BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Beragamnya fasilitas telekomunikasi dan produk teknologi informasi yang semakin canggih disebabkan karena perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Hal tersebut merupakan salah satu dampak era globalisasi, dimana komputer dan jaringan internet dengan sifatnya yang dinamis merupakan fasilitas yang telah mendominasi berbagai aktivitas kehidupan. Teknologi telah mempengaruhi manusia dalam kehidupannya sehari-hari. Jika manusia "gagap teknologi" maka akan lambat dalam memperoleh informasi dan semakin sulit bisa maju. Masyarakat sekarang ini sedang menuju pada era masyarakat informasi *(information society)* atau masyarakat ilmu pengetahuan *(knowledge society)* dimana informasi memegang tugas penting dan nyata. Maka dari itu masyarakat sangat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan handal, merupakan peluang sekaligus tantangan bagi operator layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Penyedia jasa telekomunikasi di era sekarang ini yang semakin banyak menyebabkan persaingan bisnis telekomunikasi semakin ketat. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%,

sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. yang menyediakan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Telkom Indonesia).

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Memiliki produk yaitu IndiHome Fiber merupakan layanan digital dirilis pada tahun 2015 dengan teknologi fiber optik yang menawarkan layanan *Triple Play* yang terdiri dari Telepon Rumah (*Fixed Phone*), Internet Rumah (*Fixed Broadband Internet*) dan TV Interaktif (*UseeTV*). IndiHome Fiber menawarkan layanan *Dual Play* yang terdiri Telepon Rumah (*Fixed Phone*) dan Internet Fiber (Internet Cepat) atau Internet Fiber (Internet Cepat) dan TV Interaktif (*UseeTV*). Dan IndiHome Fiber juga menawarkan layanan *single play* hanya menawarkan Internet Fiber (Internet Cepat) saja (Nesaba media). Dapat dilihat dari Tabel 1.1 dibawah ini, tingkat komplain yang dialami oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja dari bulan Januari sampai bulan April tahun 2021.

Tabel 1.1
Data Komplin Pelanggan Indihome Periode Tahun 2021

Nama Perusahaan	Jumlah Komplain (Pelanggan)			
	Januari	Februari	Maret	April
Datel Singaraja	553	582	568	620
Datel Tabanan	278	354	338	375
Datel Negara	218	285	254	330
Datel Gianyar	426	485	454	530

Pada Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah komplain pelanggan Indihome di Telkom Datel Singaraja pada periode Januari 2021 s/d April 2021 mengalami peningkatan dibandingkan dengan Telkom Datel Tabanan, Telkom Datel Negara dan Telkom Datel Gianyar. Bahkan pada bulan April 2021 Telkom Datel Singaraja mengalami komplain paling banyak sebesar 620 pelanggan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut Yazid (2008:55) kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja. Apabila harapan tinggi sementara kinerja biasa saja maka kepuasan tidak tercapai, sebaliknya bila kinerja melebihi harapan maka kepuasan meningkat. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2008). Hal ini sesuai dengan teori dari Sudarso (2016:53) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor yaitu citra perusahaan merupakan faktor penting yang lain dalam mengevaluasi keseluruhan kualitas pelayanan dan kepuasan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang disarankan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian konsumen (Tjiptono, 2010:259). Namun hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti (2018) yang menyatakan bahwa varabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian tesebut berbeda dengan yang dilakukan oleh

Mahmud dkk (2013) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikatakan oleh Almana et.al. (2018:21) kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan.

Namun kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja masih dianggap belum mampu memenuhi kepuasan pelanggannya. Salah satunya yaitu karyawan tidak tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, dan lambatnya penanganan atas gangguan Indihome pada pelanggan menyebabkan rasa kekecewaan terhadap pelanggannya yang mengalami banyak gangguan pada saat menggunakan produk IndiHome dengan melontarkan banyak keluhan, melalui layanan *customer services* di nomor telepon 147 atau datang langsung ke kantor Telkom Datel Singaraja. Hal tersebut yang menyebabkan kualitas pelayanan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja dirasa kurang baik.

Selain kualitas pelayanan citra perusahaan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Citra didefinisikan Alma (2007:317), sebagai kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu. Citra perusahaan adalah sebagai kesan keseluruhan yang muncul dalam pikiran masyarakat (Molan, 2008: 94). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah (2017) yang menyatakan bahwa variabel citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan yang dilakukan oleh Fransisca (2012) yang menyatakan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh negatif

terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikatakan oleh Sudarso (2016:15) citra perusahaan yang baik dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan melalui kepuasan pelanggan dan loyalitas yang meningkat, serta menarik para investor dan karyawan pada masa depan. Citra perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja sudah baik namun terjadinya komplin yang cukup tinggi dari pelanggan yang merasa tidak puas terhadap jasa yang dibeikan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja, sehingga banyak pelanggan yang komplin karna pelanggan tidak merasa puas.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, adanya peningkatan jumlah komplin pelanggan IndiHome di Datel Singaraja yang disebabkan oleh kualitas pelayanan bedampak pada citra perusahaan. Sehinga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome Fiber di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja".**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai brikut:

1. Kepuasan pelanggan IndiHome semakin rendah sering dikeluhkan oleh pelanggan dapat dilihat dari komplin yang semakin banyak.
2. Kualitas pelayanan pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja yang dirasa kurang baik banyak dikeluhkan oleh pelanggan yang tidak sesuai dengan harapannya.

3. Citra perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja sudah baik namun terjadinya komplin yang cukup tinggi dari pelanggan yang merasa tidak puas terhadap jasa yang diberikan.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya memfokuskan variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebagai faktor-faktor yang berpengaruh tehadap kepuasan pelanggan di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja yang menjadi responden yaitu pelanggan IndiHome Fiber di Kota Singaraja. Dan yang menjadi fokus peneliti adalah kepuasan pelanggan IndiHome Fiber.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas, diperoleh rumusan masalah sebagai beikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja?

1.5. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja
2. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja.
3. Citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja.

1.6. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan berbagai manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya dalam hal yang paling berkaitan dengan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan oleh pihak PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Datel Singaraja sebagai bahan dasar untuk mempertimbangkan kegiatan atau kebijakan perusahaan, dalam menentukan strategi-strategi pemasaran khususnya yang paling berkaitan dalam hal kualitas pelayanan dan citra perusahaan dalam kepuasan pelanggan.