

BAB I

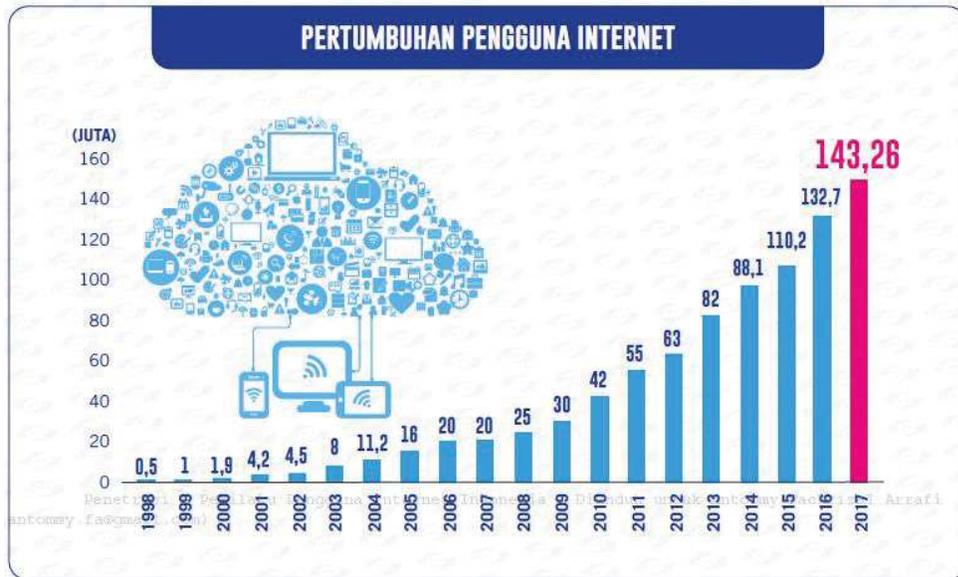
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Telkomsel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi terkemuka di Indonesia yang memiliki lebih dari 196 juta pelanggan dan dimiliki oleh dua *holding* yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (65%) dan Singapore Telecom Mobile (35%). Telkomsel didirikan pada 26 Mei 1995 di kota Batam sebagai wujud semangat inovasi untuk mengembangkan telekomunikasi Indonesia yang terdepan. Untuk mencapai visi tersebut, Telkomsel terus memacu pertumbuhan jaringan telekomunikasi di seluruh penjuru Indonesia secara pesat yaitu dengan melakukan pembangunan lebih dari 3100 BTS (Base Transceiver Station) baru selama 2017, dengan semua BTS berbasis 3G / 4G. Baik jaringan 3G maupun 4G menjadi prioritas untuk dikembangkan karena Telkomsel sudah memiliki cakupan jaringan terluas di Indonesia, dengan populasi 2G hampir 100%, cakupan populasi 3G sebesar 86% dan cakupan populasi 4G sebesar 96%. Di kawasan Asia keunggulan produk dan layanan menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama pelanggan, termasuk yang pertama meluncurkan layanan *roaming* internasional, layanan 3G dan 4G LTE secara komersial di Indonesia. Pada akhir tahun 2017, Telkomsel memiliki cakupan di 490 Kota Kabupaten dengan 49,6 juta pelanggan LTE. Telkomsel juga satu-satunya operator selular yang mendapatkan izin penggunaan 30 MHz spektrum tambahan pada frekuensi 2300 MHz oleh pemerintah, yang akan digunakan untuk memberikan layanan data terbaik kepada pelanggan dan mendukung perencanaan *broadband* di Indonesia sebagai bagian dari komitmen Telkomsel kepada bangsa.

Pengguna data selular atau internet di Indonesia semakin tahun semakin meningkat. Pada Gambar 1.1 menunjukkan statistik pertumbuhan pengguna internet di Indonesia berdasarkan data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) terjadi begitu drastis dari tahun ke tahun 80.26 juta pengguna dalam kurun waktu 6 tahun terakhir. Sedangkan pada kurun waktu 2011 ke 2012 hanya meningkat sebesar 8 juta pengguna. Total pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 171.17 juta dari total populasi penduduk 264.16 juta orang

atau setara dengan 64.8% penetrasi pengguna internet dari seluruh populasi penduduk di Indonesia.



Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia berdasarkan APJII

(Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017)

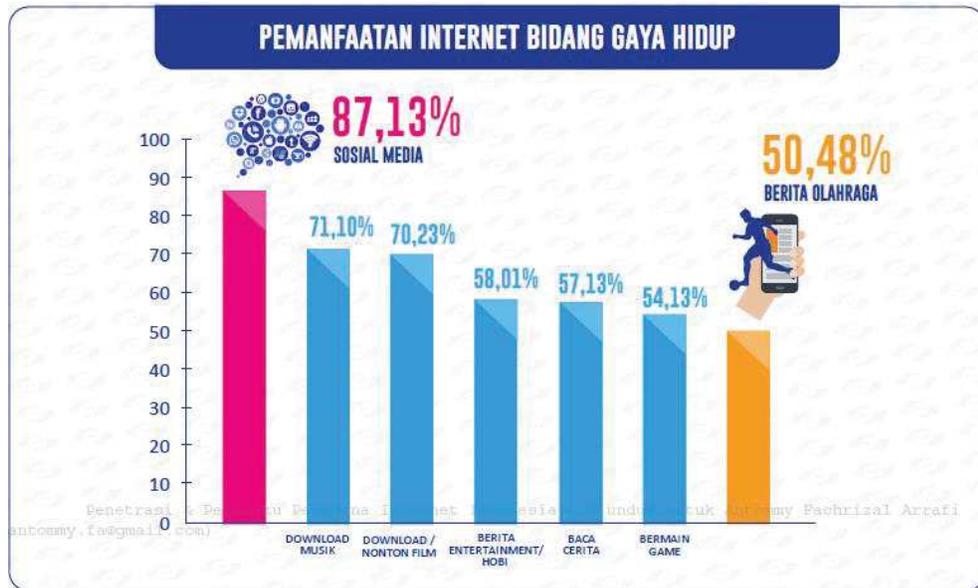
Hasil *survey* pada tahun 2018 dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan peningkatan pengguna layanan internet yang lebih tinggi yaitu 64.8% jika dibandingkan dengan tahun 2017 dengan pertumbuhan sebanyak 27.916 juta penduduk. Persentase pertumbuhan penduduk yang relatif kecil dari tahun 2017-2018 sebanyak 0.63% berbanding terbalik dengan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang semakin tinggi.



Gambar 1. 2 Hasil Survey Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan APJII tahun 2018

(Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018)

Melihat tingginya pertumbuhan pengguna internet saat ini Telkomsel terus melakukan pengembangan layanan telekomunikasi selular untuk mempertahankan posisi dalam kompetisi bisnis selular. Untuk dapat mempertahankan posisi itu, Telkomsel perlu fokus dalam memenuhi kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan *customer experience* dan *customer loyalty* pada *netrowk service*. Salah satunya dengan melihat perubahan gaya hidup pelanggan akan pemanfaatan layanan data. Pada Gambar 1.3 menunjukkan pemanfaatan internet pada gaya hidup masyarakat di Indonesia berdasarkan data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dengan penggunaan tertinggi pada sosial media (87,13%), dilanjutkan dengan download musik (71,10%), download/nonton film (70,23%), berita entertainment/hobi (58,01%), baca cerita (57,13%), bermain game (54,13), dan berita olahraga (50,48%).



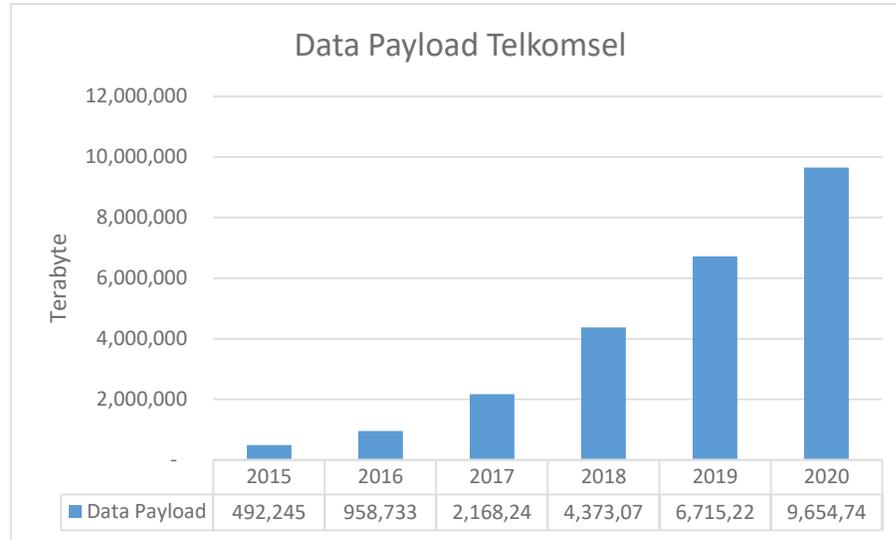
Gambar 1.3 Pemanfaatan Internet Bidang Haya Hidup berdasarkan APJII
(Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017)

1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat cepat menjadi faktor utama berubahnya berbagai macam proses dan perilaku baik dalam masyarakat maupun sebuah perusahaan, dapat dilihat dari fenomena yang muncul saat ini dimana perusahaan-perusahaan *device* komunikasi seperti handphone hampir secara berkala mengeluarkan produk terbaru dengan berbagai keunggulan dan fitur yang menarik sehingga menarik bagi konsumen untuk membeli. Perilaku masyarakat yang sangat menggemari *social media* sebagai bagian dari aktivitas yang dapat dilakukan secara *mobile* juga turut mendorong peningkatan penggunaan data seluler untuk membantu dalam melakukan aktifitas. Fenomena ini menjadi tantangan sekaligus kesempatan bagi operator seluler untuk dapat memberikan pelayanan dan servis yang terbaik.

Seiring dengan perkembangan teknologi, kebutuhan pelanggan akan layanan *voice* dan *sms* terus menurun dan digantikan dengan kebutuhan layanan *broadband* dengan kecepatan tinggi. Semakin banyak peningkatan pengguna layanan *broadband* maka akan menyebabkan adanya penurunan kualitas layanan. Untuk menanggulangi hal tersebut harus diimbangi oleh peningkatan dari sisi kualitas seperti *bandwidth* dan pengaturan beberapa parameter yang disesuaikan dengan

kebutuhan pelanggan. Hal ini mendorong Telkomsel untuk terus melakukan inovasi khususnya pada kualitas layanan *broadband* untuk memenuhi permintaan pelanggan.

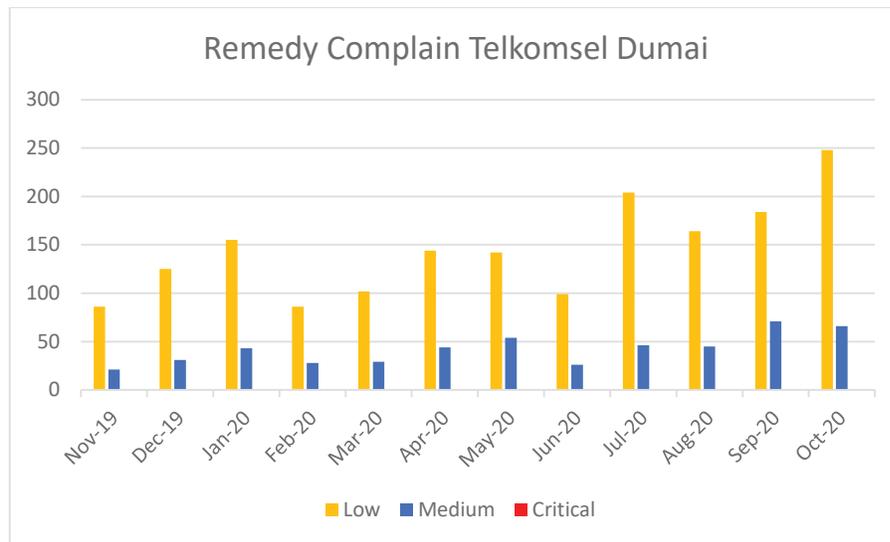


Gambar 1. 4 Penggunaan Data Payload Telkomsel

(Sumber: www.telkomsel.co.id)

Pada gambar 1.5 dijelaskan bahwa peningkatan penggunaan layanan *broadband* Telkomsel sebesar 126.2% pada tahun 2016 ke tahun 2017 dan terjadi peningkatan sebesar 101.7% pada tahun 2017 ke tahun 2018. Pada tahun yang sama terjadi peningkatan juga pada perangkat yang sudah mendukung untuk jaringan 3G/4G sebesar 30.9% dan total peningkatan pengguna 4G aktif sebesar 161%. Melihat dari pertumbuhan tersebut maka Telkomsel harus bisa menyajikan layanan data yang unggul di era *broadband* saat ini. Untuk mewujudkan hal tersebut, Telkomsel mengusung program *True Customer Oriented Network Experience (Trueconex)* untuk meningkatkan kualitas layanan *broadband* yang berkelanjutan dari program sebelumnya guna memenuhi kebutuhan pelanggan dengan mengukur tingkat pelayanan berdasarkan prioritas, segmentasi dan diferensiasi. Program *Trueconex* merupakan salah satu fokus Telkomsel pada aspek *customer experience* dalam hal layanan data. Prioritas lokasi yang ditentukan berdasarkan prioritas tingginya penggunaan layanan data dan *market share* yang disebut *Point of Interest (POI)*. Selain itu lokasi POI juga merupakan pusat keramaian dan menjadi sasaran pengembangan jaringan oleh operator lain. Oleh karena itu layanan di lokasi POI

harus benar-benar maksimal untuk dapat mempertahankan pelanggan dan meningkatkan jumlah penggunaan layanan data.



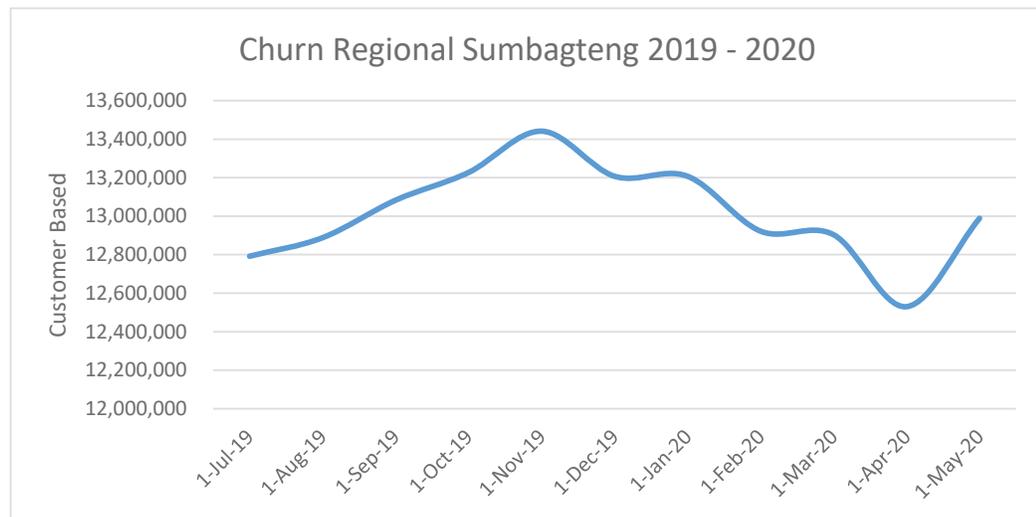
Gambar 1.5 Jumlah Komplain Pelanggan Telkomsel Dumai

(Sumber: Telkomsel Regional Sumbagteng)

Gambar 1.5 menunjukkan keluhan pelanggan Telkomsel terhadap layanan Telkomsel di Kota Dumai. Masih banyaknya keluhan pelanggan menunjukkan ketidakpuasan pelanggan dengan layanan yang telah diberikan. Keluhan pelanggan dapat bervariasi terkait gangguan yang dirasakan selama menggunakan layanan Telkomsel diantaranya mengenai *coverage* sinyal, lambatnya akses data, *drop call*. Telkomsel berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan menyelesaikan keluhan berdasarkan SLA (*Service Level Agreement*) yang telah ditentukan demi menjaga kepuasan pelanggan.

Terdapat beberapa kriteria dalam penanganan keluhan berdasarkan tingkatan level komplain yang terdiri dari 3 level yaitu *low*, *medium*, dan *critical*. Tingkatan level komplain dikelompokkan berdasarkan intensitas komplain atau komplain berulang dan pelanggan HVC (*High Value Customer*). Komplain yang terjadi pada daerah yang sama secara berulang atau banyaknya pelanggan yang komplain di lokasi yang sama akan membuat level dari tiket komplain akan naik dari yang sebelumnya *low* ke *medium*. Setiap level komplain menjadi skala prioritas bagi perusahaan untuk dilakukan penanganannya.

Penelitian tentang *service quality* yang telah terpublikasi baik di dalam negeri maupun di luar negeri selama ini banyak berbicara pada industry pariwisata, *hospitality*, *consumer goods*, dan perbankan. Namun belum ada penelitian terpublikasi untuk industri telekomunikasi selular khususnya *service quality* yang berpengaruh terhadap *customer experience* pada layanan *broadband*. Karena itu diperlukan suatu kebutuhan untuk membangun faktor-faktor *service quality* yang sesuai di industri telekomunikasi.



Gambar 1. 6 Churn Regional Sumbagteng 2019 – 2020

(Sumber: Telkomsel Regional Sumbagteng)

Dari data yang telah didapatkan seperti ditunjukkan pada Gambar 1.6 menunjukkan grafik *churn* Regional Sumbagteng (Sumatera Bagian Tengah) yang terdiri dari provinsi Riau, Kepulauan Riau dan Sumatera Barat. Terjadi peningkatan *churn rate* pada bulan maret ke april pada tahun 2020 sebanyak 373.784 pelanggan. Hal ini menunjukkan masih kurangnya pelayanan Telkomsel kepada pelanggannya. Telkomsel perlu menekan tingkat *churn rate* dengan memberikan pelayanan yang terbaik yang tentunya berdasarkan prioritas dan segmentasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Telkomsel memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan *mobile lifestyle* unggulan sesuai dengan perkembangan jaman dan kebutuhan pelanggan. Telkomsel akan memberikan kepuasan dan pengalaman terbaik kepada pelanggan dalam menikmati layanan data untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Program

peningkatan kualitas layanan data atau *mobile broadband* yang dijalankan Telkomsel pada tahun 2018 diusung dengan nama *True Customer Oriented Network Experience (Trueconex)*. Tujuan dari adanya program *Trueconex* untuk meningkatkan kualitas layanan *broadband* yang berkelanjutan dari program sebelumnya guna memenuhi kebutuhan pelanggan dengan mengukur tingkat pelayanan berdasarkan prioritas, segmentasi dan diferensiasi. Pada program ini, di prioritaskan pada 112 kota di Indonesia.

| Parameters | | | TrueCONEX Classification | | | Notes |
|---|----------------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|--|
| | | | 1 st Priority | 2 nd Priority | 3 rd Priority | |
|  | VIDEO STREAMING EXPERIENCE | Maximum | 1080p | 720p | 480p | 5 Sec buffering 0 (zero) stall in 3 minutes video |
| | | Minimum | 480p | 480p | 360p | |
|  | REAL TIME MOBILE GAME EXPERIENCE | | Smooth Real Time Online Mobile Game Experience | | | No Lag |
|  | LIVE VIDEO BROADCAST | Quality | 480p | 360p | 240p | Zero Stall |
|  | PAGE LOADING TIME | | 10 Sec | 11 Sec | 12 Sec | Favorite Website list |

Gambar 1. 7 Target Program *Trueconex*

Dalam pelaksanaan program *Trueconex*, untuk memenuhi pengalaman digital yang baik, pengukuran kualitas jaringan harus disesuaikan dengan parameter aplikasi sesuai dengan penggunaannya. Pada Gambar 1.7 menjelaskan target program *Trueconex* yang berfokus pada 4 parameter utama untuk dapat memenuhi *digital experience* yang baik yaitu pada *video streaming experience*, *real time mobile game experience*, *live video broadcast*, dan *page loading time* berdasarkan daerah prioritas *Trueconex*. Hal ini dilakukan di lokasi POI yang memang penggunaan data dari para pelanggan yang cukup tinggi, sehingga perlu dilakukan pemantauan agar memenuhi kriteria minimum dari *Trueconex*.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengkaji lebih lanjut dan mengidentifikasi tentang factor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi tingkat

kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan sehingga diharapkan akan mengurangi tingkat *churn rate* pelanggan layanan data atau *broadband user* di Telkomsel Regional Sumbagteng. Penelitian ini dilakukan di lokasi *Point of Interest* (POI) yang tersebar di branch Dumai mengingat Dumai telah terpilih menjadi kota Trueconex dengan penggunaan *payload broadband* yang cukup tinggi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Model* atau SEM, dimana SEM seringkali digunakan untuk analisis multivariat dalam penelitian sosial misalnya tentang kepuasan konsumen, motivasi, komitmen perusahaan dan lain-lain. Teknik analisis SEM juga mampu untuk menguji penelitian yang lebih kompleks dengan banyak variabel secara simultan.

1.2 Rumusan Masalah

Semakin tingginya penggunaan layanan *broadband* dan komitmen Telkomsel untuk menghadirkan layanan *mobile lifestyle* unggulan sesuai dengan perkembangan jaman dan kebutuhan pelanggan menjadi sebuah tantangan. Salah satu kota dengan tingkat penggunaan layanan data yang tinggi di Kota Dumai dimana Kota Dumai terpilih menjadi salah satu dari 112 kota *Trueconex* Telkomsel. Hal ini mendorong Telkomsel untuk maksimal dalam menjaga *customer experience* di lokasi POI dengan baik yang tentunya disesuaikan dengan parameter dan prioritas berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Telkomsel perlu mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan *experience* yang lebih baik untuk dapat memenuhi semua kebutuhan akan layanan data. Secara umum industri Telekomunikasi menyiapkan infrastruktur untuk dapat memberikan pelayanan data dengan nyaman. Berdasarkan literatur yang ada belum ditemukan penelitian tentang pengaruh *service quality* dengan faktor-faktor *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, network aspect, convenience* pada layanan *broadband* di lokasi POI terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomsel, sehingga belum dilakukan suatu pengukuran terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Walaupun kualitas pelayanan yang sama sekalipun, pelayanan dapat memberikan tanggapan yang berbeda ketika kondisi psikologinya berbeda.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dengan hasil literatur *review* dan studi lapangan terkait *service quality*, maka penelitian ini akan menggunakan konsep dari (Klaus & Maklan, 2013) yang menjelaskan pengaruh *service quality* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap sebuah produk. Maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar penilaian responden terhadap variabel *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Network Aspect, Convenience* layanan data Telkomsel?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) Telkomsel akan layanan data Telkomsel?
3. Seberapa besar pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Network Aspect, Convenience* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna layanan data Telkomsel?
4. Seberapa besar pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pengguna layanan data Telkomsel?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan solusi dari rumusan masalah yang sudah di definisikan sehingga tercipta suatu hasil analisis yang dapat menjelaskan hubungan antara *service quality* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkomsel di Kota Dumai. Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui hasil penilaian pengguna Telkomsel tentang faktor-faktor (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Network Aspect, Convenience*).
2. Mengetahui tingkat *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* terhadap layanan data Telkomsel di Kota Dumai.
3. Mengetahui besar pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Network Aspect, Convenience* terhadap *Customer Satisfaction* Telkomsel.

4. Mengetahui besar pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pengguna layanan data Telkomsel.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan terhadap analisis pengaruh faktor-faktor (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Network Aspect, Convenience*) terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada program *Trueconex* Telkomsel di Kota Dumai, sehingga dilakukan batasan-batasan antara lain:

1. Pengumpulan data dilakukan pada wilayah Telkomsel regional Sumbagteng (Sumatera Bagian Tengah) di Kota Dumai dengan jumlah POI (*Point Of Interest*) sebanyak 43 lokasi.
2. Responden yang dipilih adalah pengguna Telkomsel di lokasi POI Kota Dumai.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi lingkungan perusahaan, akademik maupun pelanggan.

1. Manfaat bagi Telkomsel
 - a. Mendapatkan hasil analisa tentang keterkaitan antara *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Network Aspect, Convenience* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
 - b. Memberikan masukan tentang langkah-langkah yang dapat diambil perusahaan untuk memaksimalkan layanan yang yang diberikan ke pelanggan.
 - c. Mendapatkan penelitian ilmiah yang dapat dipakai untuk evaluasi peningkatan layanan kedepannya kepada pelanggan.
2. Manfaat bagi pelanggan

- a. Mendapatkan edukasi tentang *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Network Aspect, Convenience* penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Meningkatkan keyakinan pelanggan untuk loyal terhadap Telkomsel.
3. Manfaat bagi akademik
- a. Sebagai referensi yang dapat digunakan untuk meneliti masalah yang mirip dengan analisa kepuasan dan loyalitas.
 - b. Menambah pengetahuan mengenai bisnis telekomunikasi serta pelayanannya di Indonesia.