

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kehidupan modern ini, ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus bertambah pesat. Secara tahap demi tahap teknologi menuntut kita untuk lebih membuka diri dalam menerima tantangan perubahan terhadap perkembangan yang terjadi sehingga membuat masyarakat sangat bergantung pada produk telekomunikasi untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Akibat kemajuan dan perkembangan tersebut, industri jasa telekomunikasi merupakan salah satu sektor yang berkembang di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya inovasi dimasa ini yang cukup signifikan setiap tahunnya. PT.Telekomunikasi Indonesia atau biasa disebut dengan Telkom merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) telekomunikasi terbesar di Indonesia. Dalam hal ini sebagai penyedia layanan *IndiHome* yang menyediakan jasa di bidang telekomunikasi. Telkom merupakan salah satu Witel Regional III Jawa Barat. Plasa Telkom Group Karawang adalah salah satu *outlet* atau tempat pelayanan di daerah Karawang yang disediakan oleh Telkom untuk berkomunikasi secara langsung antara Telkom dengan pelanggan maupun calon pelanggan baik mengenai kebutuhan informasi, lalu menyampaikan keluhan terkait produk dan layanan dari Telkom melalui petugas *Customer Service Resentative*. *Customer Service Resentative* (CSR) memiliki tanggungjawab utama untuk memastikan bahwa kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi dengan baik (Aisyah, S & Hardianawati, 2017).

Persaingan yang sedemikian ketatnya saat ini, menyebabkan sumber daya manusia menjadi modal utama dalam suatu usaha. Sejak munculnya covid-19 di Indonesia pada Tahun 2020, jumlah orang yang menderita penyakit ini telah berkembang pesat di seluruh Indonesia. Dimasa pandemi sekarang ini membuat banyak orang harus mengubah kesehariannya demi menjaga diri dari virus berbahaya, aktivitas yang biasanya keluar rumah tanpa menggunakan protokol kesehatan saat ini pun pemerintah mewajibkan harus menggunakan protokol kesehatan dan menjaga jarak (*social distancing*). Pilihan untuk memulai *Work From Home* (WFH) dan media dalam jaringan (*daring*), sekolah maupun kuliah saat

ini selalu dianjurkan pemerintah bahkan hingga detik ini, Oleh sebab itu produk jasa layanan *IndiHome* menjadi subjek terpenting di masa pandemi ini karena layanan internet lebih bermanfaat untuk pekerjaan dan aktivitas lainnya didalam rumah.

Perusahaan yang berfokus pada kebutuhan pelanggan, menyebabkan tingginya kepuasan pelanggan dan terdapat membangun kesetiaan pelanggan (*loyalty*). Didalam bisnis dengan mempertahankan loyalitas pelanggan adalah salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Perusahaan harus melakukan beberapa hal yang dapat memikat pelanggannya agar tetap setia terhadap produk atau jasa perusahaan. Salah satunya yaitu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan tersebut. Terdapat kepuasan pelanggan juga merupakan bagian penting dari loyalitas pelanggan suatu perusahaan (Putri et.al 2021). Oleh sebab itu, Telkom harus memenangkan persaingan dalam dunia usaha, hal utama yang harus perhatian secara serius oleh pihak perusahaan Telkom itu sendiri agar pelanggan tidak beralih kepada bidang internet lainnya sehingga harus dapat memahami dan keinginan para pelanggan agar terbentuknya kepuasan yang membangun loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah respon dari pelanggan terhadap tidak kesesuaian atau sesuai yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja layanan yang aktual setelah pemakaian (Octabriyantiningtyas et al., 2019). Loyalitas pelanggan digambarkan sebagai keinginan pelanggan untuk mempertahankan hubungan yang stabil dan jangka panjang dengan penyedia layanan sebagai harapan kinerja (Menurut Singh dan siredeshmukh, dalam Latif et.al, 2020).

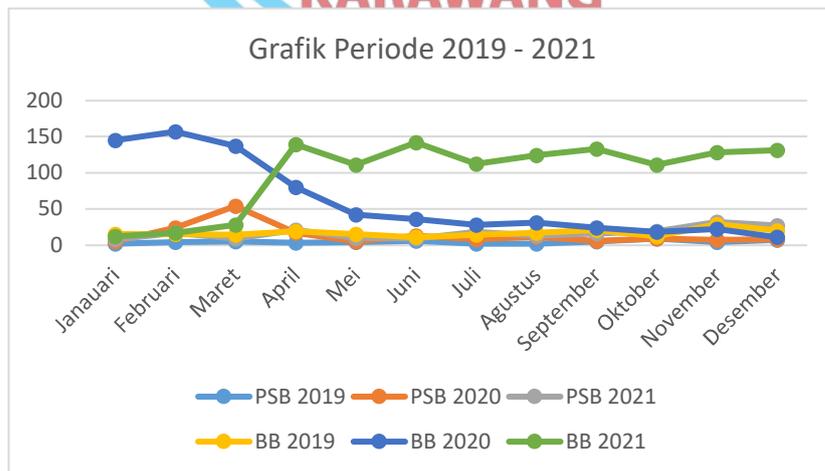
Menurut data dan informasi dari Plasa Telkom pada tahun 2019-2021 dari bulan Januari - Desember terdapat jumlah pelanggan melakukan Pasang baru (PSB) dan pelanggan berhenti berlangganan. Adapun datanya sebagai berikut :

Table 1. 1 Jumlah Pasang Baru dan Berhenti Berlangganan

No	Bulan	Pasang Baru			Berhenti Berlangganan		
		Tahun			Tahun		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	Januari	2	5	8	15	145	12
2	Februari	4	42	17	15	157	17
3	Maret	5	54	9	14	137	28
4	April	3	17	21	19	80	139
5	Mei	4	5	10	15	42	111
6	Juni	6	13	9	11	36	142
7	Juli	2	8	18	14	28	112
8	Agustus	2	11	13	17	31	124
9	September	5	6	16	21	24	133
10	Oktober	9	9	19	12	18	111
11	November	4	7	32	29	22	128
12	Desember	7	8	27	20	11	131
Total		53	185	199	202	731	1188

Sumber : Plasa Karawang, 2021

Adapun gambar grafik Pasang Baru (PSB) dan Berhenti Berlangganan (BB) pada Plasa Telkom Group karawang, pada periode Januari – Desember Tahun 2019 - 2021 dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. 1 Grafik Periode 2019 - 2021

Sumber : Plasa Karawang, 2021

Berdasarkan dari data di atas, terdapat jumlah pelanggan pasang baru dan berhenti berlangganan pada tahun 2019-2021 di bulan Januari - Desember. Terdapat

naiknya jumlah berhenti berlangganan di setiap tahunnya selama pandemi pada tahun 2021 dibanding dengan tahun 2019 sebelum pandemi. Dari jumlah data tersebut perusahaan harus lebih mengoptimalkan lagi kualitas dalam produk atau jaringannya dan lebih meminimalisir harga paket sehingga kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tetap terjaga agar mengurangi jumlah dari pelanggan yang berhenti berlangganan. Berikut data beberapa jumlah alasan pelanggan berhenti berlangganan yang diolah pada tahun 2021.

Table 1. 2 Alasan Pelanggan Berhenti Berlangganan

Alasan Pelanggan Berhenti Berlangganan		
No.	Berhenti Berlangganan	Jumlah
1	Efisiensi Biaya	150
2	Tidak punya uang	78
3	Paket kemahalan	61
4	Gangguan jaringan	38
5	Pindah <i>provider</i>	25
Jumlah		352

Sumber : Plasa Karawang, 2021

Penelitian ini diambil berdasarkan masalah yang terjadi yakni di Kantor Plasa Telkom *Group* Karawang bahwa penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ditengah pandemi covid-19. Mengidentifikasi beberapa kendala dalam permintaan *indihome* dengan berkurangnya kepuasan pelanggan sehingga mengurangi loyalitas pelanggan, hal ini lantaran sejak masuknya awal pandemi yang mendorong masyarakat untuk beraktivitas dirumah sehingga membutuhkan jaringan internet, sehingga selama pandemi ini mengalami peningkatan permintaan pelanggan. Namun pada kenyataannya, seiring berjalannya waktu banyak juga pelanggan *indihome* yang memutuskan berhenti berlangganan. Ada beberapa penyebab alasan diantaranya pindah tempat tinggal, pindah *provider*, dan harga paket layanan tersebut pelanggan tidak puas dengan harga yang ditawarkan lebih mahal untuk tagihan sehingga tidak sanggup untuk membayar setiap bulannya.

Berdasarkan pemikiran tersebut perlu dilakukan suatu pembuatan model pendekatan *system dynamics* untuk menganalisis kebijakan dengan

mempertimbangkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *system dynamics*. *System Dynamics* (Sterman, dalam Ruutu et al. 2017) adalah metodologi yang mengkaji bagaimana umpan balik, akumulasi dan penundaan waktu antara berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku sistem kompleks dari waktu ke waktu. Permasalahan ini menggunakan metode *system dynamics*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan penggambaran dan memecahkan suatu masalah dari sistem yang diusulkan sehingga hasil penyajian dalam simulasi model tersebut akan dapat memberikan saran untuk mengurangi jumlah permintaan berhenti berlangganan dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan lalu mengetahui jumlah peningkatan permintaan pelanggan di masa depan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini berjudul “***Analisis Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Peningkatan Pelanggan Indihome Pada Masa Pandemi Dengan Metode System Dynamics***” sehingga dapat memecahkan suatu masalah dengan pendekatan *system dynamics*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang pembahasan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *indihome* agar tidak berhenti berlangganan?
2. Bagaimana hasil skenario dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada masa pandemi berdasarkan *system dynamics*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *indihome* agar tidak berhenti berlangganan.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil skenario dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada masa pandemi berdasarkan *system dynamics*.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis, peneliti ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini peneliti peroleh selama dibangku perkuliahan.
2. Manfaat Bagi Pelanggan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memeberikan masukan kepada pihak yang akan menjadi pengguna jasa internet *IndiHome* pada Plasa Telkom *Group* Karawang untuk menentukan kebijakan yang akan diambil sebelum menjadi pelanggan jasa internet pada PT. Telkom.
3. Manfaat Bagi Sivitas Akademika, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca dalam objek penelitian kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bagi peneliti lainnya.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini akan dilakukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini yaitu pengguna jasa atau produk yang berlangganan *indihome*.
2. *Software* yang digunakan dalam membuat penggambaran model ini yaitu menggunakan aplikasi Vensim (*Ventana Simulation*).
3. Tempat yang menjadi objek Tugas Akhir ini adalah Plasa Telkom *Group* Karawang.
4. Pada penelitian ini data yang dipakai yaitu pelanggan yang melakukan pasang baru *indihome* dan berhenti berlangganan tahun 2019 – 2021.
5. Pada penelitian ini data yang dipakai jumlah berhenti berlangganan tahun 2021 dengan alasan efisiensi biaya, tidak punya uang, paket kemahalan, gangguan jaringan dan pindah *provider*.