

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Peranan Teknologi Telekomunikasi menjadi sangat penting, terutama dalam mengubah kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi dibidang komunikasi dan informasi kini dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat dari kalangan elit sampai kalangan menengah kebawah dari kota besar ataupun plosok-plosok di seluruh Indonesia dapat mengakses sarana telekomunikasi yang ada. Salah satu perkembangan alat komunikasi saat ini adalah *handphone*. Orang mengenal *handphone* yang memungkinkan manusia berkomunikasi jarak jauh tanpa harus bertatap muka. *Handphone* sekarang ini sudah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Keadaan ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat menggunakan *handphone*. Melihat kondisi yang selalu berkembang, maka dibutuhkan layanan perusahaan yang kuat dan terus meningkat sehingga dapat menjaga loyalitas pelanggan ataupun konsumen.

Saat ini di Indonesia banyak operator kartu seluler, salah satunya adalah Indosat Ooredoo. Menghadapi persaingan bisnis dalam dunia telekomunikasi, PT. Indosat khususnya Indosat Ooredoo sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa telekomunikasi membuat suatu inovasi baru dengan mengeluarkan produk yang lebih efisien dan lebih canggih. Industri Telekomunikasi seluler di Indonesia selama tahun 2018 mengalami penurunan jumlah pelanggan yang cukup fantastis. Penurunan tersebut dapat dilihat dari 110,2 juta pelanggan pada tahun 2017 yang

mengalami penurunan 47,3% pada tahun 2018 yaitu mencapai 58 juta pelanggan. (www. Jumlah pelanggan indosat ooredoo.com, 2017)

Pada saat ini, di Indonesia terdapat 5 operator 4G LTE yang menyediakan kartu seluler yang memiliki layanan hampir sama, yaitu: Telkomsel, Indosat Ooredoo, XI Axiata, Smartfren, Tri (3), hal ini menggambarkan bahwa persaingan produk di pasar kartu seluler sangat ketat, dimana para operator terus berpacu adu strategi untuk merebut hati para pelanggan. Strategi tidak hanya melakukan penetrasi pasar tetapi juga dalam peningkatan layanan dalam hal: luasnya jaringan, kualitas jaringan, inovasi produk, pelayanan pelanggan dan tarif kompetensi yang wajar serta dengan kemanfaatan produk.

Menurut Direktur Utama & CEO Ahmad Al-Neama (www.indosatooredoo.com, 2018) Saat ini, Indonesia sedang mengalami era yang sangat dinamis dengan percepatan digitalisasi yang merubah perilaku dan pola konsumen, sehingga masyarakat pun mengalami perubahan. Sejalan dengan perkembangan ini, permintaan akan digital yang semakin meningkat juga telah menimbulkan banyak tantangan.

Dalam industri telekomunikasi, semua pemangku kepentingan dituntut bekerja sama untuk menjaga agar transisi dari layanan *legacy* (seperti Suara dan SMS) ke produk dan layanan digital dapat dijalankan dengan lancar. Dalam tahun terakhir, tim telah bekerja keras dan berhasil menstabilisasi kinerja Indosat Ooredoo. Namun, kami menyadari pentingnya transformasi dan perombakan pada pola bisnis kami yang sekarang, untuk memastikan keberlanjutan bisnis di era digital yang baru. Oleh sebab itu, kami telah membentuk serangkaian cita-cita ambisius untuk mencapai kepemimpinan

digital di Indonesia, melalui roadmap yang kami sebut sebagai "LEAD". *Roadmap* ini rencana dijalankan selama 3 tahun ke depan hingga 2021. "LEAD" merupakan singkatan dari: *Leap towards an empowered high-performing team; Establish a competitive video-grade network; Accelerate B2B as the new engine of growth; dan Deliver value for money and earn customer trust*. Secara keseluruhan, keempat tujuan ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan pasar kami, meningkatkan kapitalisasi pasar perusahaan dan meningkatkan efisiensi internal kami. Pada saat yang bersamaan, kami akan terus menepati janji pada pelanggan, yaitu menjadi perusahaan telekomunikasi yang dipercaya (*to be the telco you can trust*).

Hal ini dilakukan melalui pelayanan yang unggul dan cepatnya tanggapan pada saat muncul kendala. Kami juga akan terus menyediakan produk dan harga dengan pola yang tidak rumit, transparan dan relevan, sehingga mudah dipahami dan juga memberikan nilai yang baik (*value for money*). Terakhir, kami juga akan menyiapkan jaringan yang mampu memberikan pengalaman dan tingkat keandalan yang baik sesuai kebutuhan konsumen. Sejauh ini, sudah terlihat kemajuan dalam mencapai semua tujuan ini. Antara lain, cakupan 4G kami telah diperluas dan ditingkatkan, dan kami juga telah mengambil tindakan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan di sisi lain, misalnya dengan meningkatkan kapabilitas aplikasi mobile swalayan.

Perubahan dan inovasi yang terus dilakukan terhadap kartu Indosat Ooredoo dapat mempengaruhi pelanggan, khususnya seberapa besar mereka mengharapkan dan menilai atau mempersepsikan kualitas dari kartu Indosat Ooredoo. Menurut Hill dalam Tantrisna (2006:37) harapan

merupakan apa yang disediakan oleh penyedia jasa, sedangkan kinerja adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya (Edison, 2016: 190). Menurut Garvin dalam Duriyanto (2001:98) terdapat lima dimensi kualitas, yaitu : pelayanan, ketahanan, keandalan, karakteristik produk, dan kesesuaian dengan spesifikasi. Menurut Kolter (2001:13) kepuasan pelanggan merupakan perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi tersebut dengan harapannya.

**Tabel 1 Data Pengguna Kartu Seluler Desa Gondang Rejo
Kecamatan Pekalongan Lampung Timur Tahun 2019**

Bulan	Nama Kartu Seluler				
	Telkomsel	Indosat Ooredoo (IM3)	XI Axiata	Smartfren	Tri (3)
Jan	99	78	76	55	31
Feb	105	69	73	47	47
Mar	141	80	66	61	55
Apr	123	99	79	44	44
May	89	66	109	77	79
Jun	137	82	92	81	99
Jul	158	76	122	90	110
Aug	120	89	99	69	120
Sep	104	105	107	99	97
Oct	107	77	86	77	107
Nov	134	99	99	76	78
Dec	102	110	66	69	102

Sumber : Masyarakat Desa Gondang Rejo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur

Dari tabel 1 dapat dijelaskan bahwa pengguna kartu seluler di Desa Gondang Rejo yang unggul masih kartu Telkomsel pada tahun 2019 meskipun mengalami fluktuasi setiap bulannya. Sedangkan untuk kartu Indosat Ooredoo tidak jauh berbeda dengan pengguna kartu XI Axiata. Selain

itu untuk pengguna kartu Smartfren masih lebih rendah dibandingkan kartu lainnya dan untuk pengguna kartu Tri semakin banyak yang memakai karena signal yang mudah dijangkau membuat masyarakat beralih menggunakan kartu tersebut. Fluktuasi yang dialami oleh pengguna kartu Indosat Ooredoo dipengaruhi oleh banyak hal terutama pada kemudahan dalam mengakses jaringan pada wilayah tersebut semakin baik jaringan yang dipakai semakin banyak juga pengguna yang memakainya. Hal ini berdampak pada kartu Indosat Ooredoo di Desa saya yang semakin menurun dan masyarakat memilih beralih ke kartu lainnya yang lebih mudah untuk mengakses jaringan.

Berdasarkan data dan pernyataan-pernyataan yang telah diuraikan pada latar belakang penelitian maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang : “ **Analisis Harapan dan Kinerja Perusahaan Terhadap Kualitas Kartu Indosat Ooredoo pada Masyarakat Desa Gondang Rejo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Apakah terdapat *gap* antara harapan dan kinerja perusahaan terhadap kualitas kartu Indosat Ooredoo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui dan menganalisis *gap* antara harapan dan kinerja perusahaan terhadap kualitas kartu Indosat Ooredoo.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan acuan untuk terus meningkatkan kualitas kartu Indosat Ooredoo agar tercipta kepuasan pelanggan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam melakukan penelitian dengan objek ataupun masalah yang sama yang akan datang.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori dan literatur yang diperoleh di bangku kuliah kemudian memperdalam pengetahuan dan memperluas cakrawala berfikir ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan jelas sebelum penelitian melangkah mengumpulkan data.

Asumsi pada penelitian ini adalah pada Masyarakat Desa Gondang Rejo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur menyatakan bahwa terdapat *gap* antara harapan dan kinerja perusahaan terhadap kualitas kartu Indosat Ooredoo.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi variabel bebas.

Adapun variabel bebas (independent) pada penelitian ini adalah :

1. Harapan (X1)
2. Kinerja Perusahaan (X2)

Sedangkan untuk variabel terikat (dependent) pada penelitian ini adalah :

1. Kualitas (Y)