

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Tingginya kebutuhan manusia serta diiringi dengan kemajuan era digital yang semakin canggih ini. Termasuk juga semakin berkembangnya IT dan komunikasi di era revolusi industri 4.0. Memotivasi konsumen untuk menaikkan intensitas penggunaan teknologi mereka pada aktivitas kesehariannya. Teknologi informasi serta komunikasi pada awalnya sangatlah terbatas untuk kebutuhan sehari-hari kini menjadi bagian terpenting dan sudah menjadi bagian yang tak bisa di pisahkan.

Perkembangan pelayanan yang sangat cepat dan memegang peranan krusial pada perekonomian. Faktor-faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan pelayanan ialah demografi, globalisasi, kemajuan teknologi. Contohnya pada bidang telekomunikasi Seperti halnya Internet, Internet memainkan kiprah yang sangat krusial pada kehidupan kita sehari-hari masyarakat (Tjiptono & Diana, 2016). Karena internet membantu mempermudah. Seseorang mencari berbagai jenis informasi. Dengan pentingnya Internet di era Globalisasi saat ini juga merespons meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia tahun demi tahun.

Meningkatnya era digital ditandai dengan kemajuan digital di Indonesia membuat sebuah kesempatan untuk industri jasa penyediaan layanan informasi dan telekomunikasi untuk terus unggul di dunia digital terus memasarkan dan menjual produknya yang membuat konsumen mudah terhubung. Provider internet kabel menjadi salah satu produk yang mendukung ketersediaan internet. Berdasarkan medcom.id provider internet kabel dianggap memiliki kecepatan internet yang lebih terjamin, unlimited, serta latensi rendah. Namun, semakin banyak penyediaan jasa layanan internet, menjadikan konsumen menjadi sulit dalam menentukan produk mana yang tepat dengan kebutuhan mereka.

PT. Telkom Indonesia Witel Cirebon yang bergerak di bidang telekomunikasi. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dibidang komunikasi maka

manajemen PT. Telkom menawarkan produk indihome sebagai salah satu alternatif bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan dalam mendapatkan informasi melalui media internet. Ada banyak jenis produk indihome yang ditawarkan perusahaan dengan berbagai pilihan paket internet indihome, sehingga kondisi ini dapat memberikan pilihan bagi konsumen untuk menentukan jenis paket internet sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan konsumen.

Alasan perusahaan meluncurkan produk indihome kepada konsumen karena semakin berkembangnya teknologi informasi terutamaterkait dengan media internet yang bias di akses oleh siapa saja dan kapan saja untuk memperoleh informasi, data dan hiburan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Untuk itu, produk indihome yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen saat ini merupakan salah satu produk jaringantelekomunikasi yang handal dan mempunyai kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Produk indihome merupakan penggabungan tiga layanan oleh perusahaan yang terdiri dari layanan telekomunikasi dan data atau yang disebut dengan *voice*, dengan layanan internet atau *internet on Fiber* atau *High Speed Internet* dan layanan televisi interaktif seperti *USee TV Cable* dan IP TV sehingga hal ini sangat memudahkan konsumen ketika ingin mendapatkan sebuah layanan terbaik dengan produk berkualitas.

Dengan penawaran produk indihome yang berkualitas maka diharapkan perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang paket internet sesuai dengan jenis paket internet yang tersedia dan yang dibutuhkan oleh konsumen. Konsumen yang memutuskan berlangganan terhadap produk indihome dari perusahaan dapat menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mampu memberikan nilai tambah dan manfaat seperti harapan konsumen pada umumnya. Untuk itu, hal ini menjadi tantangan terbesar bagi manajemen PT. Telkom untuk dapat berusaha mempertahankan keberadaan kualitas produk indihome agar terus mampu memberikan yang terbaik bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan yang terus berubah dari waktu ke waktu.

Lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, suatu industri mampu bertahan dan tetap berkembang. Maka dari itu, pemasar perlu memahami isu-isu utama di wilayah mereka dan mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan

mereka.

Dengan kualitas pelayanan yang terbaik itu dapat mempertahankan baik pelanggan yang sudah ada sejak lama maupun konsumen baru agar mencukupi kebutuhannya. Persaingan yang semakin ketat memaksa para pelaku perusahaan untuk memunculkan ide-ide baru tentang kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen guna mencegah konsumen beralih ke perusahaan pesaing.

Kualitas pelayanan merupakan semua karakter dalam suatu produk barang maupun jasa yang berpengaruh atas kecakapannya dalam terpenuhinya keperluan dan yang di inginkan konsumen yang disebutkan atau tidak disebutkan (Kotler, 2017).

Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat kelebihan sehingga kualitas termasuk dalam unsur dari kebaikan (Putra, Handoko & Rochadi 2018).

(Kotler, 2018) Kualitas produk yang baik tentunya perlu dibutuhkan oleh para konsumen dalam kegiatan berkomunikasi di kesehariannya. Produk adalah segala sesuatu dalam bentuk barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, tempat orang-orang menempatkan informasi dan ide organisasi yang ditawarkan pasar kepada pelanggan untuk memuaskan keinginan. dan keperluan konsumen (Kotler, 2018).

Salah satu yang menjadi semakin meningkatnya pengguna internet Indonesia saat ini yaitu dipengaruhi dengan pemberlakuan PSBB akibat merebaknya kasus Covid-19. Dimana keadaan pandemi ini telah mengubah gaya hidup seseorang dan masyarakat kini perlu beradaptasi dengan penerapan protokol kesehatan. Misalnya, sebagian perusahaan di Indonesia yang menerapkan system kerja WFH (*Work from Home*) dan cara belajar online atau implementasi dari online yang mengharuskan mereka beraktivitas di dalam rumah dan situasi ini lah pelayanan jasa internet sangat dibutuhkan untuk memperlancar koneksi internet. Namun nyatanya konsumen tetap memilih dengan indihome. Indihome memberikan kualitas produk sangat baik dibanding dengan kualitas produk yang lain oleh karena itu pelanggan tetap loyalitas pada indihome.

Konsumen merasa loyal pada kualitas produk yang di tawarkan oleh suatu perusahaan disitulah kepuasan konsumen akan timbul. Loyalitas merupakan sebuah

kondisi di mana seseorang konsumen melakukan proses transaksional secara repetitive terhadap sebuah perusahaan. Oleh karena itu, konsumen yang loyal dapat menjaga kestabilan sebuah bisnis dan menjadi bahan tolak ukur bagi sebuah perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya. Kemampuan dalam menciptakan kepuasan dalam setiap pelanggan terjadi karena adanya sebuah usaha dan akan memperoleh keuntungan yang tinggi, loyalitas pada suatu industri terbentuk apabila konsumen merasa puas.

Konsumen yang setia dalam membeli suatu produk lebih dibutuhkan dalam dunia bisnis saat ini. Menurut (Arnold, dan Reynolds, 2000) (Aulawiet al, 2016) konsumen yang setia yaitu: *“Loyal customers build businesses by buying more, paying premium prices, and providing new referrals through positives world of mouth”*. *True Loyalty Customer* merupakan pelanggan yang mau dan rela berkorban dalam mencari jasa, lokasi atau merek tertentu.

*Spuriously Loyal Customer* yaitu pelanggan mengarah kepada ajakan oleh tarikan, keadaan, dan sikap apabila kondisinya tepat namun dengan catatan. *Latent Loyalty*, konsumen yang memiliki sikap relatif tinggi, tetapi tingkat pembelian suatu produk rendah. *No Loyalty*, mereka adalah konsumen yang memiliki perilaku tidak adanya loyal pada suatu merk industri.

Dapat kita lihat pada table dibawah ini jumlah konsumen pengguna indihome setiap tahunnya di Kota Cirebon :

**Tabel 1. 1**

**Jumlah Konsumen Indihome di Kota Cirebon Tahun 2019-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
2019	43.389
2020	32.040
2021	34.908

Sumber : PT. Telkom Indonesia Witel Cirebon (2022)

Pada table di atas dapat dilihat bawasannya tahun 2019 jumlah konsumen sebesar 43.389, pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 32.040, dan tahun

2021 jumlah konsumen menjadi 34.908 konsumen. Konsumen indihome mengalami naik turun, yang mana konsumen indihomm mengalami naik turun setiap tahunnya.

Dari survey awal yang peneliti lakukan. Peneliti melakukan mini survey yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen indihome yang sedang atau masih berlangganan produk indihome dengan pertanyaan yang mengarah kepada karakteristik dari loyalitas yaitu apakah responden tersebut selalu menggunakan produk indihome dan sudah berapa lama memakai produk tersebut, selanjutnya apakah di waktu mendatang akan tetap berlangganan produk tersebut serta apakah mereka pernah merekomendasikan produk tersebut kepada keluarga atau teman mereka. Dan dari beberapa pertanyaan yang peneliti tanyakan tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian dari mereka sudah sejak lama berlangganan produk indihome dan mereka juga untuk selalu menggunakan produk indihome dimasa yang akan datang. Dan rata-rata telah merekomendasikan produk indihome kepada keluarga dan teman mereka. Yang mana semua jawaban telah mengarah kepada loyalitas konsumen.

Kemudian peneliti juga memberikan pertanyaan kepada responden apakah selama menggunakan produk indihome mereka merasa terpuaskan. Dan dari pertanyaan tersebut sebagian responden masih belum terpuaskan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk.

**Tabel 1. 2**

**Jumlah Keluhan Konsumen Indihome di Kota Cirebon Tahun 2019-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>	<b>Jumlah Keluhan</b>
2019	43.389	13.567
2020	32.040	12.798
2021	34.908	15.548

Sumber Data : PT. Telkom Indonesia Witel Cirebon (2022)

Dapat dilihat bahwasanya 2019 jumlah keluhan yang masuk sebesar 15.897, tahun 2020 jumlah keluhan sebesar 13.567 dan pada tahun 2021 jumlah keluhan

adalah 12.789. dapat disimpulkan bahwasanya jumlah keluhan yang masuk mengalami fluktuasi.

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa meskipun memiliki jumlah pelanggan yang tinggi namun tidak dapat dipungkiri masih banyak keluhan yang diterima Indihome. Seperti halnya produk Indihome yang sesekali terjadi gangguan sinyal internet selama beberapa hari selanjutnya masih tidak sesuai dengan kecepatan internet yang diperoleh pelanggan, ketidaknyamanan karena dihubungi untuk segera memnayar tagihan dan ada juga pelanggan yang sudah minta cabut (berhenti berlangganan) dari bulan-bulan sebelumnya tetapi pihak Telkom belum menindaklanjuti *complain* konsumen tersebut. Fenomena yang diambil pada *reaserch* ini terjadi akibat adanya ketidakpuasan konsumen kepada layanan indihome, layanan indihome masih harus diperbaiki, dan produk yang dipromosikan indihome masih kurang bersaing sampai mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Dalam mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan peneliti harus melakukan *reaserch* mengenai hal itu yang berbentuk tulisan dengan tema **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome (Studi kasus pada pengguna layanan indihome di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan yang dihadapi oleh PT Telkom Indonesia Witel Cirebon, Tbk (Indihome) berdasarkan latar belakang tersebut yaitu:

1. Masih banyaknya keluhan pelanggan terkait pembayaran, gangguan, konten, dan lainnya maka diperlukan peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen.
2. Pembelian produk hanya dengan cara paket tidak dapat satuan. Misalnya konsumen hanya berlangganan telpon rumah atau IPTV atau internet saja.
3. Ketidaknyamanan ketika dihubungi untuk segera membayar tagihannya.

### C. Rumusan Masalah

Masalah yang akan dirumuskan atas latar belakang tersebut yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Konsumen Indihome di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon?
2. Apakah terdapat pengaruh dari Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Indihome di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon?
3. Seberapa besar pengaruh dari Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen indihome di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon?

### D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui adanya pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsemen layanan indihome di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon.
2. Mengetahui adanya pengaruh dari Kualitas Produk terhadap Loyalitas dan Kualitas Layanan Indihome di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon.
3. Mengetahui adanya pengaruh secara simultan dari Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simulatan terhadap Loyalitas Konsumen layanan Indihome di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon.

### E. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagi PT. Telekom Indonesia Witel Cirebon, Tbk

Berharap peneliti dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat setelah melakukan penelitian ini dan berharap agar perusahaan lebih drastis dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen tidak perlu kecewa terhadap produk yang ditawarkan PT. Telkom Indonesia Witel Cirebon, Tbk.

2. Bagi akademik

Hasil dari *reaserch* ini, bisa dipakai dalam peneltian selanjutnya guna mendapatkan infromasi dan knowledge yang lebih banyak mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada layanan Indihome di Cirebon.

### 3. Bagi penulis

*Reaserch* ini, peneliti berharap bisa meningkatkan referensi maupun wawasan guna menambah *knowledge* mengenai manajemen pemasaran utamanya pengetahuan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyality





**uin**  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG