

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Internet merupakan media informasi terkini dan paling *up to date* yang berisikan data informasi dan dapat diakses secara global. Melalui internet orang-orang dapat bertukar informasi tanpa harus bertatap muka sehingga memudahkan pekerjaan seseorang. Pada saat ini, internet semakin lama semakin berkembang dan menarik perhatian sejalan dengan perkembangan perangkat lunak teknologi yang semakin canggih. Internet dapat dijumpai diberbagai tempat dan memiliki fungsi yang berbeda-beda tergantung pada jenis dan kapasitas penggunaan. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia ( APJII), pada 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 210 juta jiwa. Angka ini setara dengan 77% dari total penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terdapat penambahan pengguna internet di Indonesia mencapai 35 juta orang (sumber: <https://www.cnbcindonesia.com/>).

Banyak tempat yang menyediakan koneksi internet bagi pelanggannya. Koneksi internet tidak hanya dibutuhkan bagi orang perorang saja, melainkan bagi lingkup yang lebih luas, seperti perusahaan dan perkantoran. ISP atau *Internet Service Provider* merupakan sebuah perusahaan atau badan usaha yang menyediakan layanan jasa sambungan internet dan jasa lainnya yang berhubungan. Salah satu ISP (*Internet service provider*) di Indonesia yang gencar menawarkan pelayanan internetnya adalah Indihome. Indihome berada dibawah

naungan PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) yang merupakan satu-satunya perusahaan BUMN yang bergerak dibidang telekomunkasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia.

PT. Telkom Tbk menyediakan jasa internet dengan berbagai macam kecepatan dan fasilitas lainnya. Salah satu cabang perusahaan PT. Telkom Tbk berlokasi di Bali Utara yang beralamat di jalan Jl. Letkol Wisnu No.2, Banjar Jawa, Kabupaten Buleleng. Kantor Telkom terbagi menjadi 2 wilayah yang sangat luas salah satunya Witel (Wilayah Telekomunikasi) dan Datel (Daerah Telekomunikasi). Telkom Witel Singaraja menjangring 3 wilayah kabupaten yang ada di Bali, seperti wilayah Singaraja, wilayah Gianyar, dan wilayah Tabanan. Sedangkan Telkom Datel Singaraja hanya yang berada di sekitar Singaraja, seperti STO Kota Singaraja, STO Lovina, dan STO Seririt. Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada Datel Singaraja yang dimana terbagi menjadi sto Singaraja, Lovina, dan Seririt. Pada tahun 2022, peningkatan penggunaan internet semakin tinggi namun jumlah pelanggan yang menggunakan Indihome mengalami penurunan. Hal ini ditunjukkan dari hasil Top Brands Award pada kategori ISP (*Internet server provider*) Fixed yang dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1  
Top Brands Index kategori ISP (*Internet server provider*) Fixed

<b>Brand</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Indihome	39,80%	36,70%	34,60%	33,80%
Biznet.net	8,10%	8,20%	10,80%	17,70%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/>

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa Indihome selalu menjadi top brands dibandingkan dengan pesaing lainnya. Namun menjadi Top Brands, produk Indihome tidak diimbangi dengan presentase pengguna yang kian menaik.

Perolehan indihome mengalami penurunan angka penggunaan. Pada tahun 2020, Indihome mengalami penurunan dengan presentase 3,1% dan pada tahun 2021 mengalami penurunan dengan presentase 2,1 serta pada tahun 2022 mengalami penurunan dengan presentase 0,8%. Sedangkan pada ISP (*Internet Service Provider*) lainnya yaitu Biznet.net yang konsisten mengalami kenaikan setiap tahunnya. PT. Telkom Tbk perlu melakukan evaluasi terkait penyebab penurunan signifikan yang terjadi sehingga dapat mempersiapkan strategi yang tepat untuk bersaing dan mampu untuk menjadi yang terdepan. Penurunan jumlah pengguna Indihome juga terjadi di daerah khususnya pada PT. Telkom Datel Singaraja. Data pengguna Indihome pada tahun 2021 – 2022 di PT. Telkom Datel Singaraja dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2  
Tingkat Pengguna Indihome pada Datel Singaraja

Tahun	Penggunaan Indihome (orang)
2021	6.965
2022	6.234

Sumber: PT. Telkom kantor cabang Bali Utara

Berdasarkan Tabel 1.2 terjadi penurunan jumlah pengguna Indihome pada tahun 2022 sebanyak 731 pengguna dari tahun sebelumnya. Penurunan pengguna Indihome disebabkan karena loyalitas pelanggan yang rendah sehingga masyarakat memilih alternatif perusahaan lain untuk mendapatkan koneksi Internet. PT. Telkom Datel Singaraja perlu melakukan evaluasi terkait penyebab penurunan signifikan yang terjadi sehingga dapat mempersiapkan strategi yang tepat untuk bersaing dan masyarakat dapat menjadi pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi.

Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun

waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan (Nugroho, 2015). Menurut Manjunath dan Aluregowda (2013) menyatakan bahwa suatu elemen penting dalam menciptakan kepuasan serta loyalitas pelanggan ialah kualitas pelayanan. Terdapat tiga indikator pengukuran loyalitas pelanggan antara lain *Repeat* (Pembelian ulang), *Retention* (pembelian menetap) dan *Refferal* (merekomendasikan) (Tjiptono, 2011). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 orang responden di PT. Telkom Datel Singaraja mengenai loyalitas pelanggan.

Tabel 1.3  
Observasi Awal Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Skor Loyalitas Pelanggan			Total	Kategori
	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>		
1	3	3	2	8	Sedang
2	4	5	2	11	Tinggi
3	3	3	2	8	Sedang
4	3	2	2	7	Rendah
5	3	2	1	6	Rendah
6	4	3	4	11	Tinggi
7	3	2	2	7	Rendah
8	3	2	2	7	Rendah
9	3	2	1	6	Rendah
10	3	2	1	6	Sedang
Jumlah	32	26	19	77	Rendah

Sumber: PT. Telkom Tbk Datel Singaraja

Tabel 1.3 menunjukkan variabel loyalitas pelanggan tergolong dalam kategori rendah. Indikator *refferal* (merekomendasikan) memberikan pengaruh yang paling besar dalam loyalitas pelanggan perusahaan. Rendahnya Penurunan loyalitas pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Singaraja disebabkan karena kualitas pelayanan yang belum optimal. Pelanggan merasa layanan perbaikan terhadap internet yang mengalami gangguan di rumah diproses cukup lama oleh pihak PT. Telkom Datel Singaraja. Pelanggan perlu menunggu beberapa hari untuk

kembali menikmati internet dan petugas tidak memberikan potongan harga dari jumlah hari yang seharusnya dibayar. Pelanggan tetap membayar dengan jumlah sewa bulanan yang sudah ditetapkan. Disamping itu, pelanggan juga merasa kurang puas dengan koneksi internet yang digunakan dimana terkadang sinyal menjadi sangat lambat dan hilang tiba-tiba pada periode waktu tertentu. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan loyalitas pelanggan yang dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan Familiar dan Maftukhah, (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat dilihat dengan cara menyesuaikan pelayanan yang diberikan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan loyal. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), Aditya (2017) dan Novandy (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai output dari perbandingan antara yang diharapkan dengan layanan yang dirasakan (Sarker, 2017). Menurut Sinurat et al., (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berdampak terhadap pelanggan, khususnya loyalitas pelanggan yang menunjukkan kualitas layanan yang lebih baik, pelanggan akan senang dan loyal terhadap produk dan layanan perusahaan. Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan bagi perusahaan menuntut agar PT. Telkom Datel Singaraja melakukan pebenahan secara berkesinambungan. Terdapat empat indikator pengukuran kualitas pelayanan antara lain bukti langsung ( $X_{1.1}$ ), kehandalan ( $X_{1.2}$ ), daya tangkap ( $X_{1.3}$ ), jaminan ( $X_{1.4}$ ) dan empati ( $X_{1.5}$ ) (Parasuraman, 1988). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 orang



Tabel 1.4  
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

No	Skor Kualitas Pelayanan					Total	Kategori
	X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.4</sub>	X <sub>1.5</sub>		
1	3	2	1	2	1	9	Rendah
2	3	3	3	3	3	15	Sedang
3	3	2	2	3	1	11	Rendah
4	4	3	4	3	3	17	Sedang
5	3	2	2	2	2	11	Rendah
6	3	2	1	3	1	10	Rendah
7	3	2	1	2	1	9	Rendah
8	4	3	3	4	3	17	Sedang
9	3	2	2	2	1	10	Rendah
10	3	3	2	2	2	12	Rendah
Jumlah	32	24	21	26	18	121	Rendah

Sumber: PT. Telkom Tbk Datel Singaraja

Tabel 1.4 menunjukkan variabel kualitas pelayanan tergolong dalam kategori rendah. Indikator bukti langsung dan jaminan memberikan pengaruh yang paling besar dalam kualitas pelayanan kepada pelanggan. Rendahnya kualitas pelayanan disebabkan karena pelayanan yang kurang cepat tanggap dan belum mampu menangani keluhan-keluhan pelanggan. Isu terkait kualitas pelayanan seperti keterlambatan petugas dalam memperbaiki wifi yang bermasalah di rumah, sinyal yang terputus-putus, biaya koneksi internet yang cenderung lebih tinggi daripada pesaing membuat PT. Telkom Datel Singaraja harus menentukan strategi untuk dapat menangani keluhan pelanggan yang sudah berulang terjadi. Hal ini menjadi sangat penting dilakukan karena perlu adanya dukungan dari pihak manajemen untuk melakukan perbaikan teknis terhadap permasalahan yang terjadi. Loyalitas pelanggan akan tercipta jika perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menyediakan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan yang pada akhirnya kualitas suatu pelayanan akan menciptakan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa (Rusandi, 2004). Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang

dilakukan oleh Yonata (2020), Putra (2018) dan Sawitri (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Chandra (2021) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai reaksi individu terhadap produk tertentu ketika membandingkan kinerja dengan harapan pelanggan (Leong, 2015). Menurut Lin dan Wang (2006) menyatakan bahwa hubungan antar kepuasan dengan loyalitas adalah saat dimana konsumen merasakan kepuasan pada titik tertinggi yang melibatkan emosional dan sikap. Terdapat tiga indikator pengukuran kepuasan pelanggan antara lain *overall satisfaction* ( $X_{2.1}$ ), *expectation satisfaction* ( $X_{2.2}$ ) dan *experience satisfaction*. ( $X_{2.3}$ ) (Aydin, 2004). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 orang responden di PT. Telkom Datel Singaraja mengenai kepuasan pelanggan.

Tabel 1.5  
Observasi Awal Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Skor Kepuasan Pelanggan			Total	Kategori
	$X_1$	$X_2$	$X_3$		
1	3	2	2	7	Sedang
2	2	1	1	4	Rendah
3	3	1	2	6	Rendah
4	1	1	2	4	Rendah
5	4	1	1	6	Rendah
6	1	3	1	5	Rendah
7	4	3	1	8	Sedang
8	2	1	2	5	Rendah
9	1	2	3	6	Rendah
10	1	1	1	3	Rendah
Jumlah	22	16	16	54	Rendah

Sumber: PT. Telkom Tbk Datel Singaraja

Tabel 1.5 menunjukkan kepuasan pelanggan pada PT. Telkom Datel Singaraja masih tergolong rendah. Indikator *expectation satisfaction* dan *experience satisfaction*. memberikan pengaruh yang paling besar dalam kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. Hal ini dapat dilihat dari pelanggan yang mengeluh terkait koneksi internet dan perbaikan yang lambat saat diperlukan. Disamping itu, tidak adanya diskon maupun apresiasi tertentu yang diberikan kepada pelanggan yang loyal sehingga hubungan antara pihak PT. Telkom Datel Singaraja dengan masyarakat hanya sekedar hubungan penjual dan pembeli. Pihak manajemen perlu segera melakukan perbaikan guna meningkatkan jumlah pengguna sehingga mampu bersaing secara kompetitif. Perusahaan yang berfokus pada kepuasan pelanggan akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan di waktu yang bersamaan akan membantu perusahaan untuk memiliki citra yang positif (Felix, 2017). Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2014), Henriawan (2015) dan Kuntari (2016) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Ferrand et al. (2010) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Telkom Datel Singaraja”**

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**



Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada PT. Telkom Datel Singaraja sebagai berikut:

1. Indihome mengalami angka presentase penurunan setiap tahunnya pada Top Brand Awards.
2. Terjadi fluktuasi pengguna Indihome pada PT. Telkom Datel Singaraja tahun 2022 disebabkan karena kualitas pelayanan yang belum maksimal dan kepuasan pelanggan yang rendah
3. Terjadi ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada PT Telkom Datel Singaraja, maka peneliti membatasi variabel penelitian yang hanya terdiri dari tiga variabel yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas, kemudian loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

### **1.4 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkom Datel Singaraja?

2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkom Datel Singaraja?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Datel Singaraja?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT Telkom Datel Singaraja?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkom Datel Singaraja
2. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkom Datel Singaraja
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Telkom Datel Singaraja
4. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT Telkom Datel Singaraja

### **1.6 Manfaat Hasil penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen PT. Telkom Datel Singaraja dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

