

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1. 1 Logo Telkomsel

Sumber: Telkomsel.com

Telkomsel, anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, dimiliki oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dengan saham 65% dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (Singtel Mobile) memiliki saham 35%. Sebagai salah satu operator telekomunikasi seluler digital terdepan di Indonesia, Telkomsel memiliki jangkauan jaringan terluas di tanah air. Menyediakan lebih dari 96% cakupan populasi dengan jaringan 2G-nya, menjangkau sekitar 71% populasi dengan jaringan 3G-nya, dan mencapai cakupan populasi 97% dengan jaringan 4G-nya. Mengoperasikan lebih dari 265.000 BTS (*Base Transceiver Stations*), Telkomsel melayani 156 juta pelanggan, yang merupakan jumlah tertinggi di industri telekomunikasi. Layanannya meluas bahkan ke daerah paling tertinggal, terdepan, dan terluar (Telkomsel.com, 2023).

Telkomsel bertujuan untuk terus melampaui batas dalam memberikan solusi inovatif dan membuka semua peluang untuk masyarakat guna mengoptimalkan potensi kemajuan. Visi Telkomsel adalah membangun sumber layanan dan solusi gaya hidup digital mobile terkemuka dan terpercaya. Perusahaan bertujuan untuk melampaui harapan pengguna dengan memberikan layanan dan solusi digital seluler yang tidak hanya memuaskan pengguna tetapi juga menghasilkan nilai bagi pemegang saham dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi bangsa. (Telkomsel.com, 2023).

Telkomsel memberikan layanan dan solusi digital connectivity meliputi telkomsel Prabayar, telkomsel Halo, dan telkomsel Orbit dengan kekuatan jaringan

4G dan 5G. Sedangkan digital service dan digital platform diantaranya memiliki telkomsel iot, telkomsel enterprise, maxstream, mytelkomsel, dan indico (Telkomsel.com, 2023)

1.2 Latar Belakang

Awal tahun 2020, adanya kemunculan tak terduga dari virus corona (COVID-19), yang menyebar ke seluruh dunia. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara resmi menetapkan sebagai pandemi global pada Maret 2020 (Kompas.com, 2020). Pandemi COVID-19 memaksakan pembatasan substansial pada aktivitas manusia di seluruh dunia. Pemerintah di berbagai negara telah menerapkan langkah-langkah untuk menahan virus, sehingga warga diminta untuk tinggal di rumah dan meminimalkan interaksi sosial (Kompas.com, 2020).

Menyikapi pandemi tersebut, pemerintah menerapkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 yang menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mencegah penyebaran virus corona (COVID-19). Konsekuensinya, peraturan tersebut memberlakukan pembatasan aktivitas sehari-hari masyarakat di luar rumah. Penerapannya yaitu adopsi kerja jarak jauh baik untuk pegawai negeri maupun swasta, seiring dengan penerapan pembelajaran jarak jauh untuk pelajar (Peraturan.bpk.go.id, 2023). Akibat peralihan dari aktivitas tatap muka ke sistem daring, telah terjadi lonjakan penggunaan internet yang signifikan (Kominfo.go.id, 2020).



Gambar 1. 2 Tingkat Penetrasi dan Jumlah Penduduk Indonesia Terkoneksi Internet

Sumber: Indonesian Internet Profile 2022 (APJII,2022)

Berdasarkan gambar diatas menurut survey APJII 2022, pada tahun 2021-2022 terdapat 210 juta jiwa dari 272 juta jiwa penduduk Indonesia jaringan terkoneksi internet dengan persentase 77,02%. Terdapat peningkatan dari tahun 2018 ke 2019-2020 sebesar 8,9% kemudian meningkat kembali di tahun 2021-2022 sebesar 3,32%.

Berdasarkan survey APJII 2022, provinsi DKI Jakarta adalah provinsi dengan tingkat penetrasi tertinggi sebesar 83,4% disusuli oleh Jawa Barat dengan 82,4%. Namun provinsi dengan kontribusi penetrasi internet tertinggi adalah Jawa Barat dengan 14,74%. Maka dari itu populasi dari penelitian ini berfokus pada wilayah Jawa Barat.



Gambar 1. 3 Tingkat Penetrasi dan Jumlah Penduduk Indonesia Terkoneksi Internet

Sumber: Indonesian Internet Profile 2022 (APJII,2022)

Sebagai perusahaan yang memberikan layanan dan solusi *digital connectivity*, Telkomsel meluncurkan produk terbarunya yaitu Telkomsel Orbit. Telkomsel Orbit adalah penyedia layanan internet rumah serba digital di Indonesia yang menggunakan perangkat modem WiFi, dengan visi memberikan layanan internet dengan kualitas terbaik yang merata di seluruh Indonesia dan misi menyediakan internet portable dengan harga terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat Indonesia (myorbit.id, 2023).

Keunggulan dari Telkomsel Orbit diantaranya adalah tidak perlu instalasi kabel yang rumit sehingga bisa langsung dipakai, tidak ada biaya administrasi, peminjaman alat, dan instalasi kabel. Telkomsel Orbit bertujuan untuk melayani pelanggan yang saat ini tidak tercakup oleh jaringan fiber, menjadikannya solusi utama untuk internet rumahan yang handal. Bagi pelanggan yang sudah memiliki akses ke jaringan fiber, Telkomsel Orbit berfungsi sebagai opsi cadangan jika terjadi masalah internet fiber (Myorbit.id, 2023)

Telkomsel Orbit telah digunakan lebih dari 380.000 pengguna di berbagai wilayah di Indonesia. Pada tahun 2021, jumlah pelanggan Telkomsel Orbit tumbuh 10 kali lipat yang menyebabkan peningkatan signifikan dalam *traffic* layanan data oleh pengguna Telkomsel Orbit. *Head of Home LTE Project* Telkomsel, Arief Pradetya mengatakan, “Pencapaian kami di tahun 2021 menunjukkan dedikasi dan konsentrasi kami untuk memajukan Telkomsel Orbit melalui inovasi berkelanjutan. Fokus utama kami tetap pada *customer-centricity*, yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman digital yang memberi nilai pada akses internet di rumah pelanggan kami. Hal ini menjadi sangat penting dalam membantu individu dalam

meningkatkan produktivitas mereka di tengah kendala yang disebabkan oleh keterbatasan mobilitas selama pandemi” (Telkomsel.com, 2023).

Telkomsel Orbit telah dianugerahi beberapa penghargaan, yaitu sebagai *Customer Service Brand Home* internet terbaik dalam penghargaan *Marketeers Awards 2020*, *brand* dengan *Engagement Customer* terbaik di ajang *Brand Choice Awards 2021*, *Outstanding Omni Performance for Home Internet* dalam ajang *Marketeers Omni Brand of The Year 2021* (Myorbit.id, 2023), *The 19th Annual Selular Award 2022 Best Home Internet Solution*, dan *Indonesia Sales Team Champion 2022* (Telkomsel.com, 2022). Telkomsel Orbit tersedia di Grapari Telkomsel, outlet berlisensi dari Telkomsel. Erafone, Huawei store, dan e-commerce.



Gambar 1. 4 Persentase Operator Yang Digunakan

Sumber: Indonesian Internet Profile 2022 (APJII,2022)

Berdasarkan survey APJII 2022, Telkomsel menjadi operator favorit masyarakat dengan persentase 41,94% (termasuk Simpati, Halo, By.U, Orbit).

Paket Telkomsel Orbit

Paket	Harga Normal	Harga Promo
Kuota 30 GB	Rp 130.000	Rp 65.000
Kuota 50 GB	Rp 165.000	Rp 80.000
Kuota 100 GB	Rp 260.000	Rp 130.000

Gambar 1. 5 Harga Paket Telkomsel Orbit

Sumber: (gadgetren.com, 2021)

Berdasarkan gambar diatas, harga promo hanya berlaku selama 3 bulan setelah modem diaktifkan. Terlihat bahwa harga promo ini 50% dibandingkan dengan harga normal.

Paket XL Home Unlimited Pascabayar

Paket	Kuota FUP	Harga
Home Unlimited M	– Internet: 20 GB – YouTube & iFlix: 10 GB	Rp 150.000 / 30 Hari
Home Unlimited L	– Internet: 40 GB – YouTube & iFlix: 20 GB	Rp 250.000 / 30 Hari
Home Unlimited XL	– Internet: 80 GB – YouTube & iFlix: 30 GB	Rp 450.000 / 30 Hari

Gambar 1. 6 Harga Paket XL Home

Sumber:(gadgetren.com, 2021)

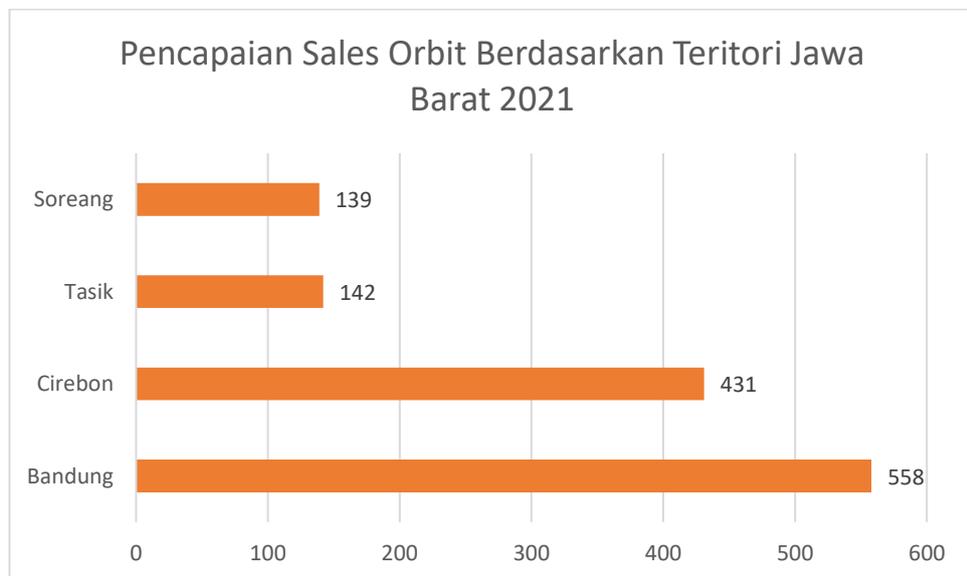
Berdasarkan gambar diatas, XL Home memberikan paket *unlimited* dan tambahan kuota internet, youtube, dan iFlix.



Gambar 1. 7 Pencapaian Sales Orbit 2021 Regional Jawa Barat Periode Mei-Desember

Sumber: Data internal perusahaan (2021)

Berdasarkan tabel diatas, telah terjual 1270 Telkomsel Orbit di regional Jawa Barat.



Gambar 1. 8 Pencapaian Sales Orbit 2021 Regional Jawa Barat Periode Mei-Desember

Berdasarkan tabel diatas, Regional Jawa Barat terdiri dari 4 teritori. Teritori Bandung termasuk Cimahi, Cianjur, Kopo, Lembang, dan Padalarang berkontribusi

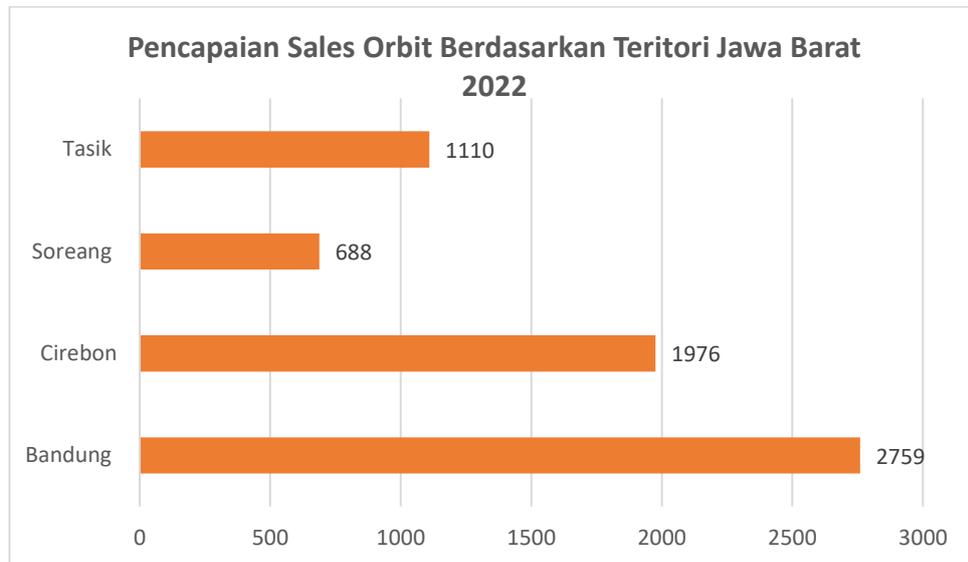
paling banyak yaitu 558 unit, selanjutnya teritori Cirebon termasuk Indramayu, Jatibarang, Kabupaten Cirebon, Kuningan, Pamanukan, Subang, Sumber, dan Majalaya berkontribusi sebanyak 431. Selanjutnya teritori Tasik termasuk Banjar, Bantarkalong, Ciamis, Garut, Pangandaran, dan Singaparna berkontribusi sebanyak 142 unit. Terakhir teritori Soreang termasuk Majalaya, Majalengka, Rancaekek, dan Sumedang berkontribusi sebanyak 139 unit.



Gambar 1. 9 Pencapaian Sales Orbit 2022 Regional Jawa Barat

Sumber: Data internal perusahaan (2022)

Berdasarkan tabel diatas, telah terjual 6.533 Telkomsel Orbit di regional Jawa Barat.



Gambar 1. 10 Pencapaian Sales Orbit Berdasarkan Teritori Jawa Barat

Sumber: Data internal perusahaan (2022)

Berdasarkan tabel diatas, Regional Jawa Barat terdiri dari 4 teritori. Teritori Bandung termasuk Cimahi, Cianjur, Kopo, Lembang, dan Padalarang berkontribusi paling banyak yaitu 2,759 unit, selanjutnya teritori Cirebon termasuk Indramayu, Jatibarang, Kabupaten Cirebon, Kuningan, Pamanukan, Subang, Sumber, dan Majalaya berkontribusi sebanyak 1,976. Selanjutnya teritori Tasik termasuk Banjar, Bantarkalong, Ciamis, Garut, Pangandaran, dan Singaparna berkontribusi sebanyak 1,110 unit. Terakhir teritori Soreang termasuk Majalaya, Majalengka, Rancaekek, dan Sumedang berkontribusi sebanyak 688 unit.

Berdasarkan data penjualan yang meningkat dan banyaknya penghargaan yang diraih, masih terdapat kekurangan dari Orbit yang dikeluhkan oleh masyarakat, dilansir dari (homecasterclub.com, 2023) yaitu koneksi yang tidak stabil, paket internet yang mahal, dan sering *trouble*. Ditambah dari (midteknologi.com, 2023) yaitu jangkauan yang masih terbatas, harga promo hanya berlaku 3 bulan setelah aktivasi dan bulan ke 4 dikenakan tarif normal, dan belum mengeluarkan paket unlimited. Diperkuat oleh (portal-uang.com, n.d.) yaitu harga kuota yang cukup mahal dibandingkan kompetitor, koneksi yang tidak stabil, dan terbatas pada wilayah tertentu.

Seorang pelanggan yang mengalami tingkat kepuasan yang tinggi cenderung menunjukkan loyalitas jangka panjang. Kepuasan pelanggan terkait oleh kualitas produk, layanan, dan harga yang diberikan oleh perusahaan (Kotler et al., 2022). Seorang pelanggan yang mengalami kepuasan yang tinggi pun akan menyebabkan berkurangnya perhatian terhadap merek pesaing, (Kotler et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh (Ting et al., 2020) dan (Puspitaweni et al., 2021) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan citra merek. Loyalitas dibentuk dari kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna Telkomsel Orbit regional Jawa Barat

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin menganalisis variable yang mempengaruhi kepuasan pengguna Telkomsel Orbit dan pengaruhnya terhadap loyalitas pengguna. Maka dari itu dibentuk rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit di Regional Jawa Barat?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit Regional Jawa Barat?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit Regional Jawa Barat?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit di Regional Jawa Barat?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Telkomsel Orbit di Regional Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit Regional Jawa Barat
2. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit Regional Jawa Barat
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit Regional Jawa Barat
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna Telkomsel Orbit Regional Jawa Barat
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna Telkomsel Orbit Regional Jawa Barat

1.5 Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian menguraikan keuntungan atau kontribusi yang diperoleh dari hasil penelitian dan menentukan individu atau kelompok yang akan menerima manfaat tersebut. Adapun tujuan penelitian secara khusus tentang manfaat yang ingin dicapai, yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat melihat faktor yang membentuk kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan itu sendiri dan dapat digunakan sebagai literatur dalam penelitian selanjutnya yang menjadi acuan terkait kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Telkomsel dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan setianya.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir mengikuti aturan yang berlaku dan dibagi menjadi lima bab, sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diberikan gambaran singkat mengenai subjek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan isu-isu yang dibahas dan kerangka kerja dalam bab ini.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mendeskripsikan karakteristik penelitian, pengumpulan data, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

d. HASIL DAN PEMBAHASAN BAB IV

Bab ini membahas karakteristik penelitian, analisis responden terhadap variabel, hasil penelitian dan pembahasan hasil.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan hasil analisis dan saran dari penulis.