BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semenjak memasuki industri 4.0 segala bentuk teknologi menjadi lebih canggih dan modern. Semuanya tidak terlepas dari semakin meningkatnya tingkat pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan telekomunikasi di Indonesia. Tingkat pelayanan telekomunikasi merupakan salah satu hal yang dibutuhkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dan komunikasi. Telekomunikasi sangat membantu berbagai individu dalam berkomunikasi meskipun dalam jarak yang cukup jauh, dan memudahkan dalam pencarian informasi. Dari semakin bergantungnya individu terhadap teknologi dan komunikasi, maka tingkat persaingan perusahaan dalam hal teknologi dan komunikasi akan semakin ketat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan jasa telekomunikasi milik negara dengan menyedikan jasa telekomunikasi di Indonesia. Dalam melayani pelanggannya, PT Telkom Indonesia mempunyai paket layanan Indihome yang sudah kita kenali. Paket Indihome memiliki beberapa opsi layanan, seperti layanan telepon dan layanan internet. Paket Indihome itu sendiri merupakan paket pembaruan dari produk sebelumnya yaitu telkomselspeedy. Dengan didukung sistem yang semakin canggih tentunya Indihome lebih memiliki kecepatan beroperasi dimana dilengkapi dengan tekhnologi fiber optik.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Pelanggan lebih nyaman dengan Indihome dari pada produk telkomselspeedy, disamping lebih kencang juga harga lebih murah. Dalam memesan paket Indihome, pelanggan juga akan dihadapkan pilihan dengan akses kecepatan 5 mbps hingga 100 mbps.

PT Telkom Indonesia bukan hanya berpacu di pelayanan, melainkan juga segi promosinya. Kegiatan promosi dilakukan agar semakin bertambah pelanggan yang berlangganan indihome. Dalam pemasangan Indihome, PT Telkom Indonesia memberikan gratis biaya saat pemasangan. Selain itu, juga memberikan gratis telepon selama 1000 menit melalui telepon kabel dan perusahaan menawarkan secara langsung kepada calon pelanggan dengan cara mendirikan stand yang biasanya dilakukan di pinggir jalan, di keramaian, dan juga pada event event tertentu.

Meskipun PT Telkom Indonesia adalah sebuah organisasi besar dan memiliki banyak pelanggan, tetapi tidak sedikit pelanggan juga mengeluh tentang pelayanan PT Telkom Indonesia. Dimana pelanggan sering merasa putus asa dan kecewa karena fakta bahwa mereka tidak memenuhi asumsi pelanggan.

Tingkat persaingan yang semakin sengit, perusahaan pasti akan bersaing dalam menawarkan jenis bantuan terbaik ke masyarakat dan mengatur strategi dalam mendapatkan pembeli. Kotler dan Keller (2012) berpendapat bahwa bantuan jasa adalah setiap tindakan yang memiliki keuntungan atau dan disajikan oleh satu pihak ke pihak lain yang tidak menyebabkan pertukaran kepemilikan dalam penciptaannya, terlepas dari apakah itu melekat pada produk yang

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

sebenarnya. Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk membuat pelanggan percaya pada barang atau layanan yang diiklankan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam memahami hal ini adalah dengan menawarkan bantuan jasa terbaik kepada pelanggan sehingga tidak ada pembeli yang frustrasi dengan produk atau layanan mereka.

Sebagaimana ditunjukkan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan memiliki tiga implikasi yaitu, cara melayani, pekerjaan untuk melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan, kenyamanan yang diberikan sehubungan dengan kesepakatan dan perolehan tenaga kerja dan produk. Delly (2012) mengusulkan agar pemberian layanan kepada masyarakat harus digabungkan dengan sifat pelayanannya. Keutamaan sebuah perusahaan penyedia jasa adalah harus bisa memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen.

Menurut Qomariah (2016) dalam bukunya yang berjudul "Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung" menyatakan bahwa kepuasan pengunjung merupakan sebuah ungkapan perasaan senang dari pengunjung terhadap tempat yang sudah dikujunginya. Hal itu berarti semakin besar nilai yang dirasakan pelanggan atas kinerja, maka akan semakin puas. Karena sebagian besar pelanggan senang dengan layanan yang diberikan oleh organisasi, pelanggan ini akan setia kepada organisasi. Sedangkan pemenuhannya sendiri dapat dilakukan dengan asumsi asumsi pelanggan dapat sesuai dengan kebenaran yang diperoleh untuk suatu barang atau jasa.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

Loyalitas pelanggan adalah kewajiban mendalam untuk membeli kembali atau melindungi merek atau layanan yang disukai pelanggan secara andal mulai sekarang hingga menyebabkan pembelian berulang (Kotler dan Keller, 2016; Kotler dan Armstrong, 2008). mempengaruhi siklus hidup organisasi dengan waspada. Selain itu, motivasi lain di balik mengapa loyalitas pelangga penting adalah biaya yang signifikan untuk terus mencari pelanggan baru. Pada dasarnya, pelanggan yang senang dengan layanan yang diberikan akan membingkai kesetiaan terhadap produk atau layanan tersebut.

Demikian juga, kualitas layanan yang baik akan mendorong kegembiraan pelanggan. Kesenangan pelanggan merupakan suatu kondisi disaat pelanggan menyukai sifat barang atau jasa yang diberikan oleh organisasi. Tjiptono dan Candra (2012) dalam buku "Pentingya kepuasan dan loyalitas pengunjung" berpendapat bahwa dengan asumsi pameran sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, pelanggan akan merasa bahagia dan puas, dan jika bertentangan dengan norma dengan asumsi bahwa presentasi di bawah apa yang klien diharapkan, pelanggan akan merasa putus asa. Kemudian perusahaan akan merasakan dampak yang positif yaitu tingkat kepercayaan pelanggan yang semakin meningkat. Kepercayaan pelanggan merupakan kondisi dimana pelanggan yakin terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Gul (2014) dalam penelitian kepercayaan adalah suatu keadaan dari psikologi positif yang dimana terjadi antara hubungan seseorang dengan orang lain.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Telepon dan internet merupakan media dalam telekomunikasi dan informasi, yang dapat menghubungkan berbagai individu tidak hanya di Indonesia tetapi seluruh dunia. Berdasarkan jenisnya, telepon memiliki beberapa jenis yaitu telepon tanpa kabel dan telepon kabel. Pada awalnya telepon muncul masih menggunakan kabel, namun seiring berjalannya waktu dan semakin maju zaman teknologi juga semakin canggih sehingga tercipta telepon tanpa kabel.

Tabel 1. 1 Data Penduduk Purbalingga yang Menggunakan Telepon

Tahun	Jumlah Penduduk	Pengguna Telepon
2015	903.181	49,48%
2016	907.507	52,46%
2017	916.427	52,36%
2018	925.193	55,69%
2019	1.003.246	55,38%

Sumber : www.jateng.bps.go.id (2019)

Berdasarkan data penduduk Purbalingga yang menggunakan telepon tahun 2015 hingga 2019 yang bersumber dari www.jateng.bps.go.id diperoleh hasil yang fluktuatif dimana tidak selalu naik dan juga tidak selalu turun. Data tersebut disajikan dalam bentuk tabel 1.1 terdapat penurunan pada tahun 2017 kemudian

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

tahun 2018 naik kembali dan tahun 2019 kembali turun, namun tidak menutup kemungkinan akan meningkat kembali karena zaman sekarang adalah zaman digital. Terjadinya peningkatan pelanggan artinya masyarakat masih berkebutuhan dalam hal telekomunikasi. Setiap usahanya meningkatkan serta menstabilkan jumlah pelanggan, perusahaan perlu menjaga kualitas pelayanannya dengan asumsi pelanggan merasa puas dan semakin banyak pelanggan yang tertarik.

Tabel 1. 2 Data Pelanggan Indihome Cabang Witel Purwokerto 2021

Kabupaten/Kota	Jumlah Pelanggan
Banjarnegara	2.945
Cilacap	6.677
Purbalingga	4.201
Purwokerto	8.607
Total	22.430

Sumber : PT. Telkom Indonesia datel Purbalingga

Mengingat dasar yang diperkenalkan, peneliti tertarik untuk mengambil judul tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan,

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Kesenangan Pelanggan Indihome di PT Telkom Indonesia datel Purbalingga". Penjelasan peneliti melakukan penelitian terhadap pelanggan Indihome di wilayah Purbalingga ini dengan alasan belum terdapat penelitian yang meneliti terkait kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kesenangan pelanggan pada PT Telkom Indonesia datel Purbalingga seingga peneliti ingin mengembangkan dan memperbanyak penelitian dengan menambahkan variabel kesenangan pelanggan. Selain itu karena PT Telkom Indonesia datel Purbalingga dari tabel 1.2 tentang data jumlah pelanggan Indihome di kabupaten Purbalingga masih dibawah dari kabupaten Cilacap dan wilayah kantor pusat witel Purwokerto.

Kabupaten Purbalingga merupakan wilayah yang memiliki banyak industri maupun UKM seperti knalpot, batik, dan rambut palsu. Dalam menghadapi situasi dan kondisi global seperti era sekarang ini, kebutuhan teknologi, informasi, dan komunikasi akan sangat membantu usaha mereka terutama dalam menjual dan memasarkan produknya. Sehingga, adanya jaringan internet berupa Indihome dari PT Telkom Indonesia dapat membantu para usahawan di kabupaten Purbalingga dalam mengembangkan usahanya. Didasarkan atas latar belakang masalah yang disajikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Kesenangan Pelanggan Indihome" (Studi pada PT Telkom Indonesia Datel Purbalingga).

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

1.2. Rumusan Masalah

Kualitas pelayanan menjadi faktor yang penting bagi perusahaan khususnya PT Telkom Indonesia karena perusahaan jasa yang ditunjukan kepada konsumen adalah pelayanannya. Sesuai dengan beberapa pendapat para ahli yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat menentukan suatu pembeli akan merasa puas, percaya, setia, dan senang dengan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan jika ingin menciptakan kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kesenangan pelanggan maka yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melayani dengan baik kepada pembeli.

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (2) Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan, (3) Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, (4) Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kesenangan pelanggan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu :

1.3.1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kesenangan pelanggan Indihome pada PT Telkom Indonesia datel Purbalingga.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

1.3.2. Tujuan Khusus

Tujuan Khusus dari penelitian ini adalah

a. Mengetahui keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
b. Mengetahui keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan.
c. Mengetahui keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
d. Mengetahui keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kesenangan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat untuk berbagai pihak, antara lain :

1.4.1. Bagi penulis

Manfaat penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Kesenangan Pelanggan Indihome" (Studi pada PT Telkom Indonesia Datel Purbalingga) bagi penulis atau peneliti yaitu agar semakin bertambahnya wawasan bagi penulis atau peneliti.

1.4.2. Bagi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Manfaat penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Kesenangan Pelanggan Indihome" (Studi pada PT Telkom Indonesia Datel

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

Purbalingga) bagi Universitas yaitu agar dapat dijadikan referensi akademis nantinya untuk mahasiswa khususnya program studi S1 Manajemen di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

1.4.3. Bagi masyarakat dan perusahaan

Manfaat penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Kesenangan Pelanggan Indihome" (Studi pada PT Telkom Indonesia Datel Purbalingga) bagi masyarakat dan perusahaan yaitu dapat menjadi referensi bagi organisasi dalam mengembangkan kualitas pelayanan dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam membeli produk telkom khususnya Indihome.

1.5. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Mengingat masalah yang akan diteliti ini cukup luas, banyakdan terkadang belum cukup tuntas oleh karena itu pengujian dengan lebih teliti sangat perlu untuk dilakukan. Namun peneliti memutuskan dalam penelitian ini hanya berpusat pada pengujian apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kesenangan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di kabupaten purbalingga dengan sampel penelitian adalah pelanggan indihome PT Telkom Indonesia datel Purbalingga.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN