

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring perkembangannya zaman, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi kini menjadi sangat penting. Terutama pada penggunaan internet yang saat ini menjadi kebutuhan bagi masyarakat umum. Internet memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia dan perkembangan masyarakat modern. Internet juga mempengaruhi banyak aspek kehidupan seperti, masuknya akses informasi, cara masyarakat berkomunikasi, pembelajaran secara online, berbelanja secara online, kerja jarak jauh, dan juga sebagai sarana inovasi. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas. Dengan kemajuan teknologi informasi, ketersediaan data atau informasi yang tersedia dapat dilakukan dengan cepat, efisien dan akurat. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mendorong berkembangnya sistem manajemen berbasis teknologi informasi, yang memerlukan keahlian dalam seluruh fungsi organisasi.

Survei yang telah dilaksanakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa angka pengguna internet di Indonesia akan mencapai 215,63 juta pada tahun 2022-2023. Ini adalah peningkatan 2,67% dari 210,03 juta pengguna pada tahun sebelumnya. Angka pengguna internet ini setara dengan 78,19% dari 275,77 juta orang Indonesia. Tren angka pengguna internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, angka pengguna internet di Indonesia mencapai angka 64,8%, dan pada tahun 2019 dan 2020, itu meningkat menjadi 73,7%. Pada tahun 2021–2022, angka pengguna internet kembali meningkat, mencapai angka 77,02% dan 80% pada tahun 2022–2023. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia semakin mahir dalam menggunakan internet [1].

Dengan meningkatnya angka pengguna internet di Indonesia, kebutuhan dibidang internet akan semakin meningkat baik kualitas produk ataupun kualitas pelayanannya. Karena pada saat ini bukan hanya internet cepat yang dicari, tetapi juga kualitas pelayanan dari perusahaan layanan internet juga menjadi pertimbangan pelanggan untuk memilih penyedia layanan jasa internet. Hal ini didasari oleh masyarakat yang sudah melek teknologi sehingga perusahaan penyedia layanan jasa internet harus lebih memperhatikan kualitas pelayanannya. Fenomena yang selalu terjadi pada penyedia layanan jasa internet adalah kualitas pelayanannya. Contohnya adalah ketika internet mengalami gangguan seperti kecepatan internet yang tidak stabil, koneksi internet terputus, router yang tidak berfungsi, gangguan dari pusat, dan lain-lain. Ketika permasalahan itu terjadi pelanggan atau pengguna akan melaporkan keluhan ini ke *customer service*, akan tetapi keluhan dari pengguna terkadang tidak segera diatasi oleh perusahaan, Pelanggan harus menunggu dengan

waktu yang tidak pasti kapan petugas penyedia jasa internet akan datang. Penyedia jasa layanan internet adalah perusahaan jasa yang akan berhadapan langsung dengan pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan pada penyedia jasa layanan internet perlu diperhatikan secara khusus dibandingkan dengan perusahaan manufaktur [2].

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan dituntut menghasilkan kualitas pelayanan yang baik agar menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, dan setelah itu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memberikan rekomendasi positif, dan meningkatkan penjualan perusahaan. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan merujuk pada sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan memenuhi atau melebihi harapan dan kebutuhan pelanggan. Ini adalah ukuran subjektif yang mencerminkan sejauh mana pelanggan merasa puas dengan pengalaman yang mereka dapat saat berinteraksi dengan perusahaan atau layanan. Kualitas pelayanan yang baik cenderung menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi, sementara kualitas pelayanan yang buruk dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Peningkatan terus-menerus dalam kualitas pelayanan dapat membantu perusahaan atau organisasi mempertahankan dan menarik pelanggan, menciptakan loyalitas, dan meningkatkan reputasi mereka.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang biasa disebut Telkom merupakan Badan Usaha Milik Negara atau BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan internet di seluruh Indonesia. Menjadi salah satu perusahaan raksasa yang bergerak di bidang telekomunikasi, Telkom Indonesia sudah menyediakan berbagai layanan jaringan internet yang canggih. Salah satu di antaranya adalah wifi.id. Jembatan teknologi Wi-Fi yang menghubungkan kebutuhan internet ke setiap pelanggan. Wifi.id merupakan penyedia layanan internet yang menawarkan layanan Wi-Fi kepada masyarakat dan pelaku-pelaku bisnis. Wifi.id juga bekerja sama dengan UMKM untuk menyediakan koneksi internet yang terjangkau dan membantu pemerintah daerah membangun kota pintar atau *smart city* di wilayahnya. Layanan ini sukses menawarkan internet dengan kecepatan tinggi. [4] Karena minat masyarakat Indonesia menggunakan internet begitu tinggi, PT Telkom terus memperluas lokasi wifi corner yang tersebar di banyak kawasan seperti sekolah, kampus, pusat keramaian, tempat perbelanjaan, kafe, supermarket hingga minimarket. Perusahaan ini terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya agar lebih mudah digunakan dan ditemukan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan melihat jasa layanan internet Wifi.id yang memiliki beberapa kekurangan dan juga kelebihan dari aspek harga ataupun layanan internet berdasarkan pengalaman masyarakat, Perusahaan jasa layanan internet lain yang serupa dengan Wifi.id, ikut serta dalam persaingan

pasar ini. Kompetisi yang ketat melibatkan antara Wifi.id dengan jasa layanan internet lain di Indonesia, pelanggan dihadapkan dengan kelebihan jasa layanan internet lain selain Wifi.id. Agar terciptanya persaingan pasar yang sehat antar produk lain, perusahaan Wifi.id diminta untuk mempertahankan pelanggan dengan membangun strategi pemasaran yang bersifat inovatif agar daya jual perusahaan bertambah, kemampuan beli pelanggan meningkat dan mampu melahirkan kesan dan pengalaman yang baik kepada pelanggan terhadap harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang menjembatani kepuasan pelanggan [5].

Namun ekspektasi yang diharapkan tidak selalu sesuai dengan kenyataan, mayoritas pelanggan wifi.id masih mengeluh dan meragukan kualitas produk dan pelayanan perusahaan wifi.id. Selain itu, terdapat kekhawatiran pelanggan yang akan beralih ke jasa penyedia layanan internet lain yang menawarkan layanan yang sama. Dengan begitu, Perusahaan PT. Telkom perlu mempersiapkan strategi guna menghadapi persaingan yang bisa muncul secara tiba-tiba dan selalu mempertimbangkan segala resiko agar tetap mempertahankan pelanggannya ke jasa layanan Wifi.id [4].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pengguna wifi.id. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Wifi.Id”**. Pada kesempatan ini, objek yang diambil adalah pengguna wifi.id sebagai objek penelitian.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul yang akan diteliti, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap terhadap kepuasan pelanggan wifi.id?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan wifi.id?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan wifi.id?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan pembuatan tugas akhir ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan wifi.id.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan wifi.id.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan wifi.id.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini, penulis memiliki tujuan untuk melakukan penelitian lancar dan difokuskan untuk mengetahui harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pada wifi.id.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini memiliki 5 bab , yaitu:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumus masalah, tujuan penelitian, batas masalah dan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori yang berkaitan dengan penelitian.

3. BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai diagram alir dari mulainya proses awal dalam suatu jalannya penelitian bertujuan untuk menyelesaikan masalah.

4. BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil dari pengolahan data yang dihasilkan dari jawaban responden.

5. BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini adalah akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.