

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju selalu diiringi dengan perkembangan pola pikir, perilaku, dan teknologi yang semakin canggih. Sebagai dampak dari perkembangan tersebut, bidang ekonomi, informasi, dan pengetahuan masyarakat terhadap suatu produk dapat menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya.¹ Intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

¹Hardiyanti Anwar, *Analisis Strategi Diferensiasi Produk Telkom Indihome dalam Memelihara Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar*, (Skripsi Serjana: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018), h. 18.

Kota Parepare merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang mengupayakan pengembangan teknologi yaitu Kota Parepare. Kota Parepare merupakan kota Bandar Madani yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota ini memiliki luas wilayah 99,33 km² dan berpenduduk sebanyak 140.000 jiwa. Kota Parepare memiliki pengguna indihome yang cukup banyak sehingga mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai optimalisasi program indihome dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Kota Parepare.

Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki daya saing yang tinggi diantara perusahaan lainnya yaitu PT. Telkom Indonesia. Perusahaan BUMN ini bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi terbesar di Indonesia serta memegang peranan penting dalam dunia pertelekomunikasi nasional.

Layanan Telkom Indihome yang paling sering digunakan pelanggan adalah Indihome. Indihome adalah layanan digital dengan beragam pilihan paket yang tersedia, seperti internet rumah, telepon rumah dan TV interaktif (Indihome TV). Indihome telah mengalami perkembangan dalam menghasilkan inovasi di bidang telekomunikasi nasional. Berkat usaha mereka inilah perusahaan ini memiliki nilai perusahaan yang tinggi dan diiringi oleh peningkatan jumlah pendapatan pelanggan yang tentunya berimplikasi terhadap laba perusahaan ini. Laporan keuangan terakhir pada tahun 2019 menyatakan bahwa pendapatan yang diperoleh indihome mencapai angka Rp. 18.3 Triliun atau 13,5% dari keuntungan Telkom berasal dari layanan indihome. Telkom mengklaim 89 persen pendapatan IndiHome sepanjang periode ini berasal dari segmen pelanggan perumahan, kemudian 11 persen lainnya datang dari

segmen pelanggan bisnis. Dari setiap pelanggan Indihome, Telkom memperoleh rata-rata keuntungan per user senilai Rp 244.000. Angka ARPU tersebut merupakan data kuartal keempat 2019 dan menurun dari ARPU di kuartal sebelumnya dengan nilai Rp 256.000.²

Perkembangan bisnis teknologi informasi dan komunikasi salah satunya program indihome Telkom akhir akhir ini telah menunjukkan suatu gejala, yaitu semakin banyak dan beragamnya produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan pengembangan produk yang semakin cepat. Pengembangan produk yang semakin cepat tersebut terletak pada bentuk dan fasilitasnya. program-program indihome semakin menarik, dan fasilitas kegunaannya semakin lengkap. Secara sosial maupun ekonomi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Program-program indihome tersebut harus dikomunikasikan dengan baik kepada pelanggan. Sehingga manfaat yang diperoleh pelanggan dapat dirasakan secara langsung melalui program indihome yang tersedia. Salah satu program indihome yang sering digunakan oleh pelanggan adalah internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet).

Setiap pelanggan pada umumnya ingin mendapatkan pelayanan yang optimal. Pelayanan optimal yang diberikan oleh perusahaan ini dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga *ekspektasinya* terhadap suatu program dapat tepenuhi sesuai dengan harga yang pelanggan keluarkan. Cara untuk mengetahui apakah pelanggan puas atau belum puas dapat dilihat dari tanggapannya pada saat ini. Tanggapan pelanggan yang melakukan pembelian ulang atau *repurchasing* berarti mereka puas terhadap produk atau jasa yang perusahaan tawarkan. Namun, jika

²<https://tekno.kompas.com/read/2020/05/29/15530097/indihome-punya-7-juta-pelanggan-pendapatan-setahun-rp-18-triliun?page=all> (Di akses 18 juli 2020)

pelanggan tidak melakukan pembelian ulang. Maka, mereka tidak puas terhadap produk atau layanan perusahaan.

Ketidakpuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan pelanggan berpindah merek. Seorang pelanggan yang mengalami ketidakpuasan mempunyai kemungkinan akan merubah perilaku keputusan belinya dengan mencari alternatif merek lain pada konsumsi berikutnya untuk meningkatkan kepuasannya. Ketidakpuasan pelanggan dapat timbul karena adanya proses informasi dalam evaluasi terhadap suatu program Indihome dalam layanan jaringan. Pelanggan akan menggunakan informasi masa lalu dan masa sekarang untuk melihat merek-merek program Indihome yang memberikan manfaat yang mereka harapkan. Kepuasan pelanggan adalah fungsi seberapa dekat harapan pelanggan atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan atas program-program Indihome tersebut. Jika produsen melebih-lebihkan manfaat suatu produk, maka harapan pelanggan tidak akan tercapai sehingga mengakibatkan ketidakpuasan.³

Pelanggan yang tidak puas akan mencari informasi pilihan produk lain yang lebih memiliki nilai tambah dan sesuai dengan harapannya dan mereka mungkin akan berhenti membeli produk atau mempengaruhi orang lain untuk tidak membeli. Oleh karenanya, perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar mereka tidak beralih. Faktor lain adalah harga dan jaringan yang sangat berpengaruh pada keputusan perpindahan merek. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat yang karena memiliki atau menggunakan produk tersebut, sedangkan

³Shellyana Junaidi dan Basu Swastha Dharmmesta, *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol. 17, No. 1, (2002), h. 91-104.

jaringan hak dari pelanggan suatu produk, atau nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat yang terhadap program-program indihome dalam memiliki menggunakan produk tersebut. Harga merupakan nilai produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan, sedangkan jaringan merupakan nilai produk yang harus menjamin kualitas layanan program indihome oleh pelanggan.

Kualitas layanan Indihome Telkom masih dianggap belum memuaskan. Hal ini dapat diketahui dari banyaknya keluhan mengenai lamanya waktu pemasangan, waktu tagihan pembayaran perbulan harus tepat waktu, terjadi kerusakan pada kabel ke koneksi jaringan yang sudah rusak responnya kadang lama, dan gangguan ini terkadang lambat untuk diatasi oleh pihak Telkom atasi oleh indihome di kota Parepare kurang tanggapnya terhadap keluhan pelanggan, serta jaminan dari perusahaan yang tidaksesuai dengan yang dijanjikan. Factor lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah harga. Permasalahan yang seiring dialami pelanggan Indihome adalah banyaknya keluhan mengenai tingginya biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan manfaat yang diperoleh pelanggan. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan harus sesuai dengan manfaat dan dapat dijangkau, sehingga kepuasan pelanggan dapat dipertahankan.

Berdasarkan data jumlah pelanggan indihome di kota Parepare pada tahun 2020 jumlah pelanggan Indihome meningkat menjadi 205.150.⁴ Data tersebut menunjukkan peningkatan kebutuhan pelanggan terhadap layanan Indihome di Kota Parepare. Namun, apakah hal tersebut juga berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan terhadap layanan Indihome.

⁴Wawancara dengan ibu Nadia Cousumer service Indihome di Kota Parepare Pada tanggal 01 Febuari pukul 10.29 wib.

Kenyataan di lapangan berdasarkan observasi awal peneliti menunjukkan bahwa program-program yang disediakan oleh indihome harus mampu memenuhi dan menjawab segala kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan indihome karena yang terjadi kenyataannya adalah sering terjadi gangguan internet speedy, usestv, dan telepon rumah, seperti koneksi internet yang lambat dikarenakan beberapa faktor, seperti faktor cuaca yang buruk dan terjadi kerusakan pada kabel ke koneksi jaringan internet speedy, usestv, dan telepon rumah yang sudah rusak. Sehingga pelanggan merasa terganggu dan menghambat segala aktifitas yang mereka lakukan. Bahkan mirisnya lagi, gangguan ini terkadang lambat untuk diatasi oleh pihak Telkom atasi oleh indihome di kota Parepare sehingga pelanggan merasa kurang puas. Harapan peneliti, dengan masalah yang telah di jelaskan diatas dapat terselesaikan dengan baik, bahwa Indihome Telkom kota Parepare setempat mampu mengetahui usaha yang dilakukan oleh Indihome dalam mengoptimalkan layanannya sehingga mampu memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan yang telah rela mengeluarkan uangnya demi mendapatkan program-program yang disediakan oleh indihome.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Program Indihome apa saja yang digunakan oleh pelanggan Kota Parepare?
2. Bagaimana mengoptimalkan program indihome dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap mengoptimalkan program indihome dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui program-program indihome apa saja yang digunakan oleh pelanggan di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui mengoptimalkan program indihome dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap mengoptimalkan program indihome dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dapat menambah pengetahuan, wawasan dan kemampuan berpikir bagi penulis.
2. Penulis mengharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan acuan bagi peneliti-peneliti di masa yang akan datang tentang optimalisasi program indihome dan kepuasan pelanggan.