

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT. Indosat Mega Media



Gambar 1.1
Logo Indosat M2
Sumber : IndosatM2.com

PT. Indosat Mega Media (Indosat M2) adalah sebuah perusahaan yang dimiliki sepenuhnya oleh PT. Indosat Tbk yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi di Indonesia. PT. Indosat Mega Media memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jalan Kebagusan Raya No. 36 Pasar Minggu, Jakarta Selatan. IndosatM2 beroperasi secara penuh sejak tahun 2000 untuk membangun dan menerapkan jasa dan produk baik pengoperasian sistem TV kabel berlangganan yang dilengkapi dengan jaringan berbasis IP untuk internet dan multimedia di Indonesia. Pada tahun yang sama IndosatM2 juga memulai kerja sama pemasaran dalam bentuk memasarkan internet pada pelanggan kabel vision.

Indosat M2 melayani empat segmen pelanggan yaitu pelanggan korporasi baik pelanggan besar, pelanggan menengah dan pelanggan kecil. Indosat M2 juga memperluas pangsa pasarnya dengan menjalin mitra dengan pemerintah, institusi pendidikan, residensial maupun dengan perorangan.

Layanan korporasi dan institusi meliputi jaringan *Virtual Private Network* (VPN), sambungan langsung ke backbone *internet internasional*. IM2 dioperasikan hingga saat ini sebagai salah satu kendaraan Indosat untuk layanan jaringan penuh, menyediakan internet dan layanan TV kabel di Indonesia.

1.1.2 Visi, Misi, Nilai dan Motto PT. Indosat Mega Media

1.1.2.1 Visi

Menjadi perusahaan yang dominan dalam industri *Consumer Broadband* berbasis teknologi IP (*Internet Protocol*) dan layanan *content* serta multimedia di Indonesia.

1.1.2.2 Misi

1. Memberikan hasil terbaik bagi para *stakeholder* (pemegang saham, pelanggan, dan karyawan).
2. Menyediakan layanan akses internet yang dapat diandalkan dan terjangkau untuk mendukung implementasi layanan *Triple-Play* di Indonesia
3. Mendukung pengembangan jalur informasi dan ilmu pengetahuan di Indonesia melalui penyediaan koneksi internet

1.1.2.3 Nilai

Empat sikap dasar yang melandasi pribadi dan sikap melayani dari seluruh karyawan IM2 untuk menuju *Service Excellence* adalah:

1. *Committed* : Melakukan upaya terbaik dalam menyelesaikan setiap pekerjaan untuk mencapai tujuan.
2. *Clean* : Berperilaku jujur, adil, penuh integritas dan menjaga kehormatan diri.
3. *Care* : Senantiasa mewujudkan sikap peduli baik ditempat kerja, lingkungan maupun masyarakat.
4. *Respect* : Sikap hormat dan menghargai setiap individu secara tulus.

1.1.2.4 Motto

Motto dari PT. Indosat Mega Media mempunyai semangat perusahaan yaitu : “*Committed to Perfection*” dengan evaluasi secara terus menerus terhadap kualitas dan kemampuan para karyawan untuk mendapatkan sikap yang tepat menuju kesempurnaan. **Sumber : www.IndosatM2.com**

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi, globalisasi, dan terbukanya pasar dunia merupakan tantangan berat bagi perusahaan. Dengan terbukanya pasar dunia maka persaingan bisnis menjadi semakin tajam sehingga eksistensi perusahaan akan ditentukan oleh perusahaan yang paling efisien dan paling memuaskan pelanggan, sedangkan perusahaan yang tidak siap bersaing akan tereliminasi dari pasar. Perusahaan harus menerapkan kebijakan dan strategi yang relevan dalam rangka persaingan bisnis yang semakin ketat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah menjaga retensi

pelanggan dengan menciptakan produk-produk yang handal dan memiliki kualitas terbaik, sehingga kepuasan pelanggan akan terpenuhi sesuai harapan.

Secara umum manfaat yang dapat diperoleh apabila seseorang mempunyai akses ke internet adalah memperoleh informasi yang luas tanpa batas secara individu, sosial, maupun informasi bisnis/pekerja pun dapat diperoleh melalui akses internet. Akses informasi internet tidak mengenal batas geografis, ras, suku, budaya, negara, maupun kelas ekonomi, atau faktor-faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Aktifitas internet yang tanpa batas mampu untuk menciptakan suatu komunitas-komunitas unik seperti friendster, facebook, twitter. Melalui komunitas dalam internet tidak menutup kemungkinan dapat terjalin kerjasama bisnis, maka dewasa ini pengguna internet semakin meningkat jumlahnya seiring dengan banyaknya kemudahan-kemudahan yang diperoleh dalam penggunaan internet. Dengan adanya kebutuhan dan permintaan yang terus meningkat setiap tahunnya, terutama untuk jasa internet. Permintaan akan jasa internet ini semakin marak dan melonjak dari seluruh penjuru nusantara. Jasa internet ini dirasakan sebagai bisnis yang potensial dan menghasilkan margin yang menguntungkan bagi perusahaan. Melihat potensi tersebut banyak perusahaan provider telekomunikasi selular yang mencoba peruntungannya dan terjun ke dalam bisnis jasa internet. Terdapat beberapa raksasa provider selular di tanah air yang merambah bisnis internet, antara lain Telkomsel dengan jagoan produknya Flash unlimited, Flash prepaid .

Indosat dengan jagoan produknya Broom dan IM2. Telkom dengan andalannya Speedy dan Telkom-Net instant, dll. Kesemua provider tersebut berusaha meraih pasar sebesar-besanya dengan berbagai strategi yang diterapkan. Perang teknologi antar provider pun tidak dapat dihindarkan, karena semua operator tersebut berusaha memberikan layanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya dan menyediakan nilai lebih dibanding provider lainnya. Setiap provider berusaha memberikan layanan yang terbaik kepada setiap pelanggannya, berusaha mengaplikasikan teknologi yang tercanggih dan mutakhir dalam setiap layanannya (HSDPA, EDGE, 3G, GPRS, MMS), menciptakan suatu akses internet yang cepat, memperluas jangkauan jaringan (*coverage area*) sehingga akses internet dapat dilakukan disetiap wilayah atau daerah, kemudian menawarkan tarif yang semurah mungkin dan bersaing dengan kompetitornya. (Dinar Ika Pratiwi, 2010)

Kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian produk. Kualitas produk didefinisikan sebagai satu dari alat untuk mencapai posisi produk, kualitas menyatukan tingkat kemampuan suatu produk tersebut dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas seringkali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana kualitas tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa yang dikonsumsi pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan di dalam pencapaian perusahaan, oleh karena itu produk yang baik akan banyak di minati oleh para

konsumen yang akan menggunakan. Dengan demikian bahwa suatu produk yang memiliki kualitas dapat memberikan suatu kepuasan bagi pelanggan dan sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga akan memperkecil kemungkinan adanya *churn* atau perpindahan pelanggan ke penyedia jasa internet lainnya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada Indosat M2 diperoleh gambaran bahwa penurunan pelanggan oleh beberapa faktor, antara lain : persaingan yang semakin ketat dan kemampuan perusahaan untuk memberikan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan dari pelanggannya.

Berikut tabel tingkat *churn* pelanggan IM2 di Kota Bandung per Februari 2011:

Tabel 1.1
Jumlah Churn Pelanggan IndosatM2 di Bandung Tahun 2011

Keterangan	Tahun 2010										Tahun 2011	
	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Jan	Feb
Jumlah Churn	112	99	73	104	99	82	79	94	100	105	117	123

Sumber : Data Internal Perusahaan

Berdasarkan tabel di atas, terlihat dari bulan Maret tahun 2010 sampai dengan Februari 2011 mengalami fluktuasi, hal ini dapat dilihat melalui jumlah kenaikan dan penurunan pelanggan.

Penurunan pelanggan yaitu pada bulan Mei Juli, Agustus Tahun 2010 dan pada tahun 2011 terjadi kenaikan yaitu pada bulan Februari, hal tersebut tentunya sangat dipengaruhi oleh persaingan dan kualitas produk

yang dirasakan oleh pelanggan, untuk mempertahankan serta meningkatkan jumlah pelanggannya. Oleh karena itu, kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan haruslah dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga Pelanggan tidak akan melakukan churn atau pindah ke produk lain.

Menurut Kotler (2007:177) kepuasan pelanggan akan terbentuk dari perbandingan kinerja yang telah diterima oleh pelanggan yang melebihi harapan kinerja sebelumnya. Dengan adanya fakta tersebut memberi indikasi awal bahwa pelanggan merasa tidak memperoleh kepuasan dari aspek kualitas jasa pelayanan Galeri IndosatM2 yang telah diberikan oleh perusahaan. Dalam jangka panjang, ketidakpuasan pelanggan tersebut akan memberikan dampak buruk bagi perusahaan. Dengan adanya situasi tersebut maka permasalahan ini layak untuk diteliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk IndosatM2 terhadap kepuasan pelanggan di kota Bandung sehingga dapat dilakukan perbaikan-perbaikan oleh perusahaan sebelum terjadi *churn* dengan angka yang lebih tinggi dan merugikan perusahaan.

Hal-hal di atas menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **PENGARUH KUALITAS PRODUK INDOSAT M2 TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA BANDUNG PERIODE 2010-2011.**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan dalam latar belakang, maka yang menjadi perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas produk IndosatM2 di kota Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk IndosatM2 di kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk IndosatM2 terhadap kepuasan pelanggan di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kualitas produk IndosatM2 di kota Bandung.
2. Mengetahui kepuasan pelanggan terhadap produk IndosatM2 di kota Bandung.
3. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk IndosatM2 terhadap kepuasan pelanggan di Kota Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi yang dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kualitas jasa pelayanan Galeri IndosatM2 terhadap kepuasan pelanggan di kota Bandung pada PT. Indosat Mega Media. Selain itu penelitian diharapkan dapat mengembangkan kemampuan menulis karya ilmiah dalam menganalisa permasalahan dilapangan.

b. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti serta bagi pihak lain yang membutuhkan informasi mengenai pengaruh jasa kualitas pelayanan Galeri IndosatM2 terhadap kepuasan pelanggan khususnya di kota Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai tinjauan objek studi, latar belakang, perumusan masalah, tujuan, kegunaan dan batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II berisi teori-teori yang mendukung penelitian ini, literatur yang digunakan, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi mengenai tahapan penelitian, jenis penelitian, operasionalisasi variabel, skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik *sampling*, uji validitas dan reliabilitas, serta analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV berisi mengenai hasil dan pembahasan tentang karakteristik responden dan *cluster* dilihat dari berbagai aspek, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V berisi kesimpulan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, saran yang diberikan pada perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.