

# **BAB1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Seiring berkembangnya zaman teknologi komunikasi merupakan sarana dan prasarana dan alat bantu untuk memenuhi kebutuhan manusia. Selain itu pemenuhan kebutuhan yang mulanya menggunakan media cetak (majalah, koran) kini berkembang melalui media informasi seperti radio atau televisi (Mustofa, 2018). Munculnya media transmisi dapat memberikan kemudahan dalam mengirim informasi dalam berupa data suara, maupun video. Dan sejalan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi dalam pemenuhan kebutuhan tersebut dapat diperoleh media yang lebih modern yaitu internet. Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi yang menawarkan kecanggihan, kemudahan, dan kepraktisan (Mustofa, 2018). Internet telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perubahan dan perkembangan bisnis, hadirnya internet juga telah menunjukkan efektifitas dan efisiensi operasional dalam setiap kegiatan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi dan sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang di butuhkan oleh manusia dan institusi (Puspitasari, 2019).

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara, namanya sudah cukup dikenal oleh masyarakat dan menjadi citra telekomunikasi di Indonesia dan merupakan perusahaan terbesar di Indonesia (Lukiana, 2018). Dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang

mencakup sambungan telepon dan telepon nirkabel, layanan jaringan interkoneksi, layanan internet serta layanan lainnya di bidang informasi (Shafira, 2020). Upaya bertransformasi untuk menjadi *digital telecommunication company* PT. Telekomunikasi Indonesia dapat mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang memfokuskan atau berorientasi kepada pelanggan. Transformasi akan membuat PT. Telekomunikasi akan lebih lincah dan ramping dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang begitu cepat. Salah satu produk layanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia yang banyak digunakan ialah *indihome*.internet cepat *on fiber* yang merupakan salah satu dari tiga layanan inti *triple play* (Puspitasari, 2019). Layanan tersebut meliputi layanan komunikasi, data dan *entertainment* seperti telepon rumah, internet (Internet *on Fiber* atau *High Speed Internet*) dan layanan *televise* interaktif dengan teknologi IPTV (UseTV) (Rahayu et al., 2020). Adapun beberapa fitur tambahan seperti *Indihome View*, *MelOn* dan *Trend Micro Security System*. Keandalan yang dimiliki *Indihome* membuat pelanggan merasa nyaman karena internet *Indihome* memiliki kecepatan internet yang cepat dengan harga terjangkau menjadikan harapan yang tinggi untuk menggunakan produk *Indihome* (Armanto, 2018). Tidak berbeda jauh dengan di Lumajang dengan menawarkan koneksi internet *Unlimited* (tanpa batasan kuota) dengan teknologi *fiber optic*, dan saat ini tersedia layanan *triple play* dan *dual play* yang bisa di pilih, dan *triple play* yang terdiri dari internet *fiber*, telepon rumah dan TV interaktif (*Use TV*) <https://myindihome.co.id/indihome-lumajang/>. Di Lumajang terdapat 19,714 pelanggan.

Menurut data yang kami dapat dari pihak *Indihome*, dengan data komplain (gangguan) selama 6 bulan terakhir 2020.

Tabel 1.1  
Rekap data komplain (gangguan) *Indihome* di Lumajang

No	Nama Bulan	Jumlah
1	Juli	931
2	Agustus	885
3	September	1008
4	Oktober	1228
5	November	1331
6	Desember	1327
Total		6710

Sumber: Data *Indihome* (2020 )

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwasanya banyaknya komplain (gangguan) tersebut jika masalah di biarkan dapat menimbulkan rasa tidak nyaman terhadap pelanggan, semakin banyak keluhan dari pelanggan dan dapat menyebabkan hubungan negatif dengan pelanggan (Abdilla et al., 2020). Pelayanan kurang memadai juga akan mengakibatkan kurangnya rasa empati dari pelanggan bukan tidak mungkin bisa mengurangi pendapatan *Indihome* secara keseluruhan. Dan bisa jadi dapat gantikan oleh pesaing yang sama dan fasilitas yang mungkin jauh lebih baik (Rahayu et al., 2020).

Pelayanan yang diberikan PT.Telkom *Indihome* di pandang cukup memuaskan terutama dalam hal kecepatan. Namun Keterlambatan yang sering dilakukan pihak PT.Telkom dalam pemasangan produk *Indihome* kepada calon pelanggan dapat menimbulkan citra negatif bagi perusahaan apabila tidak segera ditindak lanjuti (Rafki, 2019). Serta kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan dan kurang sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan (Gumelar, 2019). Keluhan pelanggan yang sering lambat ditanggapi maupun ditangani, dapat

menyebabkan pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia *Indihome* merasa kecewa, mereka tidak menjelaskan secara detail kenapa lamanya permohonan tidak dapat terpenuhi, penurunan kecepatan internet secara tiba-tiba, harga atau biaya tidak sesuai dengan informasi sehingga pelanggan merasa kurang puas (Yusuf et al., 2017).

Dalam hal ini agar pelanggan tetap setia dan merasa puas maka PT.Telkom *Indihome* memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para pelanggan *Indihome* yang ada di Kota Lumajang ini dengan memberikan pelayanan yang baik dan tidak mengecewakan serta bisa menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan segala keluhan dari pelanggan (Yusuf et al., 2017). Untuk mempertahankan posisinya, dituntut dapat menemukan inovasi baru sebagai strategi kreatif dalam meningkatkan penjualan. Salah satunya dalam bidang promosikan produk, dan bagaimana cara mempertahankan keunggulan produknya (Puspitasari, 2019).

Keberhasilan suatu perusahaan tidak lepas dari harga yang ditawarkan, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan bertujuan agar dapat memuaskan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut (Silfia, 2018). Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan akan menciptakan nilai kepuasan tersendiri. Hal ini dapat berdampak terhadap keuntungan yang di dapatkan oleh PT Telkom dari penjualan produk *indihome* yang menurun akibat ketidakpuasan pelayanan yang diberikan (Putri et al., 2016). Kepuasan, kenyamanan, kebersihan dan kelengkapan fasilitas ruang

tunggu pelayanan *Indihome* serta keramahan karyawan dapat memberikan nilai lebih bagi pelanggan (Yusuf et al., 2017).

Untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menggunakan *Servqual theory*, dimana dalam teori ini membahas tentang dimensi – dimensi kualitas yakni *Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* (Prananda et al., 2019). *Costumer complain theory* di dasari karena kurangnya (*feedback*) umpan balik dari pelanggan yang di tujukukkan pada perusahaan (Natalia et al., 2013). Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini terkait dengan keluhan pelanggan yang masih perlu dibuktikan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keluhan pelanggan PT. Telkom *Indihome* di Lumajang”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang di temukan penelitian bahwa inovasi dan strategi kreatif dapat meningkatkan penjualan produk *Indihome* di Lumajang, sehingga dapat menimbulkan pertanyaan yaitu: Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keluhan pelanggan PT. Telkom *Indihome* di Lumajang ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keluhan pelanggan PT. Telkom *Indihome* di Lumajang.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi penelitian pada bidang manajemen pemasaran khususnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keluhan pelanggan.

##### **1.4.2. Manfaat praktis**

a. Bagi STIE Widyagama Lumajang

Penelitian ini dapat mampu memberikan wawasan dan referensi khususnya dalam bidang manajemen pemasaran di STIE Widya Gama Lumajang.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di STIE Widya Gama Lumajang guna untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan praktek langsung di lapangan.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan strategi-strategi perusahaan.

d. Bagi Penelitian Berikutnya

Diharapkan dapat memberikan tambahan informasi atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan