

BAB I PENDAHULUAN

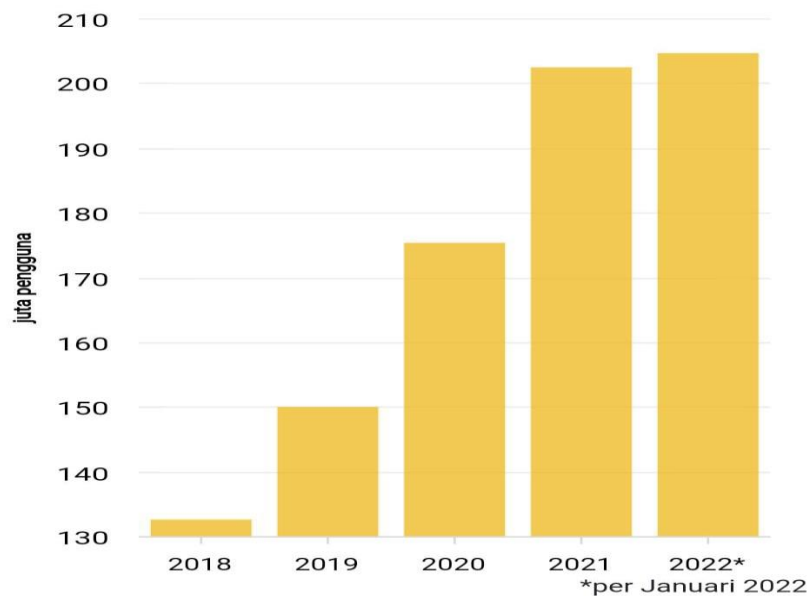
1.1 Latar Belakang

Saat ini, kita telah berada berada dalam sebuah era yang erat dengan teknologi komunikasi dan informasi. Di masa sekarang telekomunikasi memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Menurut Muntaqo (2017, p.13) melalui teknologi komunikasi manusia dapat saling tukar menukar informasi dari jarak jauh dengan waktu yang relatif cepat dan efisien. Dengan perkembangan yang pesat dan sadar akan pentingnya mendapatkan informasi membuat orang tertarik untuk menggunakan internet sebagai alternatif untuk dapat mengakses informasi melakukan aktivitas komunikasi dengan menggunakan internet. Indonesia merupakan Negara yang sangat besar dengan jumlah penduduk yang usia produktifnya cukup banyak, saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat.

Dunia telah beralih dari era industrialisasi ke era informasi yang kemudian melahirkan masyarakat informasi (*information society*). Ahmad (2017, p. 138) menyatakan bahwa *information society* adalah sebuah masyarakat yang sebagian besar angkatan kerjanya adalah pekerja di bidang informasi, dan informasi telah menjadi elemen yang dianggap paling penting dalam kehidupan. Di Indonesia sendiri pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. Manfaat internet secara umum adalah membuat komunikasi antar individu, social, dan bisnis menjadi lebih efisien dan mendapat informasi yang luas tanpa adanya batasan.

Berdasarkan data We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7

juta orang pada Januari 2022. Pada 2018 tingkat penetrasi internet di Tanah Air baru mencapai 50% dari total penduduk. Artinya, tingkat penetrasi internet nasional sudah meningkat cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan.



Gambar 1. 1 Data Perkembangan Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social (2022)

Atas dasar inilah banyak perusahaan berbasis pelayanan internet baru muncul dan bersiang guna mendapatkan pasarnya di Indonesia. Salah satunya ialah PT. MyRepublic. Di Indonesia, MyRepublic (PT Eka Mas Republik) mulai beroperasi sejak tahun 2015 sebagai perusahaan Internet berbasis teknologi kabel fiber optic (FTTH) dan saat ini MyRepublic sudah memiliki jaringan di 17 wilayah metropolitan di Indonesia yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Cibubur, Bandung, Semarang, Surabaya, Malang, Medan, Palembang, Bali, Makassar, Pekanbaru, Lampung, Serang dan kedepannya akan terus berekspansi ke beberapa wilayah lainnya, termasuk Batam. Dalam 7 tahun terakhir di Indonesia MyRepublic telah memiliki pelanggan lebih dari 200 ribu pengguna (Investor.id, 2022).

Penulis melihat, PT. MyRepublic masih sering mendapatkan kritik kritik ataupun keluhan dari customer nya, yang diakibatkan seringnya akses internet yang mati, keluhan-keluhan seperti ini kerap kali mendapatkan pelayanan yang lambat dari Operator PT. MyRepublic ditambah kedatangan teknisi yang tergolong lambat 1 X 24 jam sampai 3 X 24 jam, padahal di era sekarang internet merupakan kebutuhan yang penting untuk mencari informasi dan berkomunikasi. Hal ini mengindikasikan bahwa, kualitas pelayanan di PT. MyRepublic masih tergolong buruk, padahal demi kepuasan pelanggan aspek kualitas pelayanan menjadi aspek yang utama. Menurut Indrasari (2018, p. 82) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Berdasarkan hasil survei pra penelitian pada 35 pelanggan dari MyRepublic yang berdomisili Pondok Kacang Tangerang mengenai tingkat kepuasan pelanggan MyRepublic dengan pertanyaan “Pelayanan internet MyRepublic sesuai dengan harapan pelanggan” mendapatkan hasil 0% menjawab setuju, 58% menjawab netral, dan 41,3% menjawab tidak setuju. Pertanyaan lainnya menunjukkan dari 35 responden dengan pertanyaan “ Performa internet MyRepublic sesuai dengan harapan pelanggan” 4,9% menjawab setuju , 19,8% menjawab netral, dan 75,3% menjawab tidak setuju. Sedangkan dengan pertanyaan “ Fasilitas yang diberikan MyRepublic sesuai dengan harapan pelanggan” dari 35 responden mendapatkan jawaban 7,9% menjawab setuju, 19,6% menjawab netral, dan 75,3% menjawab tidak setuju. Hasil pra survei menunjukkan, bahwa kepuasan pelanggan masih tergolong rendah, pada 3 questioner yang diajukan jawaban setuju tertinggi hanya mendapatkan 7,9% dan terendah dengan 0%.

Demi menjaga hal ini tentu aspek kualitas pelayanan menjadi aspek yang utama dalam sebuah bisnis. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Ismail (2021) hasil penelitiannya mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan dan parsial oleh kualitas pelayanan. Hasil ini didasarkan pada nilai thitung sebesar 13,422 sedangkan ttabel sebesar 1,991

dengan nilai sig 0,000 kurang dari 0,05. Dengan perolehan thitung lebih tinggi dari ttabel ($13,422 > 1,991$). Koefisien Determinasi nilai adjusted Rsquare menunjukkan nilai 0,673 atau 67,3% yang menunjukkan kemampuan variable independen berpengaruh 63,7%.

Menurut Santoso (2019, p. 129) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

Selain kualitas pelayanan dalam menarik pelanggan dan menjaga kepuasan pelanggan, harga menjadi aspek lain yang dipertimbangkan. Menurut Nasution (2019, p. 7) Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Harga didefinisikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang. Hal ini diperkuat oleh penelitian Seno (2020) Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Variabel harga memiliki pengaruh 20,2% terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu memperhatikan harga pesaing dan menawarkan konsumen harga yang murah di bandingkan pesaing.

Tentunya agar dapat bersaing, PT. MyRepublic memberikan harga yang kompetitif agar dapat menjaga dan menarik perhatian pelanggan lama maupaun calon pelanggan, berikut adalah paparan harga perbandingan PT. MyRepublic dengan perusahaan lain sejenisnya.

Tabel 1. 1 Daftar Harga Provider di Indonesia

No.	Provider	Kecepatan	Harga
1.	MyRepublic	Up to 40 Mbps	Rp. 339.000 / bulan
2.	First Media	Up to 15 Mbps	Rp. 361.000 / bulan
3.	IndiHome	Up to 20 Mbps	Rp. 395.000 / bulan
4.	Biznet	Up to 75 Mbps	Rp. 325.000 / bulan
5.	XLHome	Up to 100 Mbps	Rp. 349.000 / bulan

Sumber: Data Hasil Olahan (2022)

Pada tabel di atas dapat diperhatikan MyRepublic merupakan penyedia layanan internet yang memberikan harga yang bisa dibilang standar yaitu Rp. 339.000 per bulan. Dengan harga yang standar maka dari itu memberikan harapan pelanggan yang besar terhadap pelayanan yang diberikan MyRepublic. Ditinjau secara perbandingan, dari sisi harga MyRepublic masih kalah dengan Biznet yang memberikan harga 339.000 perbulan dan ditinjau dari kecepatan akses masih kalah dengan XLHome yang memberikan kecempatan 100Mbps. Maka dapat dikatakan, MyRepublic masih belum dapat memberikan harga yang termurah dari pesaing lainnya.

Berdasarkan paparan pada fenomena perkembangan dan kebutuhan internet di Indonesia yang membuat banyak perusahaan penyedia layanan internet muncul di Indonesia, salah satunya ialah MyRepublic. Hadirnya MyRepublic tidak serta merta langsung dapat menghadirkan kualitas pelayanan yang mumpuni, terdapat beberapa permasalahan seperti pelayanan teknisi yang lambat dan ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Selain itu, harga yang ditawarkan oleh MyRepublic tidak tergolong murah masih kalah denan Biznet dan MyXL dari sisi kecepatan akses internet. Tentunya dengan harga dan kualitas pelayanan ini membuat kepuasan pelanggan MyRepublic menjadi persoalan tersendiri.

Berdasarkan paparan data di atas, adanya Penulis ingin mengkaji lebih dalam, maka judul dalam penelitian ini ialah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan MyRepublic di Tangerang.”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis uraikan. Sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan MyRepublic di Tangerang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan MyRepublic di Tangerang?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan MyRepublic di Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan MyRepublic di Tangerang.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan MyRepublic di Tangerang.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan MyRepublic di Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

Besar harapan, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi setiap kalangan, adapun manfaat yang diberikan diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Ilmu Pengetahuan. Besar harapan Penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi khasanah ilmu pengetahuan, khususnya terhadap kajian manajemen pemasaran.
 - b. Bagi Akademik. Dapat memberikan informasi dan menambah daftar pustaka. Serta dapat menjadi bahan kajian dan informasi yang berguna bagi pihak-pihak yang berminat mengenal dan menambah pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis. Dapat memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Bagi MyRepublic. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

