

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa setiap bisnis atau perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat dan menjadi semakin kompetitif. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya tergantung pada kemampuan perusahaan, khususnya manajemen dalam menjalankan usahanya.

Semakin ketatnya persaingan menuntut perusahaan harus berusaha keras dalam mempertahankan konsumen dan berusaha semaksimal mungkin agar mampu menghasilkan keuntungan. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan produk yang unggul dan mampu memasarkan produknya tepat sasaran. Produk yang ditawarkan harus mampu memberikan kepuasan dan nilai terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tantangan zaman menuntut perusahaan harus peka terhadap perubahan. Oleh karena itu Perusahaan harus mendesain sedemikian rupa sistem pemasaran dan pengendalian manajemen yang bisa dengan cepat mengetahui perubahan yang terjadi dalam masyarakat, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Saat ini perusahaan-perusahaan mulai mengubah orientasinya, dimana sebelumnya lebih memperhatikan hasil produksi sekarang berorientasi bagaimana cara untuk mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena kepuasan dan loyalitas pelanggan tidak hanya disebabkan oleh hasil barangnya.

Ukuran berhasilnya strategi pemasaran dalam suatu perusahaan bisa dilihat dari segi kepuasan pelanggan. Dengan demikian perusahaan yang ingin berhasil harus dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka akan berpengaruh terhadap daya tarik konsumen dan akan memberikan adanya loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dan ini bisa menyebabkan meningkatnya jumlah penjualan yang dapat memberikan profit atau keuntungan yang lebih terhadap perusahaan.

Memberikan kepuasan kepada konsumen, perusahaan harus mempelajari terlebih dahulu mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang menjadi keinginan pelanggan. Untuk memahami pelanggan bukanlah hal yang mudah, karena adakalanya konsumen tidak mengetahui apa yang memotivasi mereka untuk membeli produk. Ditambah lagi daya pikir konsumen yang mudah berubah sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Saat ini perkembangan ilmu pengetahuan semakin berkembang pesat, ini bisa dilihat dari banyaknya produk modern yang beredar di masyarakat. Dan saat ini telah banyak industri yang berdiri baik itu industri barang maupun jasa. Dan salah-satu industri yang berkembang saat ini secara global adalah industri telekomunikasi termasuk juga di Indonesia. Ini bisa dilihat dari penguasaan telekomunikasi hampir di seluruh bidang kehidupan. Gambaran umum tingkat kebutuhan telekomunikasi bisa dilihat dari meningkatnya jumlah penjualan produk telepon seluler. Pengguna telepon seluler tidak lagi dibatasi pada kalangan tertentu, namun hampir semua kalangan menggunakannya baik anak-anak, remaja, dewasa,

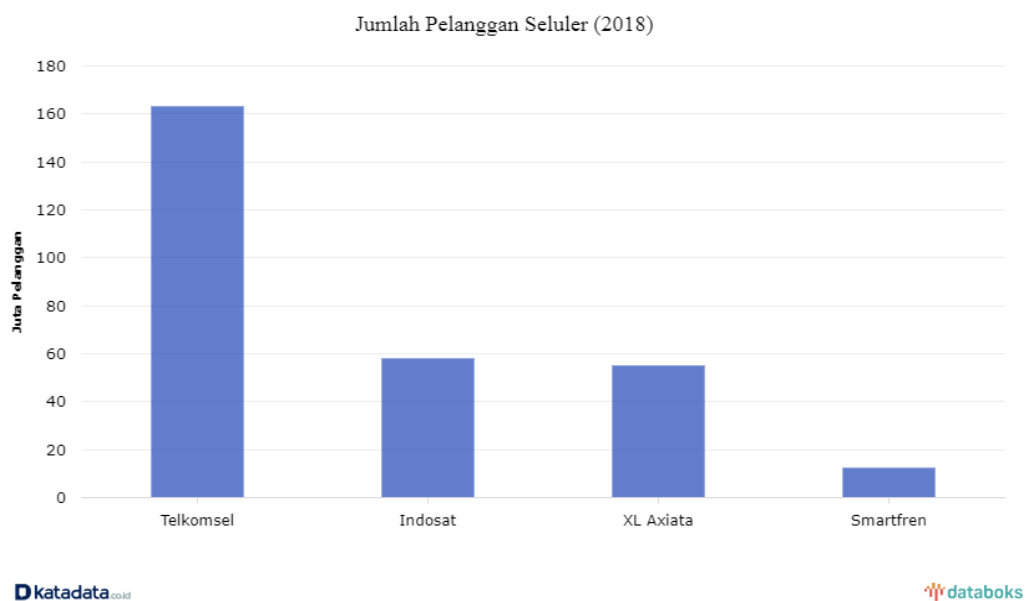
lansia, dalam dunia instansi maupun dalam kehidupan sehari-hari. Telepon seluler bukan lagi menjadi barang mewah namun telah menjadi barang biasa yang bisa dimiliki oleh siapa saja. Seiring berkembangnya kebutuhan akan telepon seluler menyebabkan kebutuhan akan kartu seluler juga berkembang. Sebuah telepon seluler tidak akan menjalankan fungsinya sebagai alat komunikasi jika tidak memiliki kartu seluler. Ini bisa menjadi peluang besar untuk industri kartu seluler. Semakin tinggi tingkat kebutuhan masyarakat akan telekomunikasi, menuntut perusahaan operator seluler di Indonesia atau di Negara lainpun agar dapat memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada para konsumen agar bisa mencapai titik kepuasan.

Di tahun 2019 hampir semua Negara dilanda penyakit Corona Virus termaksud di negara Indonesia. Adanya Covid-19 menyebabkan lahirnya beberapa kebijakan yang membatasi ruang gerak atau aktivitas manusia secara tatap muka, dan digantikan dengan aktivitas melalui jaringan atau melalui room yang memanfaatkan kecanggihan smartphone, contohnya pekerjaan dalam instansi saat ini dilakukan secara DARING. Hal seperti ini menjadi peluang bagi perusahaan operator seluler untuk mengembangkan produknya dengan menciptakan berbagai fitur dan layanan jaringan yang baik agar mampu menarik konsumen. Pembatasan ruang gerak masyarakat di luar rumah, mengharuskan masyarakat menggunakan media komunikasi smartphone, dan hal ini menyebabkan banyak masyarakat yang berlomba-lomba membeli smartphone dan kartu seluler.

Di Indonesia sendiri terdapat 7 operator seluler yaitu PT. Hutchison 3 Indonesia (Tri), PT. XL Axiata (XL), PT. Indosat (Indosat), PT. Sampoerna

Telekomunikasi Indonesia (Ceria), PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), PT. Smartfren dan PT. Bakrie Telecom.

Salah-satu industri seluler yang berkembang pesat di Indonesia adalah Telkomsel. Telkomsel merupakan perusahaan operator terbesar di Indonesia, yang telah berhasil menguasai pangsa pasar. Ini bisa dilihat dari data dibawah ini yang dikutip dari databooks pada tahun 2018 dan 2019.

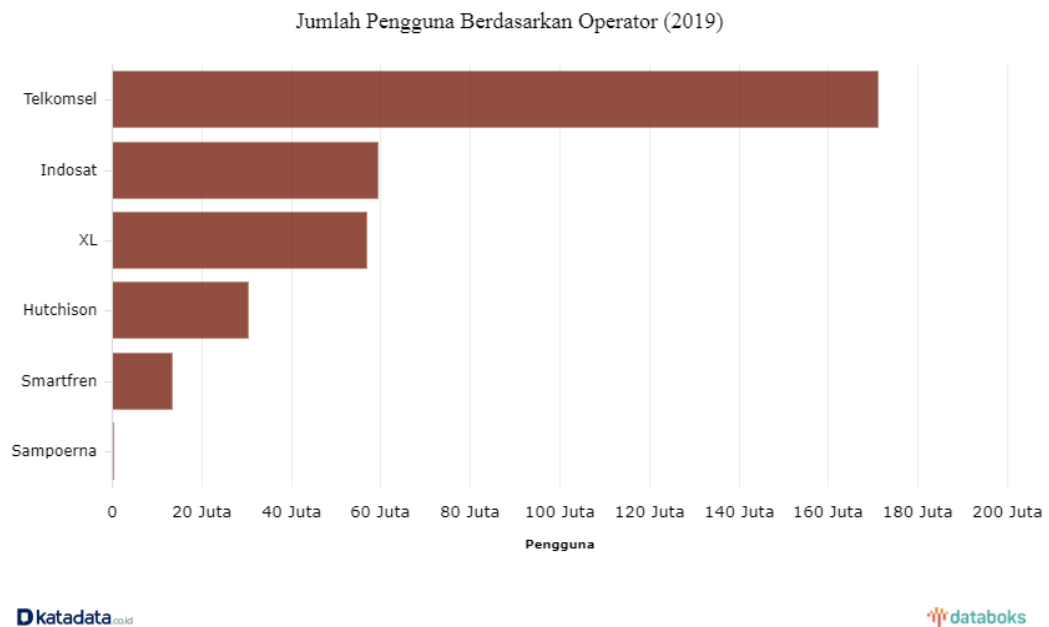


Sumber: Databoks datakata

Gambar 1. Jumlah Pelanggan Seluler 2018

“Pada tahun 2018 Tercatat ada 163 juta pengguna telkomsel. Pelanggan tersebut terdiri atas pelanggan pasca prabayar dimana masing-masing berjumlah 5,4 juta dan 157,6 juta pengguna. Selain telkomsel indosat juga menyusul. Merek tersebut memiliki 1,6 juta pelanggan pasca prabayar dan 56 juta pelanggan

prabayar. Jadi total keseluruhan mempunyai 58 juta pelanggan. Dan XL. Sedangkan smatform memiliki 12,27 juta pelanggan.”



Gambar 2. Jumlah Pengguna Berdasarkan Operator 2019.

“Pada tahun 2019 PT. Telekomunikasi (Telkomsel) lagi-lagi menduduki posisi sebagai operator terbesar di Indonesia dengan jumlah pengguna sebanyak 171,1 juta. Sementara posisi kedua diduduki oleh Indosat.”

Dari beberapa data diatas terlihat bahwa pengguna telkomsel mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan indosat dan XL Axiata dan operator lainnya. Walaupun pada kenyataannya pengguna kartu telkomsel lebih banyak, perusahaan operator Telkomsel tetap harus hati-hati karena sekarang adalah dunia kompetitif atau dunia persaingan, yang memungkinkan perusahaan operator lainnya mampu menciptakan inovasi baru terhadap produknya yang bisa

menarik perhatian pelanggan dan mengakibatkan berpalingnya pengguna kartu tekonsel kepada hasil produk operator lainnya. Oleh karena itu penting bagi operator telkonsel membaca perubahan-perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga bisa memberi nilai kepuasan yang maksimal bagi konsumen. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh operator telkonsel adalah dengan mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengetahuan terhadap faktor kepuasan konsumen, mampu membantu perusahaan mengetahui apa yang diinginkan dan yang tidak diinginkan konsumen dari produk yang ditawarkan sehingga perusahaan bisa melakukan inovasi baru atau penembahan fungsi baru yang bisa mempertahankan konsumen dan menghasilkan konsumen yang loyal. Banyak teori yang mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ada beberapa hal diantaranya seperti yang dikemukakan oleh (Firmansyah et al., 2019) bahwa terdapat 5 faktor yaitu kualitas pelayanan atau jasa, harga, kualitas produk, factor situasi dan faktor pribadi.

Harga menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan. Harga yang dimaksud adalah sejumlah uang yang dibayarkan atau dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan apa yang diinginkan oleh konsumen. Harga juga dapat diartikan sebagai nilai tukar yang dinyatakan dengan uang untuk mendapat kebutuhan. Dengan adanya harga konsumen mampu menilai kualitas dari sebuah produk. Harga yang tinggi bisa menggambarkan kualitas barang atau jasa yang ditawarkan. Kualitas produk juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsemen dalam membeli produk telah menaruh harapan besar agar

produk yang dibeli berkualitas dan bertahan lama sesuai yang diharapkan. Ketika produk yang diperoleh memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas.

Observasi awal dilakukan peneliti terhadap pengguna kartu telkomsel ditemukan bahwa walaupun didata nasional di ungkapkan bahwa pengguna operator terbesar di dunia adalah Telkomsel tidak menuntut kemungkinan masih banyak keluhan-keluhan dari pelanggan itu sendiri. Keluhan yang didapati peneliti dari beberapa pelanggan kartu Telkomsel di kota Gorontalo adalah berkaitan dengan harga, dan kualitas jaringan. Di ungkapkan bahwa tarif harga kartu telkomsel terbilang mahal dan kualitas jaringannya semakin menurun. Ditemukan juga keluhan dari pengguna kartu Telkomsel terkait kesulitan melakukan aktivasi kartu perdana. Tetapi berbagai kendala diatas tidak menjadi pengahalang bagi pengguna produk Telkomsel untuk tetap menggunakan produknya. Ini terbukti banyaknya pengguna kartu telkomsel.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Harahap, Muhammad Fauzi Syahputra (2018) ditemukan bahwa secara parsial kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian Hutape, Roni Afrianto (2016) bahwa secara simultan variabel bebas kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Hosang, Natasja, dkk (2016) ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan. Dan harga secara parsial tidak berpengaruh kepada kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh (Setyo, 2017) bahwa variabel kualitas

produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial namun harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari uraian observasi awal dan hasil penelitian terdahulu yang telah disampaikan bahwa terdapat dua penelitian yang hasilnya secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Najasja Hosang, dkk (2016) dan penelitian yang dilakukan oleh Setyo (2017). Dengan adanya gap dari kedua penelitian tersebut maka peneliti ingin mengkaji kembali penelitian mengenai pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap kepuasan. Dan objek penelitian ini adalah pengguna kartu Telkomsel di kota Gorontalo. Alasan memilih Gorontalo sebagai objek penelitian karena banyak terdapat pengguna kartu Telkomsel. Berdasarkan hal tersebut Sehingga peneliti mengambil judul “ **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Pengguna Kartu Telkomsel Di Kota Gorontalo** ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Banyak terdapat keluhan yang didapat dari pengguna kartu Telkomsel terkait harga dan kualitas produknya. Terdapat gap dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna kartu telkomsel?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap kepuasan pengguna kartu telkomsel?

3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pengguna kartu Telkomsel?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna kartu telkomsel
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna kartu telkomsel
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kartu telkomsel

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini semoga bisa bermanfaat sebagai pengembangan ilmu dan semoga hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk membandingkan dengan penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini bisa memberikan masukan bagi perusahaan operator agar memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan terhadap produk yang di tawarkan.