

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perubahan dan perkembangan di bidang teknologi informasi membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang yang mengikuti perubahan perekonomian dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Kemajuan teknologi sekarang ini, terutama kemajuan teknologi informasi, merupakan faktor utama yang memudahkan untuk melakukan komunikasi. Dalam kehidupan bangsa dan negara kebutuhan berkomunikasi perlu dilayani sehingga sarana penunjang kebutuhan tersebut diciptakan untuk mempermudah pemenuhan akan kebutuhan untuk komunikasi.

Dalam dunia usaha, perubahan teknologi komunikasi yang disertai dengan berkembangnya pendidikan dan penghasilan masyarakat menambah kesadaran konsumen untuk mendapatkan pelayanan yang baik menjadi semakin tinggi. Bagi konsumen, biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan sehingga menimbulkan kepuasan. Kotler (2007) mengartikan tingkat kepuasan sebagai fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Harapan pelanggan dan kinerja yang disampaikan dapat menyebabkan mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Konteks kepuasan pelanggan pada umumnya harapan yang merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu,

komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

PT. Mimoza Gorontalo merupakan salah satu perusahaan lokal penyedia jasa layanan TV kabel. Sebagaimana diketahui bahwa untuk daerah Gorontalo masih terdapat keterbatasan dalam mengakses siaran televisi baik nasional maupun internasional. Keterbatasan ini disebabkan oleh belum tersedianya stasiun pemancar televisi nasional yang *cover* wilayah Gorontalo. Kondisi ini membuat masyarakat yang ingin menikmati siaran televisi yang lebih berkualitas harus membeli alat tambahan berupa parabola yang biayanya relatif mahal. Alternatif lain adalah dengan berlangganan siaran TV berbayar seperti IndoVision, OkeTV, TelkomVison, dll. Alternatif kedua ini juga membutuhkan biaya ekstra yang lebih mahal.

Keterbatasan ini yang kemudian ditangkap oleh PT. Mimoza Gorontalo menjadi peluang bisnis. Sekitar tahun 2000, Mimoza TV mulai mengembangkan jasa layanan TV kabel. Dengan adanya jasa layanan TV kabel lokal ini membuat masyarakat umum dapat mengakses sumber-sumber informasi maupun hiburan melalui televisi dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan berlangganan TV berbayar lainnya. Harga jasa yang relatif murah ini menjadi daya tarik utama masyarakat untuk berlangganan layanan yang diberikan Mimoza TV.

Tingginya minat masyarakat terhadap layanan TV kabel yang diberikan oleh PT. Mimoza Gorontalo berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun. Saat ini, sebagian besar masyarakat Kota Gorontalo merupakan

pelanggan dari Mimoza TV. Perkembangan yang dialami oleh PT. Mimoza Gorontalo ini menarik minat dari pihak lain baik perorangan maupun perusahaan untuk ikut berkompetisi dalam menyediakan jasa layanan TV kabel. Kondisi ini membuat PT. Mimoza Gorontalo harus berhati-hati dalam memilih strategi usaha untuk mempertahankan pelanggan serta dominasinya dalam bidang ini. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui penetapan harga jasa yang sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan.

Harga jasa sangat dipengaruhi oleh manfaat yang diterima oleh pelanggan yang menggunakan jasa tersebut. Bila harga suatu jasa/produk lebih tinggi dibandingkan manfaat yang diterima maka pelanggan akan cenderung tidak puas dan berpeluang untuk pindah ke merk/jasa lain yang sejenis. Sebaliknya jika harga yang diberikan lebih rendah dari manfaat yang diterima maka konsumen akan puas. Namun, disisi lain hal ini akan menyebabkan perusahaan berpotensi kehilangan keuntungan karena adanya selisih antara harga yang dinilai wajar oleh pelanggan dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan.

Tjiptono dkk. (2008 :57) mengungkapkan harga sebagai salah satu elemen bauran pemasaran yang membutuhkan pertimbangan cermat. Xia *et al.* (2004) mengungkap bahwa penilaian dari kewajaran harga kemungkinan besar didasarkan pada perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak. Ketika dirasakan terjadi perbedaan harga, maka tingkat kesamaan antara transaksi merupakan unsur penting dari penilaian kewajaran harga. Penilaian kewajaran juga tergantung pada berapa besar komperatif pihak yang terlibat dalam transaksi.

PT. Mimoza Gorontalo saat ini menawarkan tarif berlangganan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lokal lainnya sehingga diperlukan

suatu layanan yang berbeda dan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Perbedaan layanan yang dirasakan dapat menimbulkan kewajaran harga di benak pelanggan. Kewajaran harga yang dirasakan akan menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan.

Berkaitan dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana pelanggan mengenai harga yang diberikan oleh PT. Mimoza Gorontalo serta bagaimana pula dampaknya terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa layanan TV kabel Mimoza.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelanggan Mimoza TV terhadap harga/biaya langganan yang ditetapkan saat ini?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Mimoza TV terhadap pelayanan yang diterima saat ini?

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah dalam penelitian ini adalah : Seberapakah pengaruh harga layanan terhadap kepuasan pelanggan Mimoza TV?

#### **1.4. Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh harga layanan terhadap kepuasan pelanggan Mimoza TV.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini baik untuk kepentingan akademik maupun praktis adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi PT. Mimoza dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa PT. Mimoza.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam mengembangkan hal-hal yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa PT.Mimoza
3. Bagi pihak-pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan pembaca dan dapat pula dijadikan sumber informasi dan referensi dimasa yang akan datang khususnya di lingkungan perguruan tinggi.