

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang ditandai dengan pesatnya kemajuan di segala bidang telah membawa perubahan yang begitu cepat di segala aspek kehidupan manusia. Di bidang teknologi komunikasi, salah satu kemajuan yang dicapai adalah terciptanya alat komunikasi telepon genggam (*handphone*) yang mampu memenuhi kebutuhan untuk berkomunikasi secara cepat. Bahkan dalam perkembangannya, telepon genggam kini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi semakin luas dengan penambahan fitur-fitur yang menarik seperti kamera digital, radio dan LCD berwarna dan akses internet (*e-mobile*).

Pengguna telepon genggam saat ini banyak menaruh minat pada telepon genggam yang ditunjang dengan akses internet seperti BlackBerry, iPhone, Nexian dan telepon genggam baik tipe CDMA (*Code Division Multiple Access*) maupun GSM (*Global System for Mobile System*). BlackBerry merupakan *smartphone* yang mampu bersaing di antara berbagai *smartphone* di pasar Indonesia. Perbedaan antara *smartphone* dan *handphone* terletak pada Sistem Operasi atau *Operating System* (OS) yang hanya dimiliki oleh *smartphone*. Sistem Operasi adalah sebuah sistem atau perangkat lunak yang berfungsi untuk menjalankan fungsi-fungsi dari *handphone*. Tanpa sistem operasi, *smartphone* tidak dapat menjalankan fungsi-fungsinya secara maksimal untuk mendukung fitur-fitur yang canggih.

BlackBerry masuk ke pasar Indonesia pada bulan Desember 2004 yang bekerjasama dengan operator Indosat. Di Indonesia, telepon genggam produksi *Research In Motion* (RIM) dari Kanada ini merupakan satu-satunya *smartphone* yang memberikan fasilitas jejaring sosial yang dikenal dengan *BlackBerry Messenger* (BBM). BlackBerry dalam meraih pangsa pasar di Indonesia ini mengenalkan satu per satu layanan dan kecanggihan dari produknya seperti halnya layanan *BlackBerry messenger* (BBM) yang dapat digunakan sebagai pengirim pesan, foto, lagu dan video yang tanpa batas tersebut melalui iklan pada televisi maupun radio dan pada kegiatan (*event*) di berbagai kota. Dengan begitu masyarakat yang awam dan minim pengetahuan terhadap *smartphone* ini bisa lebih cepat mengenali layanan-layanan sangat menarik yang diberikan oleh RIM melalui operator seluler di Indonesia.

RIM selaku penyedia teknologi BlackBerry menyatakan bahwa pertumbuhan penggunaan layanan tersebut di Indonesia merupakan yang tertinggi di antara negara-negara lain di kawasan Asia Pasifik. Hal ini terbukti dengan jumlah layanan mencapai 300 ribuan pengguna yang difasilitasi dengan berbagai layanan oleh operator-operator di Indonesia.

Kenyataan tersebut membuat banyak operator besar lainnya mengikuti jejak operator Indosat untuk bekerjasama dengan RIM seperti Excelcom, Telkomsel, Natrindo Telepon Seluler (AXIS). Kehadiran operator-operator menciptakan iklim persaingan yang semakin kompetitif. Seperti telah disebutkan, salah satu operator selular baru yang turut memanfaatkan peluang pasar BlackBerry ini adalah AXIS. PT. Natrindo Telepon Selular selaku pemegang

brand AXIS merupakan operator penyedia layanan selular GSM dan 3G di Indonesia. Adapun jumlah pelanggan PT. Natrindo Telepon Selular selama 4 tahun adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan PT. Natrindo Telepon Selular
Tahun 2009-2012

| Tahun | Jumlah Pelanggan |
|-------|------------------|
| 2009 | 671.321 orang |
| 2010 | 891.789 orang |
| 2011 | 1.273.483 orang |
| 2012 | 1.4362.713 orang |

Sumber : <http://axisworld.co.id> diakses pada awal maret 2013

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pelanggan PT. Natrindo Telepon Selular cenderung mengalami peningkatan setiap tahun. Berkaitan dengan hal tersebut maka PT. Natrindo terus berupaya melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Pemenuhan kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk tetap dijaga dan ditingkatkan sebagai landasan terbinanya saling percaya antara perusahaan dengan dengan pelanggan.

Pada kenyataannya, para pelanggan masih banyak yang mengeluh tentang kualitas jasa maupun promosi penjualan paket BlackBerry AXIS. Jumlah keluhan pada Juli 2012 sebanyak 3.378 orang, Agustus 2012 sebanyak 4.762 orang, September 2012 sebanyak 5.221 orang dan Oktober 2012 sebanyak 6.127 orang (Divisi *Call Centre* AXIS, 24 November 2012) diambil saat bekerja sebagai *Call Centre*.

Data tersebut menunjukkan bahwa keluhan pelanggan AXIS cenderung meningkat setiap bulannya. Sejak bulan Juli sampai dengan Oktober 2012 telah terjadi peningkatan sebanyak 2.749 keluhan (81,38%), yaitu dari 3.378 orang pada Juli 2012 menjadi 6.127 orang pada September 2012. Bentuk keluhan pelanggan terhadap paket BlackBerry AXIS antara lain berkaitan dengan kualitas jasa yaitu BBM yang sering *pending/delay*, *push* email yang tidak *pop-up*, *download* yang sering terputus dan aktivitas sosial media yang tidak *update* (Divisi *Call Centre* AXIS, 24 November 2012) diambil saat bekerja sebagai *Call Centre*.

Kualitas jasa merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler & Keller (2012), “*satisfaction will also depend on product and service quality*”. Artinya, kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Dari sudut pandang konsumen, kualitas jasa seringkali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana kualitas tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas jasa yang diterima pelanggan. Penilaian terhadap kualitas jasa oleh pihak perusahaan pada akhirnya akan ditentukan oleh pengguna layanan tersebut yaitu pelanggan. Suara pelanggan menjadi salah satu sumber yang dapat digunakan untuk menyusun strategi yang akan dilakukan. Evaluasi terhadap bentuk-bentuk pelayanan yang telah diberikan berdasarkan masukan-masukan dari pelanggan sangat bermanfaat untuk pembenahan pelayanan selanjutnya.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi penjualan. Promosi penjualan dirancang dan dilakukan untuk mendorong pembelian yang lebih cepat dan lebih besar oleh pelanggan. Strategi yang dapat diterapkan antara lain melalui berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan

memperkenalkan produk pada pasar sasaran dan memberikan potongan harga. Promosi penjualan juga dapat menggunakan perantara seperti pedagang besar, pengecer, lembaga perkreditan, dan lembaga jasa untuk memperlancar atau mengatasi perubahan-perubahan dalam upaya mendorong jumlah pembelian yang lebih besar.

Press Release AXIS pada 28 November 2012 memberitakan bahwa AXIS terus memperkuat komitmennya untuk memberikan layanan komunikasi hemat dan berkualitas dengan meluncurkan paket layanan BlackBerry baru yang lebih sempurna, yaitu: BlackBerry Pro Unlimited, Fun, Basic, dan Basic+ dengan pilihan paket harian, mingguan, dan bulanan. Paket layanan BlackBerry terbaru dari AXIS ini ditawarkan dengan harga lebih murah, mulai dari Rp1000 per hari, dan dilengkapi dengan bonus gratis hingga 200 SMS, gratis telepon hingga 5000 menit, dan gratis layanan data hingga 100 MB.

Namun kenyataan yang terjadi dari data berikut bulan Juli sampai dengan Oktober 2012 telah terjadi peningkatan sebanyak 2.749 keluhan (81,38%), yaitu dari 3.378 orang pada Juli 2012 menjadi 6.127 orang pada September 2012 diambil saat bekerja sebagai *Call Centre*, jumlah keluhan pelanggan AXIS yang diterima Divisi *Call Centre* AXIS menunjukkan bahwa keluhan pelanggan berkaitan dengan promosi penjualan cenderung meningkat. Keluhan pelanggan tersebut pada umumnya berkaitan dengan diskon yang ditawarkan AXIS masih lebih rendah dari *provider* lain dan informasi harga yang kurang dipromosikan serta paket-paket promo yang masih kurang diberikan kepada pelanggan.

Semakin beragamnya produk baru yang ditawarkan dan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan, membuat AXIS berbenah dalam segi layanan.

Untuk mendukung penjualan dan memberikan layanan, *AXIS Shop* dapat menjadi tempat penjualan aneka produk kartu perdana, paket *bundling*, perangkat *mobile*, dan layanan pelanggan. Menurut Kepala Komunikasi Perusahaan *AXIS*, Anita Avianty, *AXIS Shop* memiliki 3 fungsi utama, yaitu: *Pertama*, sebagai *contact center*, yaitu tempat pelanggan bisa melakukan kontak langsung dengan *AXIS*, baik untuk penyelesaian keluhan layanan, maupun melakukan pendaftaran layanan yang memerlukan kehadiran pelanggan, seperti mengajukan permohonan layanan pascabayar, mengganti kartu karena hilang, dan lain-lain. *Kedua*, *education center*, petugas layanan pelanggan di *AXIS Shop* dipersiapkan juga untuk memberikan edukasi produk dan layanan *AXIS* bagi para pelanggan seperti untuk bantuan *setting* perangkat (ponsel, *tablet*, dan sebagainya) maupun mendapatkan informasi tentang keunggulan produk data *AXIS*. *Ketiga*, di *AXIS Shop* pelanggan bisa mendapatkan produk dan layanan *AXIS*, seperti voucher isi pulsa, kartu perdana, dan juga produk eksklusif yang hanya bisa didapatkan di *AXIS Shop*, seperti nomor cantik dan paket ponsel *bundling* dengan harga khusus.

AXIS Shop saat ini berjumlah 55 lokasi dan salah satunya adalah *AXIS Shop Ambassador* yang beralamat di Mall Ambassador, Lt. Dasar, Unit No. 40-41 Jl. Prof. Dr. Satrio Kuningan, Jakarta Selatan. Jumlah pelanggan yang datang ke *AXIS Shop Ambassador* tahun 2008-2012 sebagaimana tertera pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Pelanggan *AXIS Shop Ambassador* Tahun 2008-2012

| | Tahun | | | | |
|---|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Jumlah seluruh pengunjung | 17.188 | 29.301 | 34.100 | 40.224 | 47.435 |
| Jumlah pengunjung yang menggunakan Paket BB <i>AXIS</i> | 3.609 | 8.790 | 11.594 | 15.687 | 21.346 |
| Persentase | 21% | 30% | 34% | 39% | 45% |

Sumber : *AXIS Shop Mall Ambassador*, 2013

Tabel 1.2 tersebut memperlihatkan jumlah pelanggan paket Blackberry AXIS yang mengunjungi AXIS shop Mall Ambassador. Sesuai dengan fungsinya, maka *AXIS Shop* dikunjungi pelanggan untuk melakukan kontak langsung dengan AXIS, baik untuk penyelesaian keluhan layanan maupun melakukan pendaftaran layanan yang memerlukan kehadiran pelanggan, untuk memperoleh edukasi produk dan layanan AXIS, untuk mendapatkan informasi tentang keunggulan produk data AXIS serta untuk mendapatkan produk dan layanan AXIS, seperti voucher isi pulsa, kartu perdana, dan juga produk eksklusif yang hanya bisa didapatkan di *AXIS Shop* seperti nomor cantik dan paket ponsel *bundling* dengan harga khusus, dan menerima keluhan pelanggan seputar tentang AXIS.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: “Pengaruh Kualitas Jasa dan Promosi Penjualan Paket Blackberry AXIS Terhadap Kepuasan Pelanggan : Survei pada pelanggan BlackBerry AXIS di *AXIS Shop* Mall Ambassador Jakarta.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas jasa, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan paket Blackberry AXIS?
2. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan paket BlackBerry AXIS?

3. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan paket BlackBerry AXIS?
4. Apakah kualitas jasa dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan paket BlackBerry AXIS?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui deskripsi kualitas jasa, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan paket Blackbery AXIS.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket BlackBerry AXIS.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket BlackBerry AXIS.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa dan promosi penjualan yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan paket BlackBerry AXIS.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat ditinjau dari dua sisi yang berbeda yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini berguna sebagai bahan perbandingan antara ilmu pemasaran dengan penerapannya. Melalui penelitian ini dapat diketahui bagaimana ilmu pemasaran dapat diterapkan pada kegiatan-kegiatan pemasaran sebuah

perusahaan telekomunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi *AXIS Shop* Ambassador dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa dan promosi penjualan paket BlackBerry AXIS terhadap kepuasan pelanggan.