

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi (*provider*) terbesar di Indonesia. Perusahaan Telkomsel telah berdiri di Indonesia sejak tanggal 26 Mei 1995, dengan demikian sampai dengan tahun 2020 perusahaan ini telah genap berusia seperempat abad. Telkomsel merupakan operator yang pertama kali menghadirkan jaringan 2G, 3G, dan 4G LTE di Indonesia. Telkomsel saat ini sedang bersiap-siap untuk menghadirkan layanan 5G pertama di Indonesia (Telkomsel.com, 2020).

Layanan Telkomsel tersebar di seluruh Indonesia melalui lebih dari 219.000 BTS yang menghubungkan lebih dari 162 juta pelanggan dari sabang sampai merauke. Operator Seluler ini tidak hanya melayani masyarakat di kota-kota besar saja, tetapi juga melayani masyarakat di pinggiran Indonesia seperti di daerah 3T (Tertinggal, Terdepan dan Terluar) Indonesia (Telkomsel.com, 2020).

Operator seluler telkomsel memiliki pelanggan dengan jumlah yang sangat banyak dan sangat beragam yang tersebar di lebih dari 17 ribu pulau, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang juga beragam Telkomsel menyediakan dua layanan prabayar dan dua layanan pascabayar. Layanan Prabayar Telkomsel yaitu simPATI dan Kartu AS sementara satu layanan pascabayar Telkomsel adalah kartu HALO (Telkomsel.com, 2020).

1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan Telkomsel

Berikut adalah Visi dan Misi perusahaan Telkomsel:

Visi

Menjadi Penyedia Layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya.

Misi

Memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

1.1.2 Logo Perusahaan Telkomsel

Berikut adalah gambar logo perusahaan Telkomsel:



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Telkomsel

Sumber: Telkomsel.com (2021)

1.2 Latar Belakang Penelitian

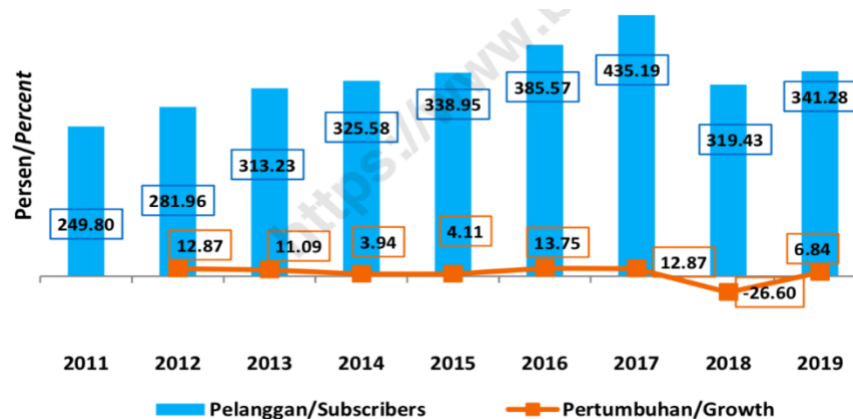
Indonesia memiliki jumlah penduduk yang selalu bertambah dari tahun ke tahun. Sejak pertama kali sensus penduduk dilakukan pada tahun 1961, grafik jumlah penduduk Indonesia selalu bergerak keatas setiap tahunnya. Total penambahan jumlah penduduk Indonesia sejak 1961 sampai dengan 2020 sebesar 173,18 juta jiwa. Pada tahun 2020 saja penduduk Indonesia telah berjumlah 170,20 juta jiwa dengan rata-rata laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,25%. (Bps.go.id, 2021)



Gambar 1.2 Pertumbuhan Penduduk Indonesia

Sumber: www.bps.go.id (2021)

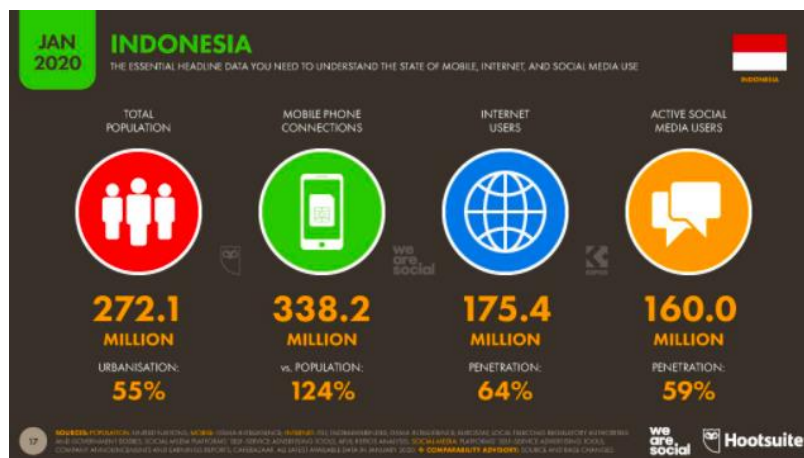
Pertumbuhan penduduk tersebut diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin hari kian pesat, banyak barang yang dulu merupakan barang mewah kini sudah menjadi kebutuhan setiap orang yang lazim digunakan sehari-hari oleh masyarakat dari segala golongan, salah satu diantaranya adalah telepon seluler (ponsel). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah dan pertumbuhan pengguna telepon seluler cenderung meningkat sepanjang tahun 2011-2019 adalah sebagai berikut:



Gambar 1.3 Pertumbuhan Pengguna Telepon Seluler Indonesia

Sumber: www.bps.go.id (2020)

Sementara itu, *We Are Social and Hootsuite* (2020), mencatat pengguna ponsel di Indonesia berjumlah 338,2 juta dengan populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 270,20 juta jiwa. Artinya setiap satu orang penduduk Indonesia memiliki rata-rata lebih dari satu ponsel.



Gambar 1.4 Data Pengguna Internet di Indonesia

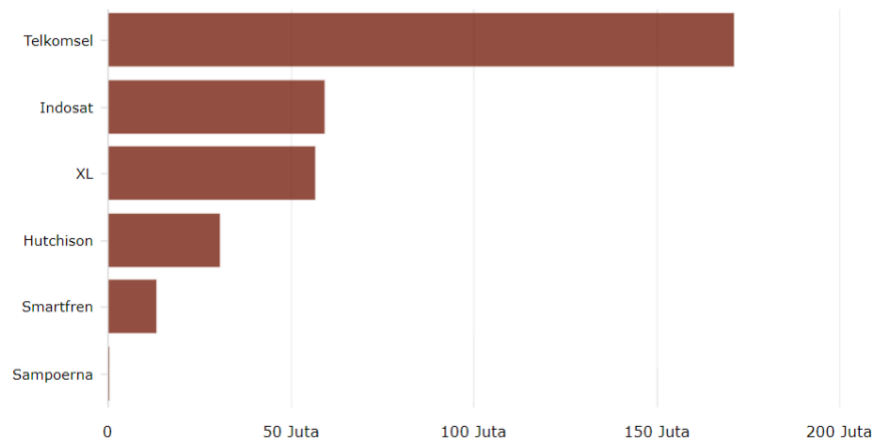
Sumber: We Are Social and Hootsuite (2020)

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, menyajikan data terkait pengguna internet Indonesia yang berjumlah 175.4 juta atau 64% dari total penduduk Indonesia. Persentase tersebut membuktikan bahwa penggunaan telepon selular dan internet di Indonesia telah dilakukan oleh lebih dari setengah masyarakat Indonesia.

Telepon selular selalu membutuhkan internet dalam pengoperasiannya menjelajahi dunia internet dan media-media digital. Internet sendiri telah banyak mengubah perilaku komunikasi masyarakat Indonesia dari media konvensional menjadi media digital. Media digital adalah media yang memudahkan seseorang untuk terkoneksi dengan banyak orang, memperluas jaringan, mempersingkat waktu dan jarak, meningkatkan kebebasan berekspresi, dan memperkecil biaya dalam penyebaran informasi (Cahyono, 2016).

Terdapat beberapa perusahaan penyedia layanan operator seluler di Indonesia dengan jumlah paling banyak yaitu, PT Telekomunikasi Selular atau Telkomsel, PT Indosat Tbk, Excelcomindo Pratama Tbk, Tri dan Smartfren (Kemkominfo Indonesia, 2018).

Dilihat dari beberapa layanan operator seluler yang ada di Indonesia, Telkomsel merupakan operator selular dengan jumlah pelanggan paling banyak. Dilansir dari katadata.com yang menampilkan data jumlah pengguna operator selular telkomsel pada tahun 2019 mencapai angka 171,1 juta pelanggan diikuti oleh empat operator selular lainnya yaitu Indosat (59,3 juta pelanggan), XL Axiata (56,7 juta pelanggan), Hutchinson (30,4 juta pelanggan), dan Smartfren (13,3 juta pelanggan). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Telkomsel merupakan operator selular yang paling diminati masyarakat Indonesia (Katadata.com, 2019).



Gambar 1. 5 Jumlah Pelanggan Operator Selular di Indonesia

Sumber: katadata.com (2019)

Akan tetapi, industri operator seluler di Indonesia memiliki angka *churn rate* yang tergolong tinggi dengan angka sebesar 26% pada tahun 2018. Dengan angka *churn rate* tersebut membuat Indonesia menjadi negara yang memiliki *churn rate* lebih tinggi dibandingkan rata-rata *churn rate* di ASEAN yaitu sebesar 15%. *Churn rate* merupakan tingkat berhentinya pelanggan dari sebuah operator seluler dalam kurun waktu tertentu dikarenakan alasan tertentu. Angka tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki pelanggan yang masih sering berpindah operator seluler atau dengan kata lain kurang loyalnya pelanggan pada suatu operator seluler sehingga terciptalah persaingan yang sengit antar operator seluler di Indonesia (selular.id diakses pada 26 Desember 2020).

Churn rate atau perpindahan pelanggan tersebut juga sempat dialami oleh pemain utama operator seluler di Indonesia, yaitu Telkomsel. Telkomsel mengalami penurunan jumlah pelanggan. Pada kuartal II tahun 2020 tercatat menurun jumlah pelanggan Telkomsel sebesar 1,50%, persentase tersebut setara dengan 2,49 juta pelanggan dibandingkan dengan kuartal I 2020 (teknologi.bisnis.com, 2020).

Penurunan jumlah pelanggan tersebut juga diikuti dengan masalah-masalah yang dialami Telkomsel beberapa waktu yang lalu. Telkomsel menjadi operator seluler yang paling banyak dikeluhkan pada tahun 2020. Kepala Bidang Pengaduan YLKI mengungkapkan bahwa Telkomsel merupakan operator seluler yang paling banyak dikeluhkan dengan persentase sebesar 29,7% (Sindonews.com, 2021).

Salah satu masalah layanan Telkomsel adalah *error*-nya aplikasi MyTelkomsel pada awal tahun 2021 yang membuat pelanggan tidak dapat membuka aplikasi dan melakukan transaksi di aplikasi My Telkomsel, *error*-nya aplikasi My Telkomsel ini juga sempat menjadi trending di media social Twitter. Hal ini juga dikonfirmasi oleh *Vice President Corporate Communications* Telkomsel, kendati sedang ada kesalahan teknis pada layanan aplikasi My Telkomsel (Kompas.com, 2021).

Masalah lain yang terjadi pada Telkomsel adalah mati totalnya layanan Telkomsel di beberapa daerah di Sumatera meliputi Riau, Sumatera Utara, Kepulauan Riau, Aceh, dan Sumatera Barat karena kebakaran di Plasa Telkom Pekanbaru (Kompas.com, 2020). Hal ini kemudian membuat Telkomsel menurunkan harga paket data 5 GB menjadi seharga satu rupiah untuk meminta maaf kepada pelanggan yang terdampak di 94 kota di Pulau Sumatera (Liputan6.com, 2020).

Permasalahan kualitas layanan pada Telkomsel tidak hanya sampai di situ, tak sampai satu tahun dari hilangnya layanan Telkomsel di 5 provinsi di Sumatera, pada April 2021 hilangnya layanan Telkomsel kembali terjadi. Dilansir dari Langgam.id, Layanan Telkomsel hilang total di Sumatera Barat khususnya Kota Padang pada tanggal 25 April, hal ini diakibatkan oleh aktifitas pemeliharaan jaringan. Hal ini membuat pelanggan Telkomsel di Kota Padang mengeluh (Langgam.id, 2021).

Padahal kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk menjaga loyalitas pelanggan agar tidak terjadinya *churn* atau perpindahan pelanggan akibat tidak puasny pelangan. Kepuasan pelanggan sendiri didefinisikan dengan perasaan kecewa atau senang dari seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa (Kotler, 2016).

Telkomsel juga merupakan operator selular yang memiliki harga tertinggi dibandingkan operator seluler lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Priansa (2016), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk yang nilainya telah ditetapkan

oleh penjual dan pembeli pada saat tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual dan nilai tersebut digunakan untuk semua pembeli. Harga adalah satu-satunya elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sementara yang lainnya menghasilkan biaya (Kotler dan Keller, 2016).

Dikutip dari sebuah artikel dari selular.id yang menampilkan daftar tarif/harga dari empat operator selular di Indonesia. Bila dinilai pada kelas harga Rp.50.000-an, perbandingan harga operator-operator selular di Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perbandingan Operator Selular Indonesia Harga 50 Ribuan

Operator		Harga	Layanan	Masa Berlaku
T-sel	Simpati	58.000	Paket Internet 6,5 GB	7 Hari
	Simpati Loop	48.000	Paket Internet 7 GB	7 Hari
	As	48.000	Paket Internet 7 GB	7 Hari
Smartfren		40.000	Internet 24 jam 8 GB Internet malam 8 GB	30 Hari
Indosat		50.000	Internet 10 GB	30 Hari
XL Axiata		59.000	Kuota utama 5 GB Kuota Youtube 5GB Kuota telepon 20 menit kesemua operator	30 Hari

Sumber: selular.id (2018)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa operator selular Telkomsel memiliki harga yang cenderung lebih tinggi dibanding operator selular lainnya. Namun masih terdapat masalah-masalah kualitas layanan seperti yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya. Padahal harga merupakan salah satu tolak ukur puas atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Pendapat ini didukung oleh teori dari Alma (2017), yang berpendapat bahwa ada enam alasan timbulnya ketidakpuasan konsumen, yaitu tidak sesuainya harapan dan kenyataan, layanan tidak memuaskan, perilaku personil yang tidak memuaskan, suasana dan lingkungan yang tidak mendukung, harga terlalu tinggi, jarak terlalu jauh, banyak waktu yang terbuang dan iklan terlalu muluk atau tidak sesuai kenyataan.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk meneliti harga, kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel. Sehingga judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel”.

1.3 Perumusan Masalah

Telkomsel merupakan operator seluler yang memiliki jumlah pelanggan paling banyak dan jangkauan jaringan paling luas di Indonesia. Namun, Telkomsel juga merupakan operator seluler yang menempati urutan pertama sebagai operator seluler yang paling banyak dikeluhkan, selain itu Telkomsel juga mengalami penurunan jumlah pelanggan pada kuartal II tahun 2020 sebanyak 2,49 juta.

Penurunan jumlah pelanggan tersebut diikuti oleh beberapa masalah yang terjadi pada kurun waktu 2020 sampai dengan 2021 yaitu jaringan yang mati total beberapa hari karena kebakaran salah satu plasa Telkom di Sumatera, gangguan jaringan di Kota Padang akibat pemeliharaan jaringan Telkomsel, dan *error*-nya aplikasi My Telkomsel menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan Telkomsel rendah. Tidak hanya kualitas layanan, Telkomsel juga memiliki harga yang paling tinggi dibandingkan dengan operator seluler lainnya. Padahal kualitas layanan dan harga merupakan faktor penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pernyataan yang telah diuraikan diatas, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kota Padang?
- 2) Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kota Padang?
- 3) Apakah harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kota Padang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kota Padang.
- 2) Untuk mengetahui apakah kualitas layanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kota Padang.
- 3) Untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di Kota Padang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat positif bagi para akademisi sebagai pembelajaran, contoh, rujukan, dan acuan yang memperkaya ilmu pengetahuan terutama dalam bidang manajemen dan pemasaran.

1.5.2 Aspek Praktis

Penulis berharap penelitian ini juga memberikan manfaat dalam aspek praktis sebagai berikut:

- 1) Menjadi media pengaplikasian ilmu bagi peneliti.
- 2) Menjadi referensi pendukung bagi para peneliti selanjutnya di bidang serupa.
- 3) Menjadi media pembelajaran bagi para akademisi dan siapapun para pencari ilmu yang ingin mempelajari bidang terkait penelitian ini.
- 4) Menjadi sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak operator seluler Telkomsel dalam pengambilan keputusan di kemudian hari.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika tugas akhir berguna agar penulis mengetahui garis besar penelitian yang akan dilakukan. Sistematika penulisan tugas akhir penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang mengenai fenomena masalah yang penting untuk diteliti, rumusan masalah yang berisi permasalahan yang berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian dengan menjelaskan hasil yang diharapkan, manfaat penelitian dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis, ruang lingkup penulisan berupa lokasi dan objek penelitian, waktu dan pelaksanaan penelitian, serta sistematika penulisan dari bab I hingga bab V.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjabarkan mengenai teori yang diambil dari beberapa sumber untuk menguatkan teori. Sumber-sumber teori yaitu buku, jurnal, artikel. Sumber-sumber tersebut akan menjelaskan definisi, penelitian serupa, hipotesis dan kerangka penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian, variable penelitian, jenis penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan teknik dan analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan analisis dari hasil pengolahan data yang telah penulis dapatkan dengan metode yang telah ditetapkan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran yang akan dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.