

BAB I

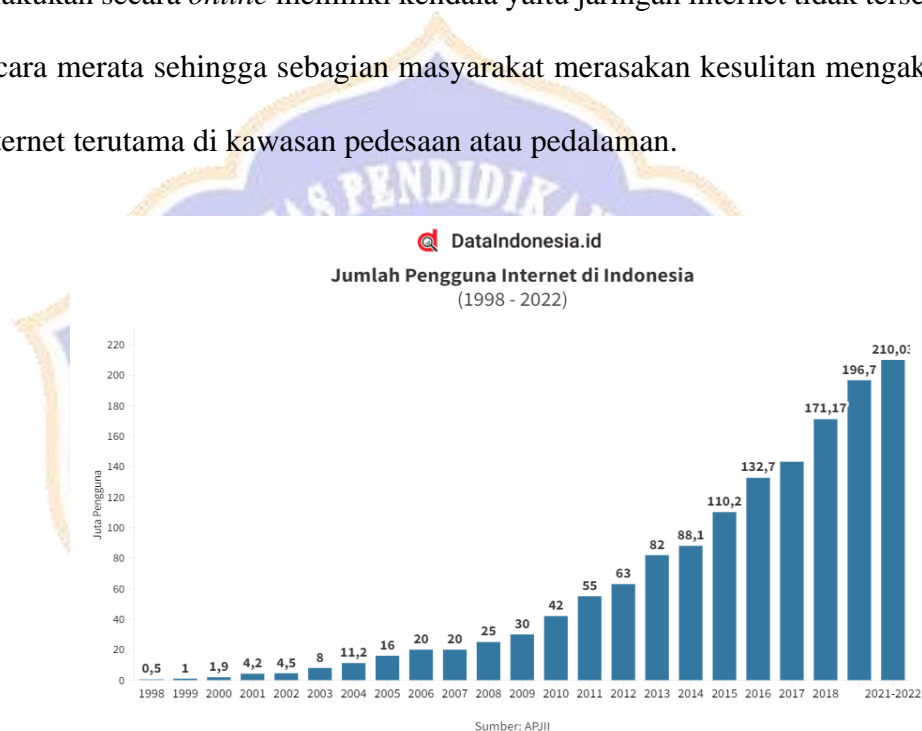
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dari setiap waktu, melahirkan inovasi dan karya yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan terjadi. Masyarakat disaat ini memerlukan teknologi jaringan internet untuk menunjang berbagai aktivitas seperti mengirim pesan, menyelesaikan pekerjaan, belajar, dan sekolah. Pada zaman ini dituntut untuk mengerti dan memahami jaringan internet, banyak potensi dari kemajuan teknologi, hampir semua institusi beradaptasi dengan internet contoh sekolah, pemerintah, dan perusahaan. Internet mendukung pengetahuan yang luas dalam berbagai bidang, karena internet tidak memiliki keterbatasan pengetahuan dan setiap detik bisa mengakses informasi lebih cepat daripada melalui media koran. Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013:68), Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin. Jaringan internet sangat penting untuk individu berkomunikasi melalui *Smartphone* atau komputer yang telah menerima jaringan internet melalui kabel atau sinyal.

Internet memiliki banyak kemajuan dan inovasi secara cepat, pada awal diluncurkan hanya digunakan untuk mengirim pesan, membuat artikel di internet, dan sosial media. Namun pada masa ini internet memiliki peran yang lebih luas sebagai sistem informasi perusahaan, pertemuan melalui aplikasi *Google Meet* atau *Zoom*, dan database perusahaan. Semenjak pandemi *Covid-*

19 menyebar sejak bulan Februari 2020 membuat segala aktivitas berubah secara cepat pekerjaan, dan sekolah melalui dalam jaringan internet. Hal itu dilakukan untuk mencegah wabah penyakit tersebar luas di Indonesia. Kedatangan pandemi virus membuat masyarakat harus melakukan transisi cepat dengan adaptasi teknologi khususnya internet, merupakan jaringan komunikasi yang efektif, cepat, dan hemat biaya. Namun, aktivitas yang dilakukan secara *online* memiliki kendala yaitu jaringan internet tidak tersebar secara merata sehingga sebagian masyarakat merasakan kesulitan mengakses internet terutama di kawasan pedesaan atau pedalaman.



Gambar 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (1998-2022)

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Hal itu dikarenakan perkembangan teknologi yang bertumbuh dengan baik dan perubahan terjadi

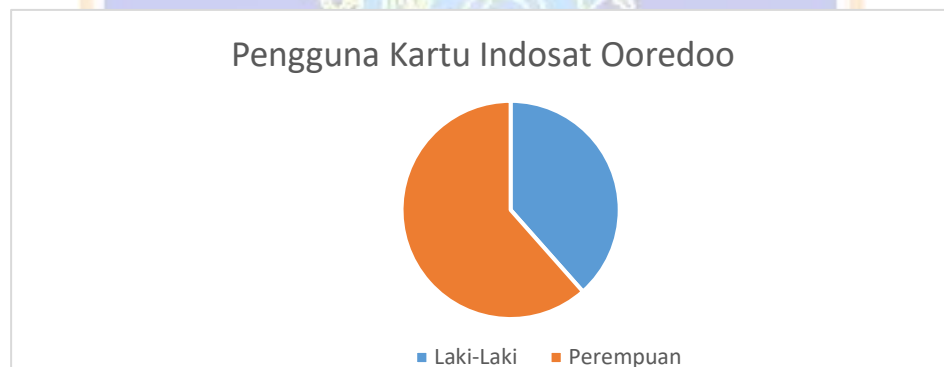
semenjak pandemi *Covid-19* menunjang aktivitas penting seperti sekolah, kerja, dan lain-lain.

PT Indosat Tbk adalah perusahaan penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Indosat Ooredoo didirikan pada tahun 1967, sebuah perusahaan pertama yang modal awalnya dari negara asing di Indonesia. Seiring berkembangnya perusahaan Indosat Ooredoo, menjadi perusahaan telekomunikasi internasional pertama yang dibeli dan dimiliki 100% oleh Pemerintah Indonesia. Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon genggam dengan pilihan prabayar maupun pascabayar dengan merek *IM3 Ooredoo*, jasa lainnya yang disediakan adalah saluran komunikasi via suara untuk telepon tetap (*fixed*) termasuk sambungan langsung internasional. Indosat Ooredoo juga menyediakan layanan multimedia, internet dan komunikasi data. Pada tahun 2022, menurut *Databoks* merilis survei operator data seluler favorit masyarakat Indonesia, Indosat Ooredoo menjadi peringkat 2 operator favorit masyarakat Indonesia, walaupun dari segi kecepatan internet yang dirilis oleh *Speedtest*, Indosat Ooredoo dengan rata-rata kecepatan 12,77 Mbps yang berada di posisi ke 3 diantara operator lain di Indonesia, tetap berhasil menjadi peringkat 2 favorit masyarakat Indonesia. Persentase responden yang memilih Telkomsel mencapai 46%. Lalu, diikuti Indosat Ooredoo Hutchison 33%, XL Axiata 17%, dan Smartfren 4%. Survei ini dilakukan oleh 1.000 responden laki-laki dan perempuan yang tersebar di kota-kota besar seperti Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Medan, Semarang, dan kota-kota lainnya.

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Telkomsel merupakan operator seluler yang paling banyak digunakan di dalam negeri pada awal 2023. Dari 8.510 orang yang disurvei, sebanyak 40,27% menggunakan operator seluler Telkomsel, Simpati, Kartu Halo, atau byU. Sementara, yang menggunakan Indosat Ooredoo Hutchison sekitar 33,4%; XL Axiata atau Axis 21%; dan Smartfren 5,32%. Saat ini, Telkomsel menjadi raja favorit di masyarakat Indonesia, yang memiliki persebaran sinyal terbesar di Indonesia dan memiliki kecepatan internet yang terbaik di Indonesia. Namun karena harga paket Telkomsel yang cukup mahal, beberapa pengguna beralih menggunakan provider lain yang memiliki harga lebih terjangkau. Indosat Ooredoo dan operator yang lainnya sudah mulai beroperasi sinyal 5G yang akan bertransformasi digital semakin cepat di masa yang akan datang.

Denpasar merupakan pusat pemerintah dan perekonomian dari Provinsi Bali. Denpasar juga merupakan sebuah wilayah kota yang terletak di Provinsi Bali, Indonesia. Denpasar adalah kota terbesar di Kepulauan Nusa Tenggara dan kota terbesar kedua di wilayah Indonesia Timur setelah Kota Makassar. Pertumbuhan industri pariwisata di Pulau Bali mendorong kota Denpasar menjadi pusat kegiatan bisnis, dan menempatkan kota ini sebagai daerah yang memiliki pendapatan per kapita dan pertumbuhan tinggi di provinsi Bali. Jaringan internet merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang kegiatan bisnis, perusahaan, bank, dan pemerintahan untuk berkomunikasi dan menjalankan sistem komputer. Menurut Head of Region East Java & Bali Nusra Indosat Ooredoo Hutchison, menjelaskan bahwa pertumbuhan jumlah

pengguna kartu Indosat Ooredoo untuk region East Java & Bali Nusra meningkat sebesar 12 persen dengan bertambahnya 1,1 juta pengguna baru yang mencerminkan kepercayaan publik terhadap Indosat Ooredoo. Hal tersebut dikarenakan Bali merupakan wilayah strategis dalam hal pariwisata sehingga bisa menggerakkan ekosistem digital. Perkembangan Indosat Ooredoo di kota Denpasar cukup luas namun menurut *Coverage Area* di *website* Indosat, lebih banyak cakupan sinyal 3G sehingga belum secara merata menggunakan jaringan yang lebih cepat yaitu 4G LTE. Jaringan *4G LTE (Long-Term Evolution)* adalah evolusi dari jaringan seluler yang lebih tua, seperti 3G (Generasi Ketiga). Ini adalah teknologi komunikasi nirkabel yang memberikan kecepatan internet yang jauh lebih tinggi dan kualitas panggilan yang lebih baik dibandingkan dengan pendahulunya

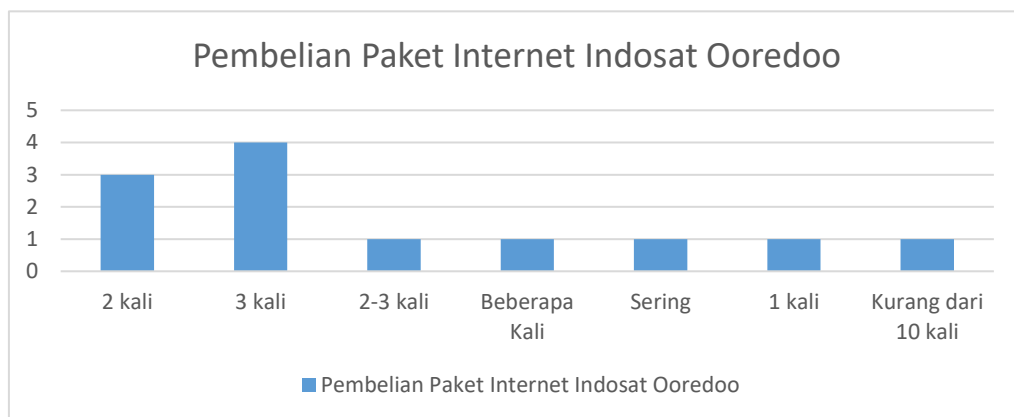


Gambar 1.2

Pengguna Kartu Indosat Ooredoo

Berdasarkan hasil observasi awal, melalui *google form* <https://forms.gle/Hij5fAxyCPPcKjQu5>, 13 orang yang terdiri dari 5 laki-laki dan 8 perempuan menggunakan kartu indosat di Denpasar, menurut pengguna kartu Indosat Ooredoo alasan memakai provider memiliki harga paket yang terjangkau, dan rekomendasi dari teman. Namun dari beberapa pengalaman

pengguna Indosat Ooredoo mengalami keluhan terhadap sinyal internet yang kurang stabil, dan sering mengalami gangguan. Hal tersebut membuat pengguna Indosat Ooredoo disatu sisi merasa senang dikarenakan harga yang terjangkau, namun kualitas jaringan terkadang tidak stabil sehingga untuk aktivitas sehari-hari menjadi terganggu.



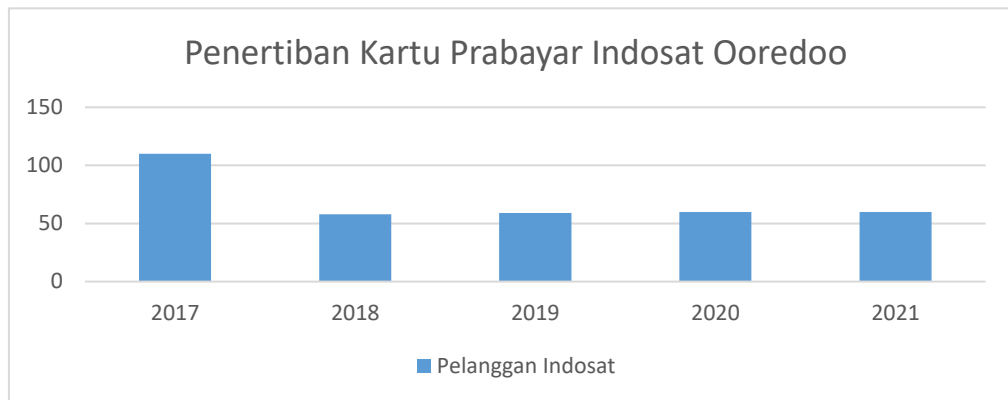
Gambar 1.3
Pembelian Paket Internet Indosat Ooredoo

Berdasarkan hasil observasi awal melalui google form <https://forms.gle/Hij5fAxyCPPcKjOu5>. Pengguna Indosat Ooredoo didominasi yang membeli paket internet sebanyak 3 kali sebesar 4 orang, dan pembelian paket internet sebanyak 2 kali sebanyak 3 orang. Sisa dari pengguna tersebut membeli paket internet secara 2-3 kali, beberapa kali, dan 1 kali. Hal itu dikarenakan internet menunjang kebutuhan teknologi yang digunakan untuk aktivitas sehari-hari. Menurut Griffin (2009) bahwa seseorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu

tertentu. Hasil observasi awal, terdapat 12 dari 13 orang yang dikatakan pelanggan dengan mengacu pada teori Griffin (2009).

Persaingan 3 raksasa operator seluler di Indonesia yaitu Telkomsel, Indosat Ooredoo, dan XL Axiata memiliki pelanggan yang cukup banyak di Indonesia. Untuk menghadapi persaingan tersebut, Indosat mengeluarkan banyak varian produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mengikuti zaman pada pelanggan Indosat Ooredoo. Mulai dari paket layanan gaming, musik, internet harian-mingguan-bulanan, dan layanan internet di luar negeri. Inovasi Indosat Ooredoo dalam mengeluarkan produk layanan internet mengikuti dengan trend perkembangan contoh pada produk kartu 5G Indosat Ooredoo. Indosat Ooredoo mengeluarkan produk tersebut karena mengikuti kemajuan teknologi yang sudah dimulai beradaptasi kecepatan internet yang lebih cepat dan stabil. Keuntungan Indosat Ooredoo dalam mengadopsi sinyal 5G, memungkinkan untuk meningkatkan kualitas produk, menambah jumlah pengguna dan fitur. Selain itu, produk kartu 5G melakukan kerja sama dengan pemain sepak bola yaitu *Lionel Messi*, terkenal dengan pemain cerdas dan terbaik di dunia. Indosat Ooredoo mengadopsi produk 5G untuk meningkatkan kepuasan dan kualitas jaringan pengguna yang memakai mendapatkan pengalaman baru yang lebih baik dan mempertahankan pelanggan. Menurut Greenberg (2010:8), pelanggan atau customer adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan. Dalam persaingan sebuah

bisnis bahwa pelanggan ini sangat penting karena individu yang loyal dengan produk yang dijual oleh perusahaan.



Gambar 1.4

Penertiban Kartu Prabayar Indosat Ooredoo

Penertiban kartu prabayar mewajibkan pengguna layanan komunikasi untuk membawa Kartu Tanda Penduduk (KTP), Surat Izin Mengemudi (SIM), passport atau Kartu Keluarga (KK) untuk dicatat sebagai data pemilik nomor. Pada prakteknya di lapangan, saat pengguna membeli *SIM Card*, pengguna tidak dapat langsung menggunakan telpon genggam untuk layanan komunikasi. *SIM Card* harus diaktifkan terlebih dahulu dengan cara, mengisi data yang tercantum pada KTP. Namun, karena banyak masyarakat yang kurang memahami untuk memasukkan data KTP, masyarakat meminta tolong pada layanan konsumen atau pihak toko. Kartu telepon seluler Indosat mengalami penurunan jumlah pelanggan setelah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menertibkan penggunaan kartu subscriber identity module (SIM) prabayar. PT Indosat Ooredoo tercatat memiliki 110,2 juta pelanggan pada 2017. Pada Maret 2021, jumlah pelanggan Indosat mengalami penurunan yang cukup drastis 45,6% menjadi tinggal 60 juta. Menurut Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan loyalitas pelanggan

adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Pada penertiban dilakukan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika bertujuan untuk mengurangi tindakan kriminal seperti penipuan, pencurian data, dan spam lainnya. Jika melihat dari sisi pelanggan akan membawa dampak yang baik sehingga keamanan dalam menggunakan jaringan internet dan operator SIM lebih aman. Namun, kebijakan tersebut membawa dampak buruk untuk provider Indosat Ooredoo yang kehilangan 45,6% pelanggan.

Menurut Kotler (2018) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika melihat dari observasi awal *Google Form* yang telah disebarkan keluhan pelanggan tersebut, bahwa kepuasan pelanggan, ekspektasi dari pelanggan dengan kinerja produk Indosat belum sesuai dengan harapan pelanggan. Hal tersebut dialami oleh pelanggan Indosat yang mengalami jaringan internet yang kurang stabil dan kecepatan internet cukup rendah sehingga pengalaman pelanggan yang dirasakan kurang maksimal. Kendala tersebut mengakibatkan pelanggan merasakan pengalaman yang kurang memuaskan dalam menggunakan provider tersebut. Namun ada satu pelanggan mengatakan bahwa kualitas internet Indosat Ooredoo bagus dikarenakan wilayah tersebut terkoneksi dengan baik dengan provider Indosat Ooredoo.

Fenomena yang terjadi pada perusahaan Indosat Ooredoo memaparkan bahwa banyak konsumen yang mengeluh dengan kualitas internet yang tidak

sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Dengan kualitas produk yang bagus dan sesuai dengan harapan pelanggan maka muncul rasa puas individu menggunakan produk layanan Indosat Ooredoo. Kepuasan pelanggan akan berdampak pada pembelian ulang sehingga menjadi pelanggan setia. Namun sebagian pelanggan melaporkan produk layanan internet Indosat Ooredoo melalui media sosial yaitu *Twitter*, dan *Facebook*. Hal tersebut dikeluhkan kualitas jaringan kurang baik, dan kecepatan internet yang rendah. Selain itu terdapat permasalahan loyalitas pelanggan, dikarenakan penertiban kartu Prabayar. Penertiban kartu Prabayar yang dilakukan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika bertujuan untuk mengurangi tindak kejahatan yang membuat pelanggan Indosat Ooredoo menjadi lebih aman. Namun setelah melakukan penertiban kartu Prabayar, Indosat Ooredoo kehilangan 45,6% pelanggannya.

Berdasarkan hasil penelitian Lestari (2022), memaparkan bahwa kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Nur Ain (2021), memaparkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian Bintari (2022), memaparkan

bahwa kepuasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dari uraian dan fenomena terjadi pada Indosat Ooredoo dapat diketahui terjadinya kesenjangan dari hasil penelitian terdahulu dan permasalahan pelanggan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Indosat Ooredoo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Latar belakang diatas dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut.

1. Layanan Indosat mengalami penurunan jumlah pelanggan setelah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menertibkan penggunaan kartu subscriber identity module (SIM) prabayar, bertujuan agar tidak terjadi penyalahgunaan.
2. Indosat Ooredoo kehilangan pelanggan sebesar 45,6% dari tahun 2017 jumlah pelanggan 110,2 juta menjadi 60 juta ditahun 2021.
3. Terdapat kesenjangan penelitian antara kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Membatasi ruang lingkup penelitian, maka dibuat batasan masalah agar penelitian ini menjadi terfokus, terarah, dan tidak jauh dari inti permasalahan disini diberikan batasan-batasan masalah sebagai berikut.

1. Objek penelitian yaitu PT Indosat Tbk.
2. Subjek penelitian yaitu pengguna layanan PT Indosat Tbk.

3. Penelitian yang dilakukan meliputi kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan PT Indosat Tbk

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah di atas, dapat dinarasikan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada layanan internet Indosat Ooredoo?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada layanan internet Indosat Ooredoo?
3. Apakah kualitas produk dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada layanan internet Indosat Ooredoo?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada layanan internet Indosat Ooredoo.
2. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada layanan internet Indosat Ooredoo.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara simultan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada layanan internet Indosat Ooredoo.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat teoritis secara ilmiah dalam ruang lingkup manajemen khususnya berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Indosat Ooredoo.

2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini, peneliti dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dalam proses penelitian. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, dan menambah ilmu bagi para pembaca baik dari kalangan akademis hingga masyarakat umum.

