

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini telah banyak lahir produk *handphone* canggih, seperti *android*, *iphone*, *ipad*, *tablet*, *note* dan sebagainya yang memiliki keunggulan masing-masing. Tentu saja produk-produk tersebut memerlukan *provider* atau kartu prabayar yang dapat menunjang kualitas dari produk tersebut. Di Indonesia saat ini, ada banyak *provider* besar salah satunya, yaitu PT Hutchison 3 Indonesia. 3 (Tri) tentu tidak boleh terlena karena kompetitor juga semakin gencar menarik perhatian masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Terdapat banyak produk di berbagai pasar dengan bermacam keunggulan, serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing. Selain itu, untuk memasuki pasar baru memerlukan biaya cukup besar. Oleh karena itu alternatif yang lebih baik adalah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pasar yang sudah ada, salah satunya adalah melalui usaha untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting untuk suatu perusahaan. Peranan pelanggan sangatlah krusial, pelanggan yang puas akan membawa dampak yang baik bagi perusahaan, yaitu mereka akan menceritakan pengalaman baiknya kepada calon-calon pelanggan, sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi opini calon pelanggan baru mengenai perusahaan dan akan

lebih memilih menggunakan produk atau jasa mereka. Namun kenyataannya bukanlah pekerjaan yang mudah untuk memuaskan pelanggan. Perusahaan seharusnya menaruh perhatian pada faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Faktor pertama adalah *word of mouth*. *Word of mouth* merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.. Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa *word of mouth* kartu perdana dari 3 (Tri) adalah negatif. Masalah yang sering terjadi adalah banyak yang mengatakan bahwa koneksi dan jaringan internet dari 3 (Tri) lambat.

Berdasarkan artikel yang dilansir dari *portal* berita *online* bahwa terdapat *word of mouth* yang membuat banyak pengguna beralih ke 3 (Tri) namun ternyata dengan membludaknya pelanggan membuat *bandwidth* yang disediakan oleh 3 (Tri) tidak sesuai kapasitas *network provider* 3 (Tri)<sup>1</sup>. Dengan adanya permasalahan negatif dari *word of mouth* tersebut menyebabkan pelanggan merasa kecewa, sehingga kepuasan pelanggan pun menurun.

---

<sup>1</sup> <http://hemat-pulsa.blogspot.co.id/search/label/paket%20internet%203%20murah> Diakses pada tanggal 27 Maret 2016

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi. promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Promosi juga berisikan informasi terbaru mengenai produk baru atau informasi mengenai produk lama yang dikemas dengan menarik sehingga pelanggan tertarik.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa promosi dari 3 (Tri) seringkali tidak sesuai dengan kenyataan pada umumnya. Banyak mahasiswa yang kerap merasa tertipu oleh promosi-promosi yang ditawarkan kartu perdana dari 3 (Tri), misalnya paket berlanggan bulanan yang menawarkan bonus 1GB, namun ternyata hanya berlaku pada jam-jam tertentu yang tidak dicantumkan keterangannya.

Kemudian seperti dilansir dari artikel *online* diketahui bahwa pada awal promosi pelayanan internetnya 3 (Tri) menjanjikan kuota *unlimited* seharga Rp.88.500 (diluar PPn) dgn kecepatannya bisa mencapai 1,8 Mbps. Ternyata setelah dicoba pada 1 bulan pertama di daerah pusat kota Bekasi, Tri tidak menyediakan layanan 3G (hanya EDGE) dengan sinyal naik-turun dan kecepatan yang didapat rata-rata hanya 3-6 KB/s (atau 6-10 KB/s antara

jam 01.00-03.00 dini hari)<sup>2</sup>. Pelanggan tersebut sangat merasa kecewa dan tidak merasa puas sama sekali.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan sebab harga menentukan keuntungan yang diperoleh dari barang atau jasa yang dipasarkannya. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa harga dari 3 (Tri) mengalami kenaikan harga yang cukup tinggi untuk kalangan pelajar dan mahasiswa. Dengan keterbatasan keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa, maka harga yang murah mungkin akan lebih menyenangkan untuk mereka. Namun kenyataannya adalah karena harga yang ditetapkan oleh 3 (Tri) sangat mahal, oleh karena itu, banyak mahasiswa yang merasa tidak puas dengan kartu perdana dari 3 (Tri).

Dilansir dari berita *online* bahwa sejak Jumat, 16 Oktober 2015 silam 3 (Tri) resmi menaikkan harga paket internet dan perdana internetnya dengan besaran kenaikan 30-50% . Sebelumnya kuota++ 1,25GB hanya dikenakan harga Rp 25.000 saja namun semenjak kenaikan harga sekarang

---

<sup>2</sup>[http://www.kompasiana.com/fr4n5/internet-three-tri-3-unlimited-pepesan-kosong-dari-provider-terburuk\\_54ffa83ba33311f94b510d16](http://www.kompasiana.com/fr4n5/internet-three-tri-3-unlimited-pepesan-kosong-dari-provider-terburuk_54ffa83ba33311f94b510d16) Diakses pada tanggal 27 Maret 2016

menjadi Rp 33.000<sup>3</sup>. Menyebabkan cukup banyak mahasiswa yang tidak puas dan mengeluh atas harga yang begitu mahal dari 3 (Tri).

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *word of mouth*, promosi dan harga.

Berdasarkan kompleksnya masalah-masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya kepuasan pelanggan pelanggan kartu perdana dari 3 (Tri) pada Mahasiswa Tata Niaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, yaitu sebagai berikut:

1. *Word of mouth* yang negatif
2. Promosi yang tidak sesuai
3. Harga yang terlalu mahal

---

<sup>3</sup> <http://www.yosbeda.com/harga-paket-internet-tri-naik-internet-untuk-rakyat-tinggal-kenangan-5139/> Diakses pada tanggal 27 Maret 2016

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah kepuasan pelanggan merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan kartu perdana dari 3 (Tri) pada Mahasiswa Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan Kartu perdana dari 3 (Tri) pada Mahasiswa Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

#### 1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang pengusaha ataupun bekerja di perusahaan. Selain itu penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai hubungan antara harga dan dengan kepuasan pelanggan.

#### 2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, dan dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya dalam meneliti mengenai hubungan antara harga dan dengan kepuasan pelanggan.

### 3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, perusahaan dapat mengambil kebijakan atau keputusan yang dipandang perlu dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### 4. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan tentang perusahaan telekomunikasi dan *provider*. Selain itu, dapat dijadikan sebagai bahan referensi bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### 5. Masyarakat

Sebagai bahan masukan bagi masyarakat umum mengenai kajian harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.