

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Telkomsel Indonesia

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan provider komunikasi terbesar di Indonesia yang merupakan anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dan sahamnya juga dimiliki oleh Singapore Telecom Mobile Pte Ltd. Telkomsel memiliki jangkauan jaringan terluas di negara ini, dengan menjadi operator pertama yang memasarkan secara komersial teknologi 4G LTE di Indonesia. Telkomsel telah berhasil meluncurkan layanan 4G LTE pada 8 Desember 2014. Posisi spectrum Telkomsel juga akan diperkuat dengan tambahan spectrum dari Telkom Flexi di 800 MHz melalui perjanjian CBTA (*Conditional Business Transfer Agreement*) antara Telkomsel dan Telkom pada tahun 2014. (Annual Report Telkomsel 2014)

Sebagai operator seluler nomor 6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pelanggan, Telkomsel merupakan pemimpin pasar industri telekomunikasi di Indonesia yang kini dipercaya melayani lebih dari 143 juta pelanggan pada tahun 2015-2016. Dalam upaya memandu perkembangan industri telekomunikasi seluler di Indonesia memasuki era baru layanan *mobile broadband*, Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi 3G, HSDPA, HSPA+, serta pengembangan jaringan *Long Term Evolution* (LTE). Kini Telkomsel mengembangkan jaringan broadband di 100 kota besar di Indonesia. Pada 2016, Telkomsel berkomitmen pada *transformasi* digital perusahaan yang menghasilkan berbagai macam produk, layanan dan solusi yang tidak hanya memecahkan masalah pelanggan, namun juga meningkatkan kualitas hidup mereka.

Di era digital sekarang persaingan tentu semakin tinggi, Telkomsel terus-menerus berinvestasi dalam teknologi terbaru untuk mendukung penyampaian produk dan layanan kepada pelanggan. Telkomsel yang memiliki visi menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya tentu memiliki beragam cara untuk memenuhi kebutuhan para masyarakat Indonesia dengan menyediakan berbagai macam layanan. Layanan yang ditawarkan oleh Telkomsel antara lain kartuHalo, simPATI, Kartu As, Kartu As Flexi, kartu Halo Flexi, Telkomsel Flash, Kartu Facebook, simPATI LOOP, dan Kartu LOOP.

Layanan-layanan tersebut memiliki kegunaan dan juga fungsi masing masing sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang beragam.

Bertumbuhnya teknologi yang sangat pesat menghasilkan sebuah perubahan kebutuhan konsumen yang mana dan *annual report* Telkomsel dijelaskan layanan telepon masih stabil dengan pertumbuhan 1% per menitnya, sementara layanan SMS turun 16% karena popularitas layanan pesan seperti Whatsapp, dan Line. Lalu lintas data meningkat secara signifikan sekitar 110%, seiring dengan meningkatnya tren penggunaan aplikasi internet. Dengan meningkatnya jumlah kebutuhan lintas data Telkomsel menyediakan berbagai layanan yang menyediakan kebutuhan internet antara lain adalah Telkomsel Flash.

## **1.2 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan industri teknologi telekomunikasi pada saat ini terbilang mengalami perubahan trend pasar yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat Indonesia yang ditunjang dari adanya fenomena peningkatan jumlah pengguna internet dan pengembangan jaringan 4G LTE yang sedang berlangsung di Indonesia. Perkembangan industri yang terbilang sangat cepat ini juga dipengaruhi oleh adanya sikap praktis dan cepat sesuai dengan tuntutan jaman. Internet telah menjadi kebutuhan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup rakyat Indonesia. Teknologi ini begitu fenomenal karena menawarkan kecepatan bertukar informasi dan kemampuan menjangkau ujung dunia sekalipun. Menjamurnya jejaring sosial dan kebutuhan akan informasi serta konten menyebabkan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia.

Peningkatan jumlah pengguna internet aktif di Indonesia pada awal tahun 2017 merealisasikan bahwa kebutuhan akan internet sudah menjadi kebutuhan yang tidak terlepas dari masyarakat Indonesia dalam bidang telekomunikasi. Hal ini sesuai dengan hasil survey yang dilakukan oleh sebuah perusahaan riset bernama *We Are Social* yang menyebutkan bahwa pada tahun 2016 tercatat di Indonesia memiliki 88,1 juta pengguna aktif internet dan naik sebesar 51% ke angka 132,7 juta pengguna. Sebanyak 132,7 juta orang di Indonesia yang aktif internet 106.0 juta merupakan pengguna aktif media sosial sedangkan dimana 69% pemakaian menggunakan *mobile phone* dan sisanya menggunakan *mobile phone & pc* dan *pc* saja.



**Gambar 1.1** Survey perangkat yang digunakan untuk mengakses internet

Sumber : survey We Are Social Tahun 2017

Fakta-fakta yang sesuai dengan survey membuktikan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia mengakses internet menggunakan perangkat *mobile phone* dan membutuhkan akses internet. Meningkatnya jumlah pengguna internet di setiap tahun juga dapat disimpulkan bahwa masing-masing orang bisa mengakses internet menggunakan 2 atau lebih perangkat. Dilihat darimeningkatnya Di Kota Bandung sendiri terdapat 579000 jiwa pengguna internet (Ditjen PPI)

Bertambahnya kebutuhan masyarakat Indonesia, membuat provider telekomunikasi di indonesia berlomba lomba untuk memenuhi tuntutan konsumen yang membutuhkan internet. Provider-provider telekomunikasi menawarkan berbagai macam paket inetrnet sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Beberapa provider di Indonesia memiliki strategi masing masing untuk dapat menguasai industri pasar provider telekomunikasi di Indonesia. Salah satu strategi provider – provider telekomunikasi di Indonesia yaitu menawarkan harga dan kualitas yang mumpuni. Telkomsel menjadi salaah satu provider yang menyediakan layanan lengkap untuk para masyrakat yang salah satu produknya adalah Telkomsel Flash.

Telkomsel tentu memiliki strategi yang dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produknya. Produk yang ditawarkan Telkomsel antara lain adalah Telkomsel Flash. Telkomsel Flash adalah layanan internet tanpa kabel (*wireless*) yang disediakan oleh Telkomsel untuk seluruh pelanggannya (kartuHALO, simPATI dan Kartu As). Layanan ini didukung dengan teknologi HSDPA/3G/EDGE/GPRS

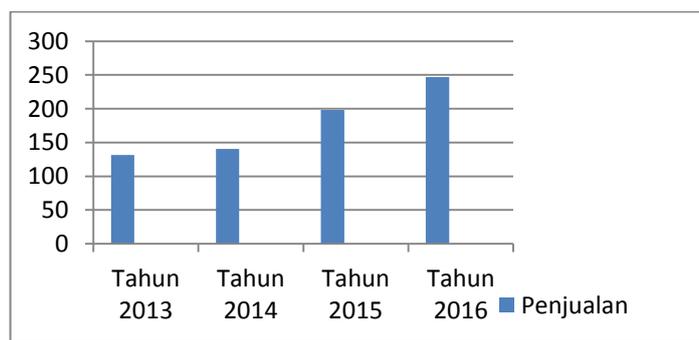
Telkomsel yang dapat menghasilkan kecepatan *download* sampai dengan 14.4 Mbps. Telkomsel Flash yang ditawarkan sebagai salah satu paket internet Telkomsel memang memiliki fitur jaringan super cepat dengan teknologi yang dinamakan 4G LTE Telkomsel, selain 4G pengguna HSDPA/3G/EDGE/GPRS juga dapat menikmati layanan ini.



**Gambar 1.2 Logo Telkomsel Flash**

Sumber : <http://www.ponseluler.com/paket-telkomsel-flash>

Pada akhir 2014, pengguna Telkomsel Flash mencapai 31 juta, meningkat tajam sebesar 80,7% dari setahun sebelumnya. Dari sisi pendapatan, Telkomsel Flash tercatat Rp6,5 triliun pada tahun 2014, meningkat 97,7% YoY dan berkontribusi 46% dari total pendapatan *broadband*, dibandingkan dengan 31% tahun sebelumnya. Ada berbagai macam pilihan paket dari Telkomsel Flash. Paket Telkomsel tahun 2017 antara lain Hot Offer, Flash Regular, simPATI GIGAMAX, Flash 4G-LTE, Smartphone/TAU, dan BB



**Gambar 1.3 Data Penjualan Telkomsel Flash  
Tahun 2013 hingga Tahun 2016**

Sumber : Diambil dari Anual Report Telkomsel Tahun 2013 hingga 2016

Telkomsel Flash juga menawarkan berbagai keunggulan yang mampu menjawab segala kebutuhan masyarakat Indonesia. Kecepatan *download* dari Telkomsel Flash ini sendiri dapat mencapai 42Mbps sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengakses situs streaming atau situs berat yang biasanya akan lama jika diakses dengan jaringan lain. Telkomsel menawarkan Paket Telkomsel Flash dengan kelebihan utama Telkomsel Flash adalah cepat. Kelebihan Telkomsel Flash lainnya adalah *stabil* dan *steady* yang di . Telkomsel Flash menawarkan jaringan yang tidak mudah *down* dan juga selalu lancar dimanapun berada karena Telkomsel saat ini memiliki sekitar 18.000 menara yang berada di seluruh Indonesia untuk mendukung jaringan BTS.

Berdasarkan penawaran yang diberikan oleh Telkomsel Flash kepada konsumen Telkomsel Flash justru tidak sesuai dengan kenyataan. Dilihat dari situs diskusi online Kaskus yang didapat dengan cara menuliskan Telkomsel Flash di bagian diskusi Forum, membicarakan apa yang mereka terima dari Telkomsel Flash. Telkomsel Flash yang memiliki *tagline* cepat, *stabil* dan mudah terkait layanan internetnya yang termuat di berbagai iklan cetak dan online, pada kenyataannya tidak sesuai dengan pengalaman yang telah dirasakan oleh konsumen. Ruang diskusi *online* Kaskus adalah salah satu tempat terbesar terjadinya e-Wom di Indonesia. Menurut survey yang dilakukan oleh Kaskus Archive bahwa Kaskus menempati posisi 1 dengan mencapai lebih dari 4,5 juta member yang selanjutnya disusul oleh Indowebset dan juga Detik Forum. Di ruang diskusi online Kaskus tersebut banyak pelanggan Telkomsel Flash yang melakukan e-Wom karena mereka telah merasakan kekecewaan bahwa dengan paket internet yang cukup mahal jika di bandingkan dengan operator lain seperti XL, Indosat, dan 3 mereka mendapat kualitas yang bahkan lebih buruk dari operator lainnya.

Salah satu pelanggan Telkomsel juga menuliskan pada forum diskusi online pada tanggal 25 Juni 2017 bahwa mereka telah melakukan keluhan langsung kepada *call center* tetapi pelayanan yang dilakukan Telkomsel sangat buruk dan juga lama. Telkomsel Flash yang memiliki jaringan 4G di berbagai kota di Indonesia pun juga menuai banyak protes dari para pelanggannya. Pelanggan juga menemui gangguan dalam masalah *download*. Di situs Kaskus dengan forum berjudul “[Tolong] Telkomsel Flash Tidak Bisa *Download*” yang di tulis pada tanggal 4 April 2013 mengatakan bahwa modem yang pelanggan isi dengan paket Telkomsel Flash sama

sekali tidak dapat untuk menjalani fungsinya. Telkomsel Flash yang memiliki kecepatan *download* mencapai 42Mbps ini tidak membuktikannya pada pelanggan.

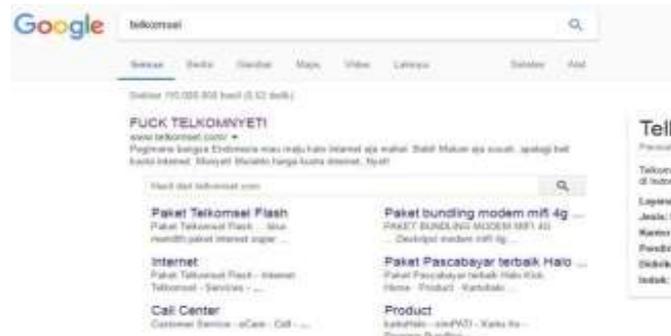


**Gambar 1.4 Keluhan Pelanggan pada ruang diskusi online Kaskus dengan keyword Telkomsel Flash**

Sumber : <https://www.kaskus.co.id/search/forum?q=telkomsel%20flash> diakses pada tanggal 22 September 2017 pukul 15.27

Ketidakseimbangan antara harapan dan persepsi yang dirasakan pelanggan Telkomsel Flash ini tentu berdampak pada rasa kekecewaan yang mereka jelaskan pada forum yang berisi para pelanggan yang juga dikecewakan oleh Telkomsel Flash. Di forum diskusi online tersebut 120 dari 153 Kaskusers yang bergabung dalam forum itu membentuk sebuah *negative Electronic Word of Mouth*. Belum lagi para pelanggan yang tidak menggunakan ruang media Kaskus. Menurut *survey* yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Telkomsel menjadi operator yang memiliki jumlah keluhan terbanyak. Koordinator Bidang Pengaduan dan Hukum YLKI Sularsi menyatakan, pada 2014 pihaknya menerima 113 pengaduan mengenai keluhan yang disampaikan pengguna telekomunikasi. Dari jumlah tersebut, Telkomsel menjadi operator yang banyak dikeluhkan pelanggannya dengan jumlah mencapai 40 keluhan (Hani Ardia, 2015)

Pada tanggal 28 April 2017 pagi hari website Telkomsel (<https://www.telkomsel.com/>) diketahui telah di *hack* oleh salah satu pelanggan Telkomsel Flash yang juga kecewa. Website yang telah di *hack* itu bertuliskan berbagai macam kalimat-kalimat keluhan yang diutarakan sebagai bentuk kekecewaan karena harga internet Telkomsel Flash yang tidak wajar dan kualitas yang buruk. Peristiwa yang memiliki pro dan kontra ini tentu juga menjadi sorotan publik dan tentu saja Telkomsel sendiri. Kejadian tersebut menjadi perhatian Telkomsel dalam memperbaiki produknya.



**Gambar 1.5 Website Telkomsel yang Diretas oleh Hacker**

Sumber : <http://style.tribunnews.com/2017/04/29/gara-gara-tarif-mahal-website-telkomsel-di-hack-begini-tulisan-kocak-si-hacker> diakses pada tanggal 22 September 2017 pukul 15.44

Dengan adanya peristiwa tersebut forum diskusi *online* Kaskus kembali mengutarakan pendapat mereka yang masih berkesinambungan dengan apa yang diutarakan *hacker* tersebut. Para Kaskuser membuat sebuah forum yang berjudul “Hari Jum'at Kemarin *Website* Telkomsel Kena Hack!”. Di forum tersebut para Kaskuser yang merupakan juga pelanggan Telkomsel menuliskan bahwa apa yang dituliskan *hacker* itu sesuai dengan apa yang mereka juga rasakan. Para Kaskuser juga menambahkan selain harganya yang mahal Telkomsel selalu memberikan paketan internet yang tidak mereka butuhkan lebih besar dari pada paket internet seperti 3G ataupun 4G. Dengan adanya kasus *hack* Telkomsel antara pelanggan mulai saling mempengaruhi dan tidak sedikit pelanggan lain yang sadar dan terpengaruh.



**Gambar 1.6 Tanggapan Kaskuser mengenai Kasus Hack pada Website Telkomsel**

Sumber : <https://www.kaskus.co.id/thread/5902858b8ded770b8488b4567> diakses pada tanggal 23 september 2017 pukul 17.28

Fakta-fakta timbul akibat ketidakpuasan, dimana ketidakpuasan tersebut akan bermuara perasaan kecewa yang diterima oleh pelanggan Telkomsel yang sudah memutuskan untuk membeli produk Telkomsel terutama produk Telkomsel Flash. Berbagai macam rasa kecewa tersebut mereka utarakan sebagai bentuk kekesalan yang mereka utarakan dalam bentuk *Electronic Word of Mouth* atau yang bisa disebut e-Wom. Proses komunikasi e-Wom dapat berasal dari siapa saja dan juga berisi apa saja. Informasi mengenai suatu produk atau jasa harus datang dari pihak yang merupakan pelaku jasa atau orang yang ahli dalam bidang tersebut, atau orang yang pernah mengkonsumsi atau yang berkaitan langsung dengan produk tersebut, sehingga informasi produk yang akan ditawarkan akan lebih efektif diterima oleh calon konsumen supaya dapat menciptakan suatu kepercayaan pelanggan.

Seperti kita lihat dengan adanya ruang diskusi *online* seperti Kaskus yang memiliki forum pembahasan Telkomsel Flash, akan membuat pelanggan Telkomsel lainnya untuk tertarik gabung dan membaca isi pesan yang berupa e-Wom tersebut. Pelanggan yang bergabung dan ikut berkomentar akan memiliki pemikiran yang sama yang dapat merubah persepsi atas kepercayaan pelanggan Telkomsel terhadap produk Telkomsel. Sesuai dengan teori Prinsip "Bad is strong than good" telah ditemukan konsisten di berbagai fenomena. Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer dan

Vohs (2001:315) dalam Cheung (2008) berpendapat bahwa "hal buruk akan menghasilkan efek yang lebih besar, lebih konsisten, lebih multifaset, atau lebih tahan lama daripada hal-hal baik jika e-Wom yang disebarkan secara positif tentu akan menjadi keuntungan untuk perusahaan namun, jika sebaliknya kepercayaan merek kepada Telkomsel terutama Telkomsel Flash akan semakin berkurang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul ***“PENGARUH NEGATIF e-Wom PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK( Pada studi kasus ruang diskusi online Kaskus Indonesia )”***

### **1.3 Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana negatif e-Wom yang terjadi pada ruang diskusi online Kaskus ?
2. Bagaimana kepercayaan merek bagi pelanggan Telkomsel Flash yang ada di ruang diskusi online Kaskus ?
3. Seberapa besar pengaruh negatif e-Wom pada kepercayaan merek bagi pelanggan Telkomsel Flash di ruang diskusi *online* Kaskus ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui negatif e-Wom yang terjadi di ruang diskusi online Kaskus
2. Untuk mengetahui kepercayaan merek di ruang diskusi online Kaskus
3. Untuk mengetahui pengaruh negatif e-Wom terhadap kepercayaan merek bagi pelanggan Telkomsel Flash di ruang diskusi online Kaskus

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan dan juga bahan referensi tambahan untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian khususnya mengenai kepercayaan merek suatu produk.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan pemasaran pada perusahaan provider dan telekomunikasi, terutama dengan memperhatikan aspek e-Wom yang dilakukan oleh pelanggan yang dapat menciptakan kepercayaan merek.

### 1.6 Jadwal Penelitian

Penelitian dilaksanakan antara bulan September 2017 sampai dengan bulan Desember 2017 dengan alokasi sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Tahapan dan Waktu Penelitian  
Tahun 2017

<b>Kegiatan</b>	September 2017	Oktober 2017	November 2017	Desember 2017
Menentukan topik dan objek penelitian				
Penyusunan proposal				
Pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data				
Penyusunan hasil penelitian				
Pembuatan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian				

(Sumber : Olahan penulis 2017)