tersebut diharapkan dapat memberikan masukan bagi penulis terhadap unsur *mobile serqual, switching cost financial, procedural, dan relational* yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomsel. Survei dilakukan selama 3 bulan dan diharapkan dapat mewakili minimal populasi yang diperlukan dalam penelitian.

1.6 **Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada BAB I ini terdapat gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, benefit dari penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Pada BAB II terdapat hasil dari studi pustaka tentang pokok penelitian dan variabel penelitian dimana dijadikan sebagai acuan dalam penyusunan kerangka pemikiran dan hipotesis. Bab ini juga menjelaskan tentang tinjauan pustaka dari penelitian mengenai pemasaran, *mobile serqual*, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

BAB III: Metode Penelitian

Pada BAB III berisikan penegasan dari metode dan teknik yang digunakan untuk dalam menganalisis data dimana dengan tujuan membuktikan jawaban dari masalah penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada BAB IV menjelaskan hasil penelitian yang dibahas oleh peneliti secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Pada BAB V berisi kesimpulan dari analisa penelitian dan pemberian saran kepada para kepada peneliti kedepan.