

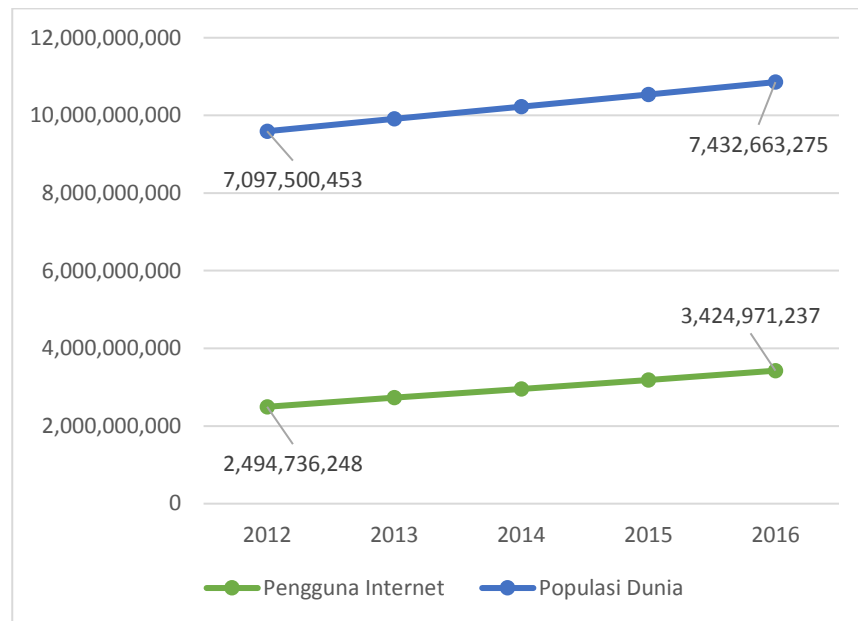
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bersamaan dengan semakin majunya teknologi, segala jenis yang berkaitan dengan aktifitas manusia telah menjadi lebih efektif dan efisien dibanding tiga atau bahkan dua dekade silam. Teknologi sendiri tidak hanya berhenti untuk saat ini saja, melainkan terus berkembang setiap waktunya. Untuk saat ini, melakukan komunikasi sudah sangat mudah dilakukan walau dengan jarak yang sangat jauh bahkan sambil bertatap muka (*face to face*). Dengan adanya perubahan teknologi ini, perpindahan informasi dari setiap sudut dunia dapat terjadi hanya dalam hitungan detik. Tidak heran apabila banyak orang menyebut era ini sebagai era informasi.

Ciri utama dimana era ini disebut sebagai era informasi ialah dengan munculnya keberadaan internet. Internet yang pada awalnya hanya menghubungkan dari satu komputer ke komputer lainnya, namun setelah dikembangkan dapat membantu masyarakat menyelesaikan beberapa kegiatan dalam bentuk penyimpanan data, interaksi antar kerabat, *data sharing*, bahkan pengembangan bisnis juga sudah lazim didukung oleh bantuan internet. Internet sendiri diberi kemudahan akses dengan menggunakan beberapa perangkat seperti *personal computer*, *laptop/netbook*, telepon seluler, *tablet* bahkan *game console*. Selain itu pengguna internet tidak hanya mencakup kalangan dewasa saja, namun kalangan anak-anak juga tidak ketinggalan menggunakan internet. Dengan begitu pertumbuhan penggunaan internet di dunia mengalami kenaikan yang terlihat sejajar dengan pola kenaikan populasi di dunia seperti yang ada pada Gambar 1.1.

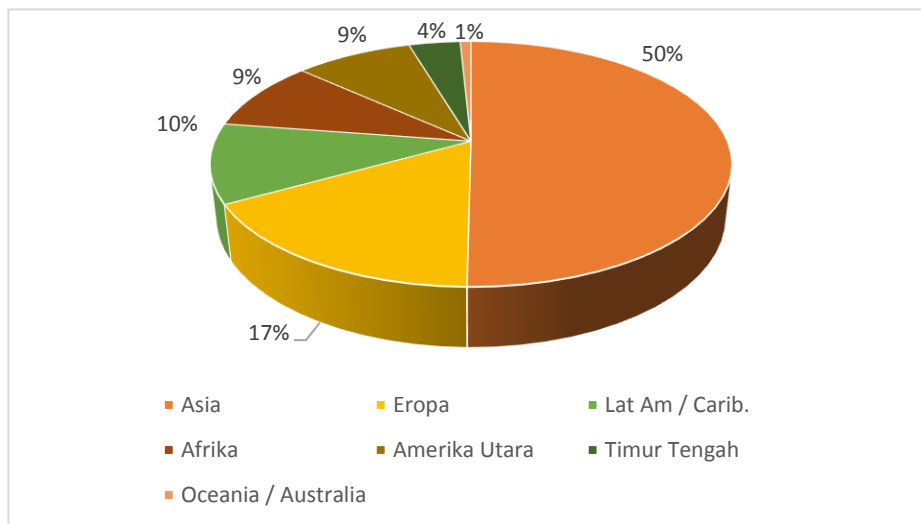


Sumber: internetlivestats, 2016

**Gambar 1. 1**  
**Pertumbuhan Pengguna Internet dan Populasi Dunia**

Berdasarkan data yang diperoleh, populasi manusia di dunia kian meningkat tiap tahunnya dari tahun 2012 hingga 2016 yang juga diimbangi dengan meningkatnya pengguna internet. Garis biru untuk populasi dunia dan garis hijau untuk pengguna internet terlihat hampir sejajar dalam hal peningkatan jumlahnya yang menandakan adanya hubungan antar keduanya.

Data pengguna internet tersebut terbagi dalam beberapa wilayah dari keseluruhan pengguna yang tersebar di seluruh dunia dengan jumlah yang berbeda di setiap wilayahnya. Perbedaan jumlah pengguna di tiap wilayah ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti jumlah populasi penduduk, tingkat pendidikan, ketersediaan akses untuk menggunakan internet ataupun tingkat pendapatan.



Sumber: internetworldstats, 2016

**Gambar 1. 2**  
**Distribusi Pengguna Internet di Dunia Berdasarkan Wilayah**  
**(Juni 2016)**

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa pengguna internet di dunia didominasi oleh penduduk di Asia sebesar 50% dari seluruh pengguna internet di seluruh dunia. Di benua Asia sendiri memang memiliki jumlah populasi penduduk tertinggi dibanding dengan jumlah penduduk di benua lainnya, dan salah satunya adalah negara Indonesia yang merupakan populasi tertinggi di Asia Tenggara.

Pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan tiap tahunnya dengan persentase peningkatan yang luar biasa. Peningkatan ini juga berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk yang ada di Indonesia. Dengan begini Indonesia mencapai peringkat lima sebagai negara pengguna internet terbanyak di bawah China, India, Amerika Serikat dan Brazil.

Seperti yang tertera pada Gambar 1.3, sama seperti jumlah pengguna internet Asia terhadap dunia, jumlah pengguna internet di Indonesia juga melebihi setengah dari jumlah penduduk di Indonesia sendiri yakni 132,7 juta pengguna yang terbagi atas 47,5% perempuan dan 52,5% laki-laki. Sebaran paling besar berasal dari pulau Jawa dengan persentase 65% dari total pengguna internet di Indonesia



yang melebihi pengguna internet dari pulau lainnya yang berjumlah 86,3 juta pengguna.

Sumber: Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016

**Gambar 1.3**

### **Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016**

Internet sendiri dapat diakses dengan dukungan para perusahaan yang menyediakan layanan jasa internet. Pada umumnya layanan jasa internet yang disediakan ini dibagi menjadi dua yaitu *mobile broadband* dan *fixed broadband*. Secara garis besar, *mobile broadband* merupakan jasa internet yang diberikan bagi para pengguna alat-alat teknologi nirkabel (*wireless gadgets*) dengan bantuan satelit seperti *handphones*, *tablets* dan *wireless modems* sedangkan *fixed broadband* merupakan jasa internet yang diberikan bagi para pengguna alat-alat teknologi yang *support* dengan kabel sebagai koneksi internetnya seperti *personal computer*, *game console* atau hanya sebagai *wireless local area networking (WiFi)* untuk pengguna *wireless gadgets*. Dalam hal kestabilan koneksi internet di Indonesia untuk saat ini *fixed broadband* jauh lebih unggul dibandingkan dengan *mobile broadband*.

Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak luput dari meningkatnya kualitas jasa internet yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan penyedia jasa internet di Indonesia. Penggunaan kabel *fiber optic* berikut *bundle* paket internet dan layanan tv berbayar merupakan alasan yang sangat memikat bagi para pelanggan. Dari ratusan *fixed broadband* pada *internet service provider (ISP)* yang ada di Indonesia, berikut adalah daftar lima *fixed broadband* ISP terbaik yang berada di Indonesia,

Heinrich Arlawel Mangatur, 2018

PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION : Survei terhadap Pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Tabel 1. 1 Daftar *Fixed Broadband Internet Service Provider* di Indonesia  
2016**

No.	Nama <i>Fixed Broadband</i> ISP
1.	Biznet
2.	First Media
3.	IndiHome
4.	Indosat Ooredoo
5.	MNC Play Media
6.	MyRepublic
7.	Oxygen.id

Sumber: techinasia, 2017

Indonesia Digital Home atau IndiHome merupakan salah satu produk layanan jasa *fixed broadband* internet dari PT. Telkom Indonesia. IndiHome hadir di Indonesia setelah menghentikan produk lamanya yang bernama Speedy pada tahun 2015. Kehadiran IndiHome diawali dengan adanya slogan *triple play* dimana IndiHome menyediakan tiga layanan dalam satu paket yaitu, layanan internet dengan menggunakan kabel *fiber optic*, layanan tv berbayar dan juga layanan saluran telepon rumah.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pelanggan, IndiHome menuai banyak kontroversi. Sebelumnya untuk pengaduan keluhan layanan hanya bisa diakses melalui telepon 147, namun sejak 2015 IndiHome menerapkan pengaduan secara *web-based* salah satunya dengan melaporkan keluhan melalui akun Twitter @TelkomCare dan bahkan IndiHome mengeluarkan aplikasi *smartphone* yang bernama MyIndiHome yang makin mempermudah pelanggannya untuk melaporkan keluhannya. Sejumlah artikel dan situs-situs internet mengenai keluhan pelanggan memuat banyaknya tentang ketidakpuasan akan pelayanan IndiHome. Terlebih lagi adanya insiden pada bulan Februari 2016 dimana IndiHome menerapkan sebuah kebijakan dengan menurunkan kecepatan internet pelanggannya ketika telah melewati batas kuota internet yang wajar digunakan atau

biasa disebut dengan FUP (*Fair Usage Policy*) tanpa adanya sosialisasi terlebih dahulu kepada para pelanggannya.

**Tabel 1. 2 Nilai *Customer Satisfaction Index* PT. Telkom Indonesia dengan produknya IndiHome**

Tanggung Jawab Kepada Pelanggan	Satuan	Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada 31 Desember		
		2016	2015	2014
Customer Satisfaction Index	%	83,06	83,77	80,16
Customer Loyalty Index	%	78,64	73,51	67,64

Sumber: Laporan Tahunan PT. Telkom Indonesia, 2016

Dari Tabel 1.2 dapat terlihat bahwa *customer satisfaction index* untuk pelanggan perorangan PT. Telkom Indonesia menurun sebesar 0,71 poin pada tahun 2016 dari tahun 2015.

Kepuasan pelanggan dalam menggunakan suatu jasa dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sebaliknya apabila kepuasan pelanggan tidak terpenuhi, loyalitas pelanggan akan menurun dan dapat berpindah ke pesaing lain. Pelanggan yang kepuasannya terpenuhi akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi dan akan terus menggunakan jasa secara terus-menerus dan menceritakan kepuasannya kepada orang lain. Di era informasi ini, tidak jarang pelanggan yang menuliskan pengalamannya ke dalam sebuah artikel baik itu pengalaman yang bagus maupun pengalaman yang buruk yang dirasakan oleh pelanggan.

“IndiHome, problem yang terus-menerus dan pelayanan yang buruk”, seruan Rifki Balfas salah seorang pelanggan IndiHome yang menulis keluhannya. Rifki seringkali mengalami kendala mengenai IndiHome, dalam sebulan beliau bisa mendapatkan dua sampai tiga masalah pada internet ataupun tv kabel IndiHome. Penanganannya pun terbilang lama, bisa sampai lima hari. Hal yang sama juga dirasakan oleh Wisnu S, beliau mengalami gangguan internet yang putus selama seminggu penuh, seperti tertulis di mediapelanggan, Juli 2017.

Pengguna *game online* merupakan salah satu pangsa pasar dari PT. Telkom, dimana penggunaan *game online* tersebut membutuhkan internet yang stabil sebagai akses penggunaannya. Jumlah pemain *game online* selalu berkembang setiap tahunnya, maka kebutuhan akan internet yang cepat dan stabil bagi para pemain *game online* merupakan salah satu target pasar berpotensi bagi *provider*, salah satunya PT. Telkom Indonesia dengan produknya IndiHome. Salah satu penyedia *game online* sekarang ini yang sudah berskala internasional adalah Steam.

Steam merupakan sebuah *digital platform* yang dikembangkan oleh Valve Corporation. Steam menyediakan beberapa layanan yaitu *digital rights management, multiplayer gaming, video streaming* dan layanan sosial digital lainnya. Steam menjadi *platform game online* terbesar di dunia dengan total 125 juta pengguna pada tahun 2015 dan 14,21 juta pengguna aktif pada Januari 2017 di seluruh dunia, pengguna *platform* Steam di Indonesia tergolong banyak dengan jumlah 3.902.064 total pengguna aktif dari keseluruhan pengguna Steam di dunia dan 75,97% nya atau sekitar 2.926.548 orang merupakan pemain *game* Dota 2 pada Agustus 2017, memuat Indonesia menjadi negara urutan ke-6 di dunia dan terbesar kedua di Asia Tenggara setelah Filipina yang menduduki urutan ke-4, seperti dilansir di Steamspy, Agustus 2017.

Pengguna Steam harus memiliki akses internet untuk dapat menggunakan *platform* tersebut. Maka tidak heran bahwa pengguna Steam menjadi salah satu pangsa pasar potensial bagi PT. Telkom Indonesia.

Indonesian Dota 2 Player adalah sebuah wadah forum dan diskusi komunitas para pemain *game* Dota 2 di Indonesia yang ada di Steam. Di dalam grup ini memiliki anggota yang cukup banyak sampai dengan Agustus 2017 yaitu berjumlah 46.467 anggota, dimana seluruh anggotanya dapat saling berinteraksi memberikan ulasan atau aktifitas diskusi baik seputar Dota 2 atau diluar topik itu sendiri. Para pengguna Steam dapat bebas bergabung ke dalam grup Indonesia Dota 2 Player. Selain di Steam, forum tersebut juga berada di beberapa jejaring sosial lainnya seperti di Facebook dan Kaskus.

Setelah melakukan pra-penelitian pada Juli 2017 untuk 30 pelanggan IndiHome dalam Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam, hasil menunjukkan

**Heinrich Arlawel Mangatur, 2018**

**PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION : Survei terhadap Pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bahwa adanya kesenjangan antara kinerja yang diberikan dengan kinerja yang diharapkan oleh pelanggan. Kurangnya kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. 3 Survei Kepuasan Pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam Juli 2017**

No.	Kualitas Pelayanan	Kinerja (Skor)	Harapan (Skor)	Tingkat Kesenjangan (Gap dalam %)
1.	<i>Network Quality</i>	94	148	36,49 %
2.	<i>Customer Service and Technical Support</i>	86	146	41,09%
3.	<i>Information Quality and Website Information</i>	86	148	41,90%
4.	<i>Security and Privacy</i>	92	147	37,41%

Sumber: Survei pra-penelitian, 2017

Dari tabel 1.3 dapat kita ketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player belum tercapai dengan maksimal. Hal ini dapat kita lihat dari tingkat kesenjangan (*gap*) setelah membandingkan antara kinerja dengan harapan. Kita bisa melihat bahwa *gap* tertinggi ada pada dimensi kualitas informasi dengan jumlah 41,90%, dan *gap* terendah ada pada dimensi kualitas jaringan yaitu dengan jumlah 36,49%, sedangkan untuk dimensi lainnya yaitu keamanan dengan jumlah *gap* 29,52% dan pelayanan pelanggan dengan jumlah *gap* 41,09%.

Penurunan kepuasan ini dapat berdampak dengan penurunan jumlah pelanggan dan bahkan pelanggan dapat berpindah menggunakan layanan jasa internet lain selain IndiHome. Untuk itu peningkatan kualitas pelayanan sangat dibutuhkan agar tidak mengecewakan pelanggan. Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Service Quality Terhadap**



*Customer Satisfaction*” (Survei terhadap pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Service Quality* IndiHome menurut pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam?
2. Bagaimana gambaran *Customer Satisfaction* menurut pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam?
3. Bagaimana pengaruh *Service Quality* IndiHome terhadap *Customer Satisfaction* menurut pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran *service quality* IndiHome menurut pelanggan pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam.
2. Untuk mengetahui gambaran *customer satisfaction* menurut pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam.
3. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* IndiHome terhadap *customer satisfaction* menurut pelanggan IndiHome pada Forum Indonesian Dota 2 Player di Steam.

## **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Untuk menambah wawasan dalam ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi akademisi lainnya, khususnya sebagai acuan bagi studi ilmiah tentang bagaimana menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*. Selain itu juga sebagai informasi, bahan referensi, juga bacaan guna pengetahuan bagi pembacanya.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Memberikan informasi tambahan pada perusahaan PT. Telkom Indonesia khususnya IndiHome agar terus mempertimbangkan kualitas pelayanannya di masa mendatang. Sehingga pada akhirnya dapat menimbulkan tingkat kepuasan yang tinggi bagi para pelanggan.