

BAB I

PENDAHULUAN

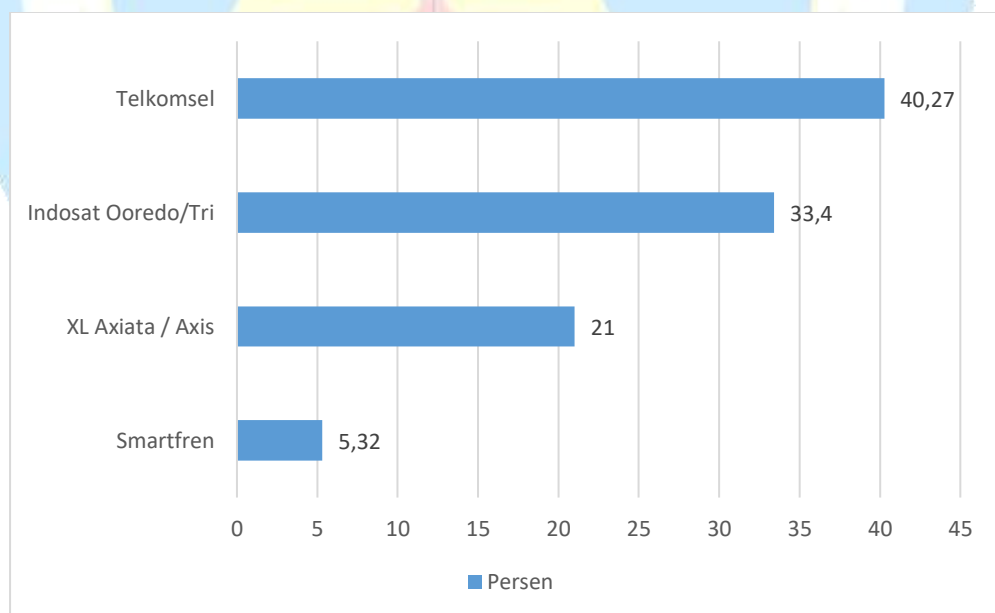
1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, pertumbuhan teknologi terjadi dengan sangat cepat, terutama di sektor telekomunikasi. Perkembangan pesat teknologi telekomunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi dan menyampaikan informasi, bahkan tanpa harus bertemu langsung. Kini, penggunaan media telekomunikasi memiliki peran yang semakin signifikan dalam memfasilitasi interaksi sosial dan pertukaran informasi di seluruh dunia. Seiring dengan perkembangan ini, kebutuhan manusia akan penggunaan media telekomunikasi menjadi semakin penting dan dianggap sebagai salah satu kebutuhan dasar dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Hal ini tidak hanya mempengaruhi cara komunikasi, tetapi juga memperluas cakupan dan aksesibilitas informasi, menciptakan dampak sosial yang mendalam di berbagai bidang kehidupan.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dari pendataan Survei Susenas 2022 menunjukkan bahwa pada tahun 2022, 66,48% penduduk Indonesia telah mengakses internet, meningkat dari 62,10% pada tahun 2021. Peningkatan besar ini menunjukkan adanya lingkungan di mana informasi menjadi lebih terbuka dan masyarakat menerima kemajuan teknologi, yang mengarah pada era informasi yang terus berkembang. Selain itu, tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Dibandingkan dengan angka 65,87% pada tahun 2021, 67,88% penduduk Indonesia memiliki telepon seluler

pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan betapa telekomunikasi, terutama melalui telepon seluler, telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Pertumbuhan pesat dalam penggunaan teknologi dan perangkat seluler telah meningkatkan permintaan akan layanan telekomunikasi yang handal dan terjangkau. Salah satu layanan telekomunikasi yang memainkan peran penting dalam kebutuhan ini adalah Telkomsel. Telkomsel, sebuah perusahaan unggulan di sektor telekomunikasi di Indonesia, membawa jangkauan nasional yang mencakup hampir seluruh penjuru negeri. Sebagai anak usaha dari Telkom Indonesia, Telkomsel memiliki fokus utama pada penyediaan layanan telekomunikasi bagi pelanggan individu. Perusahaan ini telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan telekomunikasi digital terkemuka di Indonesia.



Sumber : Databoks.id

Gambar 1.1
Data Pengguna Operator Seluler di Indonesia

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dilakukan pada 10-27 Januari 2023 kepada 8.510 responden menyatakan bahwa sebanyak 40,27% responden menggunakan operator Telkomsel untuk berinternet melalui ponsel mereka, selanjutnya pada posisi kedua ada Indosat Ooredoo / Tri dengan perolehan sebanyak 33,4% responden, lalu yang ketiga diikuti oleh XL Axiata / Axis dengan perolehan 21% responden, dan yang terakhir adalah Smartfren dengan perolehan sebanyak 5,32% responden. Dari data hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia menggunakan Telkomsel sebagai operator seluler mereka untuk berinternet.

Terlepas dari fakta bahwa Telkomsel masih menjadi operator yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia, jumlah penggunanya telah menurun secara signifikan. Dikutip dari Investor.id (2023), jumlah pelanggan Telkomsel menurun sebanyak 23,89 juta, atau sekitar 13,65%, pada tahun 2023, menjadi 151,07 juta dari 174,96 juta pada kuartal I-2022. Penurunan ini disebabkan oleh sejumlah alasan, salah satunya adalah banyaknya nomor pelanggan yang tidak aktif dan tidak digunakan lagi. Terlihat bahwa sejumlah pengguna Telkomsel beralih ke operator lain untuk memenuhi kebutuhan internet mereka. Hal ini dapat dilihat karena adanya peningkatan jumlah pengguna pada provider telekomunikasi lain. Pada kuartal I-2023 pengguna seluler PT Indosat Tbk (Indosat Hutchison Ooredoo) terjadi peningkatan jumlah pengguna sebesar 3,9 juta (5,73%) menjadi 98,5 juta. Selain itu, PT XL Axiata Tbk juga terjadi peningkatan jumlah pengguna, yaitu bertambah sebesar 0,9 juta (0,84%) menjadi 57,9 juta. Sedangkan Jumlah pelanggan PT Smartfren Telecom Tbk meningkat sebesar 4 juta (11,76%) dari

tahun sebelumnya menjadi 38 juta pada akhir 2022, dengan data yang masih merujuk pada tahun 2022. Hal ini disebabkan oleh perkembangan pesat di industri telekomunikasi, yang telah memberikan banyak pilihan bagi masyarakat, sehingga beberapa pengguna Telkomsel memilih untuk menggunakan operator lain yang mereka anggap memenuhi kebutuhan mereka. Akibatnya, penggunaan kartu Telkomsel berkurang, dan bahkan beberapa di antaranya dianggap sebagai pengguna pasif oleh Telkomsel. Selain itu, penurunan jumlah pengguna ini juga dipengaruhi oleh ekspansi penyedia layanan internet kabel (*fixed broadband*) yang semakin massif, khususnya dalam pemasangan jaringan kabel ke rumah (*fiber To the home/FTTH*) yang kian meluas. Seiring waktu, penggunaan layanan seluler (*mobile broadband*) dengan *fixed broadband* pun diperkirakan makin berimbang.

Tantangan penurunan jumlah pengguna ini mempengaruhi loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan terhadap Telkomsel dapat terganggu karena penurunan pengguna dan pergeseran ke operator lain. Loyalitas pelanggan sangat penting dalam industri telekomunikasi karena pelanggan yang setia cenderung mempengaruhi pendapatan dan citra perusahaan. Dengan penurunan ini, Telkomsel harus melakukan inovasi dan strategi yang lebih baik untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggannya. Telkomsel harus memahami dinamika pasar dan kebutuhan pelanggan untuk mengatasi penurunan pengguna dan memperkuat loyalitas pelanggan. Sangat penting bahwa inovasi teknologi dan layanan disesuaikan dengan tren dan keinginan pelanggan. Untuk meningkatkan layanan, mengubah kebijakan harga yang menguntungkan

pelanggan, dan mengembangkan program loyalitas dengan insentif dan keuntungan untuk pelanggan setia, diperlukan adanya tindakan nyata.

Membangun kembali kepercayaan dan kepuasan pelanggan adalah tantangan Telkomsel saat ini. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan dan memperluas basis pelanggan yang loyal. Penggunaan layanan sering terkait erat dengan kepuasan pelanggan. Jika banyak pengguna meninggalkan Telkomsel untuk beralih ke operator lain, hal itu bisa menunjukkan bahwa Telkomsel tidak memuaskan pelanggannya karena berbagai alasan, seperti harga atau kualitas layanan. Kepuasan pelanggan yang menurun ini menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan adalah respons emosional seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan dari suatu produk dengan yang sebenarnya mereka terima. Pelanggan yang tidak puas dengan layanan Telkomsel tidak akan menggunakan Telkomsel lagi. Berdasarkan pendapat dari survei awal yang sudah peneliti lakukan, diduga tingkat kepuasan akan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan Telkomsel. Hal ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Kurniawan dan Auva (2022) dimana Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan hasil penelitian dari Mekel *et al.*, (2022) juga mengemukakan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor harga memiliki peran penting dalam menciptakan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Harga merujuk pada jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau layanan dari suatu merek. Harga yang

sangat mahal dapat menyebabkan pelanggan berpindah ke merek lain yang menawarkan harga yang lebih murah, sementara harga yang terlalu murah dapat membuat pembeli meragukan kualitas produk atau layanan merek tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan kepada pelanggan. Menurut penelitian Helmy *et al.*, (2020) Telkomsel memiliki reputasi sebagai operator seluler dengan harga jual produk yang paling mahal dibandingkan dengan pesaingnya. Namun, Telkomsel masih memiliki pelanggan yang setia yang menggunakan produknya untuk jangka waktu yang lama. Berdasarkan pendapat dari survei awal yang sudah peneliti lakukan, diduga harga yang ditawarkan oleh pihak Telkomsel masih kurang bersahabat oleh sebagian besar pelanggan, sehingga pelanggan banyak mengalami kesulitan dalam membeli produk atau layanan yang mereka butuhkan. Berdasarkan penelitian Supratman *et al.*, (2022) mengatakan bahwa Harga dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dan pada penelitian yang dilakukan Hamzah dan Hasanah (2023) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Hartono (2023) juga mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif dan secara signifikan variabel harga terhadap loyalitas pelanggan.

Keberhasilan perusahaan juga tidak terlepas dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan juga diutamakan dalam membangun tingkat loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja pelayanan suatu merek. Kualitas pelayanan yang baik

dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat membuat pelanggan akan terus menggunakan merek tersebut. Telkomsel harus mengambil tindakan konkret untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Tindakan ini termasuk mempertahankan jaringan seluler yang luas dan handal di seluruh wilayah Indonesia, menjamin layanan panggilan suara dan data yang optimal, dan terus berinovasi untuk menawarkan berbagai paket dan produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, penting bagi layanan pelanggan atau *customer service* untuk tetap responsif, memberi tahu, dan terlatih saat membantu pelanggan dengan berbagai keluhan, pertanyaan, atau masalah teknis. Aplikasi MyTelkomsel juga sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memudahkan pengelolaan akun mereka. Program loyalitas dan inovasi teknologi seperti pengembangan jaringan 4G dan 5G juga harus menjadi fokus bagi Telkomsel. Dengan berbagai upaya ini, telkomsel dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat membuat pelanggan akan menggunakan Telkomsel secara terus-menerus. Berdasarkan pendapat dari survei awal yang sudah peneliti lakukan, diduga bahwa pelayanan yang diberikan oleh Telkomsel dinilai masih kurang baik oleh sebagian besar responden. Berdasarkan penelitian Damaiyanti *et al.*, (2023) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian Mekel *et al.*, (2022) mengatakan bahwa Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu pada penelitian Putra *et al.*, (2022) juga mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan masalah tersebut ada alasan yang cukup untuk melakukan penelitian tentang seberapa besar pengaruh dari harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Telkomsel dalam menawarkan produk dan layanan mereka agar pelanggan tetap loyal untuk menggunakan merek mereka. Menurut fenomena diatas, peneliti tertarik mengambil judul penelitian **”Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Telkomsel di Tanjungpinang)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat disimpulkan bahwa masalah yang teridentifikasi sebagai berikut:

1. Jumlah pelanggan Telkomsel mengalami penurunan yang signifikan, yang disebabkan oleh berbagai faktor termasuk perpindahan pelanggan ke operator lain yang dianggap memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dapat mengancam loyalitas pelanggan dan berdampak negatif pada pendapatan dan citra perusahaan.
2. Dibandingkan dengan pesaingnya, Telkomsel dianggap memiliki harga jual produk yang paling mahal. Dan juga sebagian responden menganggap harga yang ditawarkan oleh pihak Telkomsel masih kurang bersahabat oleh sebagian besar pelanggan. Harga yang tinggi dapat menyulitkan pelanggan untuk membeli barang atau layanannya, sehingga dapat membuat pelanggan mencari alternatif dengan harga yang lebih murah.

3. Sebagian besar responden menganggap layanan Telkomsel masih kurang baik. Pelayanan yang buruk dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
4. Di tengah persaingan yang ketat di industri telekomunikasi, pemahaman tentang bagaimana kualitas pelayanan dan harga berdampak pada loyalitas pelanggan, yang diukur melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, sangat penting untuk menentukan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, oleh sebab itu rumusan masalah penelitian ini yakni:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Telkomsel?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Telkomsel?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel melalui kepuasan pelanggan?

7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel melalui kepuasan pelanggan?

1.4 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi variabel yang akan diteliti yaitu variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Loyalitas Pelanggan (Y), dan Kepuasan Pelanggan (Z). Ruang lingkup penelitian yang penulis lakukan pun terbatas yaitu pada pelanggan Telkomsel di Tanjungpinang.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan, menurut rumusan masalahnya, yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Telkomsel.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Telkomsel.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Telkomsel melalui kepuasan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dampak dari menyelesaikan target studi ialah manfaat temuan. Keuntungan dari penelitian ini yakni:

1. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diinginkan bisa meningkatkan pengetahuan peneliti serta keahlian baru terkait Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Telkomsel Di Tanjungpinang). Juga guna mendapatkan gelar sarjana S1 Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.

2. Manfaat bagi pembaca

Manfaat untuk pembaca diinginkan penelitian ini bisa dijadikan bahan informasi serta panduan bagi penelitian setelahnya.

3. Manfaat bagi Jurusan

Penelitian ini diinginkan bisa jadi panduan bagi Mahasiswa jurusan Manajemen serta dapat dijadikan Arsip oleh jurusan ataupun Fakultas.

4. Manfaat bagi Universitas

Penelitian ini diinginkan bisa jadi bahan panduan serta informasi terkait Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Telkomsel Di Tanjung Pinang).

1.7 Sistematika Penelitian

Sistem ini dimaksudkan untuk memberikan pembaca pandangan yang jelas dan terorganisir tentang tulisan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah deskripsi luas dari setiap bab:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama uraikan latar belakang masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Dalam bab kedua, faktor-faktor yang mendorong penelitian ini, hasil penelitian sebelumnya, serta hipotesis penelitian yang menjelaskan temuan yang akan dievaluasi dibahas.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga membahas tujuan serta ruang lingkup penelitian, metode yang digunakan, bagaimana variabel digunakan, cara menentukan populasi, sampel, cara mengumpulkan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat membahas hasil penelitian, pengujian asumsi tradisional, serta perdebatan teoritis mengenai analisis kuantitatif dan statistik.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima mencakup temuan dari penelitian dan menyediakan solusi untuk perumusan masalah. dan mencakup saran dan batasan penelitian.

