

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sistem telekomunikasi global yang berkembang pesat dewasa ini telah membawa masyarakat ke dunia teknologi komunikasi dan informasi. Hal ini berarti sarana komunikasi yang berupa telepon tetap, telepon seluler dan internet yang bersifat multimedia telah menjadi topik pembicaraan saat ini.

Perkembangan sarana komunikasi diawali dengan masuknya internet sekitar tahun 1994, kini akses internet menjadi kebutuhan pokok bagi hampir setiap orang karena internet dinilai memiliki berbagai manfaat yang sangat penting bagi umat manusia, terutama bagi mereka yang ingin memperoleh informasi melalui perkembangan teknologi internet.

Adapun manfaat secara umum adalah memperoleh informasi yang diinginkan untuk kepentingan pribadi, sosial, maupun informasi bisnis dan sebagainya dapat diperoleh melalui internet.

Pada tanggal 14 April 2015 yang lalu, Pusat Kajian Komunikasi (PUSKAKOM) UI telah merilis tentang hasil survey profil pengguna internet di Indonesia yang ditulis dalam blog idkeyword, "Pengguna internet di Indonesia sudah mencapai angka 88,1 Juta. Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang ada 252,4 Juta, maka dapat dikatakan bahwa penetrasi pengguna internet di negara ini mencapai 34,9%. Angka

tersebut meningkat cukup banyak bila dibandingkan dengan tahun 2013 dimana penetrasi internet baru mencapai 28,6%.<sup>1</sup>”

Dari data tersebut menunjukkan pengguna internet di Indonesia berkembang sangat pesat. Seiring dengan kebutuhan dan permintaan yang terus meningkat setiap tahunnya akan jasa internet, maka banyak perusahaan provider telekomunikasi seluler yang mencoba peruntungannya dan terjun ke dalam bisnis jasa internet. Salah satu perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia adalah PT Hutchison 3 Indonesia. Perusahaan tersebut mengeluarkan produk berupa kartu perdana yang bernama 3 (Tri; dari bahasa Inggris untuk angka tiga: "*Three*").

Pengguna kartu perdana Tri sebagian besar adalah remaja seperti para siswa dan mahasiswa. Saat ini Hutchison 3 Indonesia berada di posisi keempat sebagai operator terbesar berdasarkan jumlah pelanggan. Hingga 30 Juni 2012, Hutchison 3 telah memiliki 21 juta pelanggan dan menguasai pangsa pasar hingga 10%.<sup>2</sup> Dari data jumlah pelanggan terlihat bahwa kartu perdana Tri mungkin belum bisa merebut perhatian masyarakat banyak dan memenuhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam perusahaan, setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang baik, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Dan untuk memenangkan persaingan,

---

<sup>1</sup><http://blog.idkeyword.com/profil-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2015/> (Diakses pada tanggal: 22 Februari 2016)

<sup>2</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/3\\_%28telekomunikasi%29](https://id.wikipedia.org/wiki/3_%28telekomunikasi%29) (Diakses pada tanggal 22 Februari 2016)

perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi kepuasan pelanggan maka permintaan akan menurun dan para pelanggan akan pindah ke produk lain.

Hal ini berarti kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci sukses dalam sebuah perusahaan. Jika suatu perusahaan sukses memuaskan pelanggan maka akan terciptanya hubungan harmonis antara perusahaan dengan konsumen dan akan membentuk kepercayaan konsumen serta akan menimbulkan kesetiaan terhadap produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Tetapi bukanlah hal yang mudah bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Ketika menggunakan alat telekomunikasi berupa *handphone*, tentunya konsumen harus memutuskan kartu perdana apa yang akan digunakan agar dapat berkomunikasi dengan lancar. Tentunya mereka menginginkan untuk memperoleh kualitas produk yang terbaik. Namun kenyataannya, tidak semua konsumen menganggap kualitas produk dari suatu perusahaan sudah baik, seperti yang terjadi pada penggunaan kartu perdana Tri.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa kualitas produk kartu perdana Tri tergolong rendah dan dapat dikatakan kurang memuaskan. Hal

tersebut disebabkan karena sinyal jaringan dari kartu perdana Tri masih belum stabil di daerah-daerah tertentu khususnya di Universitas Negeri Jakarta. Padahal daerah tersebut termasuk kota besar di Indonesia, yang pada akhirnya menyebabkan penurunan pada kepuasan pelanggan kartu perdana Tri. Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* bahwa di Purworejo Jawa Tengah jaringan kartu perdana Tri sangat rendah. Khususnya untuk jaringan internet. Bahkan sinyal EDGE sangat sulit apalagi sinyal 3,5G yang seharusnya kualitasnya lebih bagus dan lebih cepat tidak didapat.<sup>3</sup> Oleh karena permasalahan kualitas kartu perdana Tri tersebut, pada akhirnya menyebabkan rendahnya kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga. Setiap konsumen tentunya menginginkan harga yang sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Harga merupakan komponen terpenting dari suatu produk. Jika memberikan harga yang mahal tentu perusahaan harus sesuai dan seimbang memberikan kualitas produk yang terbaik untuk konsumen. Tetapi tidak semua perusahaan dapat memberikan kualitas yang sesuai dengan harga yang mereka tawarkan, sehingga menyebabkan pada rendahnya kepuasan pelanggan. Seperti yang terjadi pada kartu perdana Tri.

Berdasarkan *survey awal* yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, mengatakan bahwa harga yang ditawarkan kartu perdana Tri sekarang naik dan cukup mahal. Kenaikan khususnya terjadi pada harga kartu

---

<sup>3</sup> <http://rumahpengaduan.com/2014/11/17/kartu-3-tri-jaringannya-jelek/> (Diakses pada tanggal 22 Februari 2016)

perdana Tri kuota naik hingga selisih Rp. 40.000,- dari harga awal saat memakai kartu tersebut. Sebelumnya harga kartu perdana Tri Kuota 10GB hanya Rp. 95.000,- Namun pada bulan Januari 2016 harga kartu perdana Tri Kuota 10GB naik hingga Rp. 135.000,-. Tentunya hal ini sangat mempengaruhi pelanggan karena kenaikan harga tersebut sangat signifikan.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* bahwa para pelanggan operator Tri harus kecewa setelah sebelumnya tiga bulan yang lalu menaikkan harga tarif *telephone* dan sms sekarang pihak Tri menaikan harga kuota internet reguler dan kuota internet kenyang *download* (KENDO). Harga Paket Reguler 3 khusus paket kuota data 400 MB yang sebelumnya dihargai Rp.10.000,-, telah berubah, dan kini menjadi paket kuota data 300 MB saja dengan biaya Rp.10.000 tadi, Selanjutnya untuk paket KENDO alias kenyang *download* itu yang sebelumnya diharga Rp.10.000,- sudah bisa memperoleh 2.5 GB, kini menjadi Rp.20.000,-. Harga tersebut cukup mengejutkan karena terpaut jauh dari harga sebelumnya<sup>4</sup>. Harga kartu perdana Tri yang berubah menjadi mahal, mengakibatkan rendahnya kepuasan konsumen.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan. *Customer Service* merupakan pelayanan yang berhubungan langsung dengan pelanggan, pada umumnya pelanggan akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan penuh perhatian dan dipandang penting sehingga akan timbul kepuasan pelanggan. Tetapi tidak semua

---

<sup>4</sup> <http://www.simplyasep.com/2015/11/kartu-3-semakin-mahal.html> (Diakses pada tanggal 22 Februari 2016)

perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik, seperti yang terjadi pada kartu perdana Tri.

Berdasarkan *survey awal* yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, memperoleh fakta bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh *customer service* kartu Tri mengecewakan, awalnya pengguna kartu Tri menyampaikan keluhan bahwa kuota internet yang dibelinya tiba-tiba terhenti sendiri, dan *customer service* mengatakan keluhan akan dibuatkan laporan dan pelanggan harus menunggu selama 1 x 24 jam dan pelanggan akan mendapatkan konfirmasi baik berupa pesan singkat ataupun telepon dari *call center* Tri. Namun setelah ditunggu selama 1 x 24 jam tidak ada konfirmasi apapun dari *call center* Tri dan kuota paket internet yang hilang tidak dapat diganti.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* bahwa para pelanggan operator Tri harus kecewa awalnya pengguna kartu Tri tersebut baru saja membeli kartu Tri, namun kartu tidak dapat berfungsi. Pelanggan pun menyampaikan keluhannya dengan melepon *call center* Tri dan *customer service* menyarankan pengguna kartu Tri tersebut untuk datang ke gerai kartu Tri terdekat dengan membawa bukti fisik dari kartu tersebut, saat datang ke gerai kartu Tri alangkah terkejutnya pelanggan karena pelayanan yang diberikan tidak memuaskan dengan sikap *customer service* yang tidak ramah dan tidak dapat memberikan solusi atas keluhan yang dirasakan oleh

pelanggan. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan pengguna kartu perdana Tri karena kualitas pelayanan yang buruk<sup>5</sup>.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, harga dan kualitas layanan.

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, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk yang rendah
2. Harga yang mahal
3. Kualitas Pelayanan yang buruk

## **C. Pembatasan Masalah**

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasikan di atas, ternyata masalah kepuasan pelanggan merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan waktu peneliti, serta ruang lingkungannya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang

---

<sup>5</sup> [http://www.kompasiana.com/yannynovianto/pelayanan-kartu-3-mengecewakan\\_54f68d9fa3331198158b500c](http://www.kompasiana.com/yannynovianto/pelayanan-kartu-3-mengecewakan_54f68d9fa3331198158b500c) (Diakses pada tanggal 22 Februari 2016)

akan diteliti hanya pada “Hubungan antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan”.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan
2. Apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan
3. Apakah terdapat hubungan antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai harga dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

2. Universitas Negeri Jakarta

Untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan dijadikan referensi bagi peneliti lainnya tentang harga dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

3. Perusahaan Kartu Perdana

Sebagai bahan informasi bagi perusahaan bahwa harga dan kualitas produk mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan.