

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Penggunaan internet terus semakin meningkat. Peningkatan jumlah pengguna internet ini tidak lagi menjadikan internet sebagai keinginan, akan tetapi sudah menjadi kebutuhan masyarakat karena segala jenis kegiatan sekarang memanfaatkan internet untuk memudahkan prosesnya. Setelah pandemi 2019 juga tidak sedikit perusahaan yang tetap melanjutkan *Work from Home* (WFH), sehingga pastinya karyawan setidaknya membutuhkan internet untuk menunjang pekerjaannya di rumah. Pada tahun ini, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) melakukan survei dengan hasil penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19% atau 215.625.156 jiwa dari total populasi 275.773.901 jiwa. Pencapaian ini mengalami kenaikan sebesar 1,17% dari survei sebelumnya. (Yati, 2023).

Di Indonesia, terdapat beberapa provider yang menawarkan layanan jasa internet. Berikut hasil perbandingan top brand award terhadap kategori Telekomunikasi/IT, *Internet Service Provider* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.1  
Komparasi Brand Index**

No.	Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
1.	IndiHome	39.80	36.70	34.60	33.80	40.20
2.	First Media	29.90	23.10	24.20	16.30	25.90
3.	Biznet	8.30	8.20	10.80	17.70	18.30

*Sumber:* (Top Brand Award, 2023)

Melihat pada tabel di atas, terlihat bahwa IndiHome dari tahun 2019 hingga tahun 2022 mengalami penurunan peminat dan mulai naik kembali pada tahun 2023. First Media juga mengalami penurunan peminat dari tahun 2019-2022 dan naik pada tahun 2023, begitu pula dengan Biznet. Akan tetapi, dapat disimpulkan bahwa IndiHome menduduki peringkat pertama dan menjadi Internet Service Provider yang paling banyak diminati mengalahkan First

Media di posisi kedua dan Biznet di posisi ketiga, meskipun terjadi penurunan selama 3 tahun berturut-turut. Sebagai pemberi layanan internet nomor satu di Indonesia, tentu pelanggan mengharapkan kepuasan yang diberikan dengan berlangganan internet di IndiHome. Menurut (Muttaqin & Hidayat, 2018), 3 indikator yang dapat meraih kepuasan pelanggan adalah produk, pelayanan, dan harga. Akan tetapi, ternyata pada data lapangan terdapat banyak keluhan dari pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan IndiHome. Sehingga, dari gap tersebut permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu mengenai rendahnya mutu pelayanan bagian keluhan pada pelanggan IndiHome.

IndiHome merupakan produk yang dikeluarkan PT Telkom pada 2015 yang merupakan layanan triple-play yang terdiri dari *Internet on Fiber, High Speed Internet, Phone* (Telepon Rumah), dan IPVT (*UseTV Cable*). (Karinda, 2018). Dalam *website* resmi IndiHome juga menyatakan bahwa “IndiHome merupakan layanan digital yang menyediakan internet, telepon rumah, dan TV interaktif dengan beragam pilihan paket serta layanan tambahan yang bisa dipilih sesuai kebutuhan pelanggan”.

Permasalahan dalam mutu pelayanan menjadi hal yang krusial yang perlu adanya tanggapan dan penanganan langsung. Hal ini dikarenakan mutu layanan dapat membuat pelanggan lebih termotivasi dalam berkomitmen untuk menggunakan produk atau layanan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. (Ibrahim & Thawil, 2019). Pelayanan secara umum menurut (Siswanto & Dwi, 2022), merupakan “suatu bentuk sistem, prosedur, atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain”. Menurut (Ferine & Juniarti, 2022), pada dasarnya pelayanan yang dibutuhkan oleh manusia terdapat dua jenis, yaitu layanan jasmani dan administratif. Pelayanan jasmani erat kaitannya dengan sifat individu sebagai manusia, sedangkan layanan administratif adalah layanan yang diberikan selaku anggota organisasi. (Al Idrus, 2019) mendefinisikan mutu pelayanan sebagai penilaian dari pelanggan terhadap tingkat harapan yang ingin diterima (*expected services*) dengan kenyataan yang didapatkan (*perceived services*). Begitu pula menurut (LeBoeuf, 2010) bahwa “persepsi pelanggan pada mutu pelayanan yaitu sebagai perbedaan antara apa yang mereka dapatkan dengan yang mereka ingin dapatkan”. Jika pelayanan yang pelanggan terima

sesuai atau bahkan lebih dari yang diharapkan, maka jasa layanan tersebut dapat dikatakan baik dan ideal. Sedangkan menurut (Suryani, 2021), mutu pelayanan adalah jasa yang diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya. Dari kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa mutu pelayanan sangat berhubungan dengan pelanggan. Mutu yang baik akan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Sehingga bagus atau tidaknya mutu pelayanan pun bergantung pada kompetensi dari perusahaan dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dengan konsisten.

Oleh sebab itu, nilai dalam pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam memuat komitmen serta kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan. Nilai yang dilihat oleh pelanggan dalam suatu perusahaan menurut (Al Idrus, 2019), yaitu terdiri dari nilai produk, nilai layanan, nilai tenaga penjual, dan nilai citra produk. Nilai produk merupakan nilai kemanfaatan suatu produk. Nilai layanan mutu pelayanan yang diterima pelanggan ketika membeli atau setelah membeli produk. Nilai tenaga penjual adalah nilai dari kepiawaian pegawai dalam melayani pelanggan. Sedangkan terakhir yaitu nilai citra produk yang berkaitan dengan nilai kebanggaan terhadap suatu produk yang dimiliki.

Mutu dalam pelayanan memang dinilai oleh pelanggan. Akan tetapi, perusahaan juga harus mengetahui apa indikator yang akan dilihat oleh pelanggan dalam menentukan mutu suatu layanan. Gronroos dalam (Mu'ah & Masram, 2014) menyatakan bahwa mutu pelayanan ini meliputi: (1) mutu fungsi, yaitu mutu yang menekankan pada pelaksanaan layanan mulai dari dimensi kontak dengan pelanggan, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan *service mindedness*; (2) mutu teknis dengan keluaran (*output*) yang dirasakan pelanggan mulai dari harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika keluaran (*output*); (3) reputasi perusahaan yang dicerminkan dari reputasi perusahaan di mata pelanggan dan citra dari perusahaan itu sendiri. Mutu pelayanan selain dalam memuaskan dan mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai salah satu kepentingan dan faktor keberhasilan, ada beberapa manfaat dari layanan yang unggul menurut yaitu meningkatkan penjualan pada produk/jasa dari perusahaan, meningkatkan pendapatan perusahaan, meningkatkan citra profesional pada perusahaan,

kelangsungan usaha perusahaan terjamin, mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan perusahaan, mendorong kemungkinan ekspansi, dan meningkatkan laba perusahaan.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat bahwa perusahaan telekomunikasi dengan jumlah keluhan terbanyak (Pahlevi, 2022). Perbandingan persentase aduan terbanyak pada perusahaan telekomunikasi dijabarkan dalam tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Perusahaan Telekomunikasi Dengan Aduan Terbanyak Tahun 2021**

No	Nama	Nilai/Persentase (%)
1	IndiHome	25
2	Telkomsel	21
3	First Media	15
4	Indosat	13
5	My Republic	13
6	Oxygen	3
7	Three	3
8	Link Net	3
9	Mola TV	2
10	XL	2
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>

*Sumber:* (Pahlevi, 2022)

Berdasarkan data pada tabel 1.2, dapat diketahui bahwa perusahaan telekomunikasi dengan aduan yang banyak pada tahun 2021 adalah IndiHome dengan persentase 25% dan telkomsel sebesar 21%. Permasalahan utama

terjadinya pengaduan pada perusahaan telekomunikasi ini yaitu karena jaringan internet, pengaduan soal administrasi atau pelayanan, dan pemotongan pulsa.

Selain itu pula, Pimpinan Ombudsman Republik Indonesia, Jemsly Hutabarat menyatakan bahwa Ombudsman RI pada tahun 2020 menerima 153 laporan terhadap pelayanan telekomunikasi dan 148 diantaranya atau sekitar 96,7 % dari total pengaduan adalah laporan terkait pengaduan layanan IndiHome. Daftar keluhan yang diadukan pelanggan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Daftar Keluhan Pelanggan IndiHome Kepada Ombudsman**

No.	Keluhan	Persentase (%)
1	Penundaan berlarut	41
2	Penyimpangan prosedur	21
3	Tidak memberikan pelayanan	15
4	Tidak kompeten dari SDM yang melayani	12
5	Penyalahgunaan wewenang	10
6	Tidak patut	1
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>

*Sumber:* (Ombudsman RI, 2022)

Keluhan yang diberikan oleh pelanggan yaitu terkait 41% penundaan berlarut, 21% penyimpangan prosedur, 15% tidak memberikan pelayanan, 12% tidak kompeten dari SDM yang melayani, 10% penyalahgunaan wewenang dan 1% tidak patut. Menurut pihak IndiHome sendiri, hal ini terjadi karena dalam semua provider ketika ada masalah atau gangguan pada jaringan akan ada perbaikan sistem pusat yang memakan waktu cukup lama, akan tetapi proses yang lama tersebut membuat pelanggan merasa kurang puas dalam pelayanan yang diberikan.

Tidak hanya dari sisi pelanggan, dalam internal perusahaan yang dijabarkan dalam laporan tahunan Telkom tahun 2021 dan 2022 juga dijelaskan bahwa mutu layanan IndiHome memang masih menjadi tantangan untuk perbaikan. Dalam laporan keberlanjutan Telkom 2021 juga dijelaskan melalui

survei kepuasan pelanggan juga pengaduan yang datang setiap tahunnya dapat dianalisis bahwa rata-rata keluhan pelanggan yaitu mengenai koneksi dan cakupan jaringan; kemudahan penyelesaian keluhan; keamanan dan kerahasiaan data; serta pelayanan yang prima dengan jumlah pengaduan sebagai berikut.

Dalam hasil wawancara dengan *Hero* atau pimpinan IndiHome Lembang, persentase keluhan yang datang pada IndiHome Lembang adalah sekitar 10% dari jumlah pelanggan IndiHome Lembang itu sendiri. Hal itu dibuktikan dengan data sebagai berikut:

**Tabel 1. 4 Total Keluhan IndiHome Lembang**

<i>Total by Channel</i>			
<i>Channel</i>	<b>Jumlah Keluhan 2021</b>	<b>Jumlah Keluhan 2022</b>	<b>Jumlah Keluhan 2023</b>
147	1132	1121	1149
EGBIS	8	7	7
MEDIA SOSIAL	313	302	308
MY INDIHOME X	310	312	319
PLASA	54	46	56
<b><i>Grand Total</i></b>	<b>1817</b>	<b>1788</b>	<b>1839</b>

*Sumber:* Data STO IndiHome Lembang

Dari data tabel 1.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah keluhan pada IndiHome Lembang pada tahun 2023 berjumlah 1839 meningkat dari tahun sebelumnya dengan jumlah keluhan terbanyak bersumber dari telepon 147. Persentase keluhan pada tahun 2023 ini merupakan 6.09% total keluhan dari 30.188 pelanggan total IndiHome Lembang itu sendiri. Oleh sebab itu, persentase ini dapat dibilang cukup tinggi melihat pada standar yang digunakan oleh Telkom melalui Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 tentang “Standar Mutu Pelayanan Jasa Telepon Dasar Pada Jaringan Tetap Lokal”, bagian ketiga mengenai Standar Penyelesaian Keluhan Umum Pengguna pasal 12 ayat 1 menyatakan bahwa

persentase keluhan umum pengguna dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan harus  $\leq 5\%$  dari jumlah seluruh pengguna dalam 12 (dua belas) bulan.

Jenis keluhan yang datang rata-rata terkait dengan pelayanan dan keluhan internet. Terkait pelayanan, keluhan yang datang yaitu seperti tagihan tidak sesuai sudah membayar tagihan tapi tidak ada di data payment tidak mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan teknisi yang tidak dapat memberikan pelayanan perbaikan, dan lain sebagainya.

Berdasarkan permasalahan pada mutu pelayanan di IndiHome Lembang dan mengacu pada urgensi mutu pelayanan itu sendiri, bahwa mutu pelayanan yang baik akan memberikan manfaat dan dampak positif bagi perusahaan, seperti mempertahankan loyalitas pelanggan, meningkatkan penjualan produk dan jasa, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan citra profesional pada perusahaan.

Maka dari itu, perlu adanya tindak lanjut untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat menyebabkan kurangnya mutu pelayanan pada IndiHome Lembang. Identifikasi faktor ini dapat membantu dalam penemuan solusi yang tepat guna meningkatkan mutu pelayanan pada IndiHome Lembang. Dalam penyelesaiannya, tentu akan terdapat beberapa alternatif yang dapat dilakukan melihat dari permasalahan mutu pelayanan yang kompleks dengan melibatkan berbagai unsur pada sumber daya organisasi. Hal ini penting karena meskipun perusahaan melakukan peningkatan pada mutu produk yang mereka, jika tidak didukung dan diimbangi dengan mutu pelayanan yang baik, maka kecil kemungkinan akan berhasil (Gea & Wulandari, 2006).

Pemecahan masalah pada penelitian ini menggunakan pendekatan dengan teori *SERVQUAL* sebagai *grand theory* karena masalah yang dihadapi adalah kurangnya mutu pelayanan dan teori *SERVQUAL* dapat menjawab permasalahan tersebut. Untuk metode penelitian yang digunakan adalah metode verifikatif. Metode ini bertujuan untuk memverifikasi variabel yang mempengaruhi mutu pelayanan keluhan pelanggan pada IndiHome Lembang untuk menguji teori yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif.

## 1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini yaitu rendahnya mutu pelayanan keluhan pelanggan IndiHome Lembang. Dikarenakan peneliti hanya meneliti terkait mutu pelayanan keluhan, artinya responden yang peneliti butuhkan adalah pelanggan yang pernah melakukan keluhan pada IndiHome Lembang. Hal ini penting untuk diteliti melihat pelayanan merupakan faktor penyebab dari kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian oleh (Suwitho, 2022) dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh mutu layanan yang diberikan. Hasil uji ini menggambarkan bahwa semakin tinggi mutu pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

(Knowles, 2014) juga menyatakan bahwa *“Historically, service quality has been measured by customer satisfaction audits, where customers rate satisfaction on an ordinal scale or give verbal feedback on their experience of the service (or a combination of both)”*.

Yang artinya secara historis, mutu layanan telah diukur dengan audit kepuasan pelanggan, di mana pelanggan menilai kepuasan pada skala ordinal atau memberikan umpan balik verbal tentang pengalaman layanan mereka (atau kombinasi keduanya). Oleh karena itu, Gronroos dalam (Santoso, 2019) menyebutkan bahwa *“Professionalism and skill; Attributes and behaviour; Accesibility and flexibility; Reliability and trustworthness; Recovery; Reputation and credibility* dapat mempengaruhi tingkat mutu pelayanan”.

Dari keenam faktor tersebut, sudah jelas bahwa tujuan akhir dari setiap faktor tersebut adalah untuk memenuhi kepuasan pelanggan. IndiHome seharusnya bisa lebih memperhatikan mutu pelayanan yang ada agar dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan pada produk yang dijual.

Oleh karena itu, dari identifikasi masalah tersebut peneliti mendapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran profesionalisme kerja pada IndiHome Lembang?
2. Bagaimana gambaran mutu pelayanan keluhan pelanggan pada IndiHome Lembang?

3. Apakah ada pengaruh dari profesionalisme kerja terhadap mutu pelayanan keluhan pelanggan pada IndiHome Lembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji teori sebagai upaya mengisi senjang penelitian tentang Pengaruh Profesionalisme Kerja Terhadap Mutu Pelayanan Keluhan Pelanggan Pada IndiHome Lembang dengan menganalisis pengaruh. Adapun secara khusus tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui gambaran tingkat profesionalisme kerja pada IndiHome Lembang.
2. Mengetahui gambaran tingkat mutu pelayanan keluhan pelanggan pada IndiHome Lembang.
3. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari profesionalisme kerja terhadap tingkat mutu pelayanan keluhan pelanggan pada IndiHome Lembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun dari tujuan penelitian yang telah peneliti jabarkan, dapat dirumuskan manfaat penelitian sebagai berikut.

1. Kegunaan teoritis, memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu mutu khususnya dalam menjelaskan pengaruh dari tingkat profesionalisme kerja terhadap tingkat mutu pelayanan. Selain itu juga penelitian ini bermanfaat menyediakan referensi dan memperkaya pustaka koleksi ilmiah untuk penelitian mendatang khususnya mengenai mutu, pelayanan, dan profesionalisme kerja.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini dapat memberikan kegunaan yang positif untuk berbagai pihak, diantaranya:
  - a) Memberikan sumbangan pemikiran terhadap mutu pelayanan di Indonesia, khususnya dalam meningkatkan mutu pelayanan keluhan pelanggan IndiHome Lembang.
  - b) Memberi masukan kepada IndiHome Lembang dalam upaya meningkatkan mutu profesionalisme kerja agar dapat meningkatkan mutu pelayanan keluhan pelanggan.