

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan internet di zaman sekarang ini sangat penting untuk mendapatkan informasi atau data yang Anda butuhkan dan memahami kondisi di luar Indonesia karena pertumbuhan internet di Indonesia melambat dan semakin tidak stabil. Banyak orang akan menderita jika tidak ada internet karena kita sekarang membutuhkannya untuk mengirim dan menerima data dan, dalam beberapa kasus, karena adanya koneksi internet, kita dapat dengan mudah mencari pengetahuan yang lebih luas. Untuk saat ini, yang diperlukan hanyalah koneksi internet yang andal dan cepat. Menurut We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 205 juta pada Januari 2022.

Di Indonesia memiliki 3 provider yang penggunanya terbanyak yaitu: PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk, dan PT XL Axiata Tbk. Maka ketiga perusahaan provider tersebut bersaing menciptakan produk yang berkualitas.

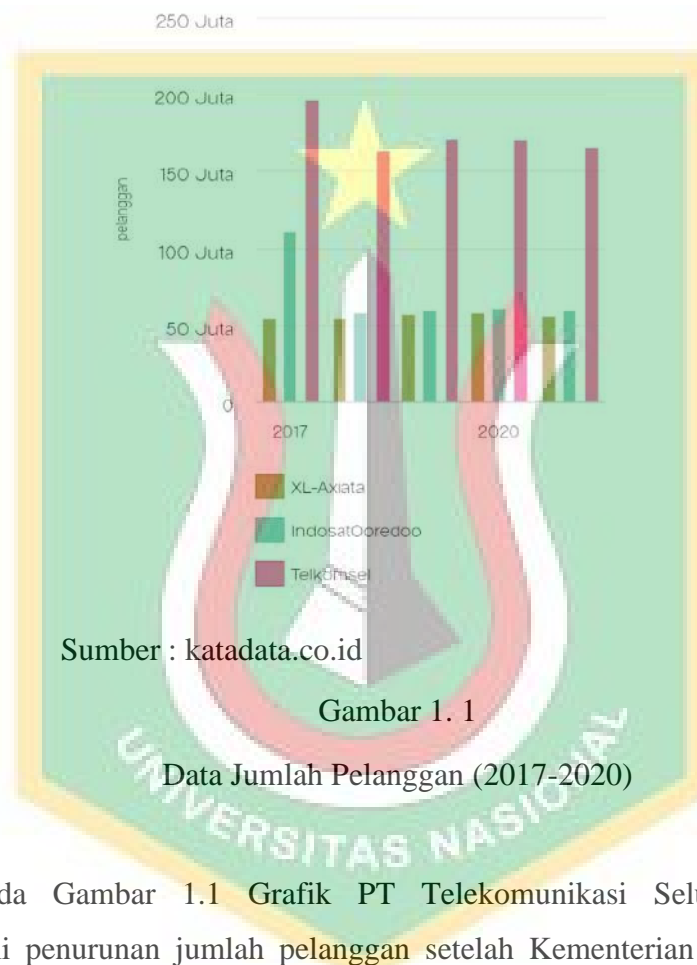
Tabel 1. 1

Data Pelanggan Prabayar (per 2021)



Sumber: katadata.co.id, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 yang disajikan diatas, PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) menjadi Provider dengan pengguna terbanyak maupun pendapatan di Indonesia pada Juni 2021, Telkomsel memiliki 162,48 juta pelanggan prabayar, PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk berada di posisi kedua yaitu memiliki 60,3 juta pelanggan, dan di posisi ketiga PT XL Axiata Tbk dengan 56,77 juta pelanggan.



Pada Gambar 1.1 Grafik PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) mengalami penurunan jumlah pelanggan setelah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menetapkan penggunaan kartu *subscriber identity module* (SIM) yang dimana Ketika membeli kartu prabayar harus memasukkan NIK (Nomor Induk Kependudukan), PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) memiliki 196,3 juta pelanggan pada akhir 2017 kemudian turun menjadi 164,69 juta pelanggan pada akhir Maret 2021. PT Indosat Ooredoo tercatat memiliki 110,2 juta pelanggan pada 2017. Pada Maret 2021, jumlah pelanggan Indosat telah menyusut 45,6% menjadi hanya 60 juta. Sedangkan hanya PT XL Axiata yang mengalami kenaikan pelanggan sebesar 56.02 juta pada akhir maret 2021 yang

tadinya pada tahun 2017 sebesar 53,5 juta pelanggan maka PT XL Axiata mengalami kenaikan 4,69%, PT XL Axiata mampu mengalahkan PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) dan PT Indosat Ooredoo.

Telkomsel memiliki aplikasi bernama Mytelkomsel yang dapat diunduh di *Play Store* dan *App Store*. Telkomsel membuat aplikasi tersebut untuk mempermudah pembelian paket data atau pulsa, dan Mytelkomsel secara rutin memberikan promo untuk menarik pelanggan membeli produk perusahaan. Produk yang dijual Telkomsel harus memiliki kualitas yang tinggi dan harga yang mudah dijangkau karena Menurut (Assauri, 2010) menyatakan bahwa produk adalah setiap barang yang dapat ditawarkan ke pasar diproduksi, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Telkomsel adalah perusahaan terbesar di Indonesia dan salah satu negarapengguna paling populer, kualitas produk yang dijual harus tinggi. Di aplikasi Mytelkomsel, terdapat beberapa kategori paket-kuota populer yang dijual Telkomsel, antara lain Internet Sakti, Combo SAKTI, dan Internet OMG! Saat kita menggunakan aplikasi Mytelkomsel, akan ada banyak diskon untuk penawaran paket, dan saat kita meluncurkan aplikasi, akan muncul iklan promosi yang menawarkan penawaran paket dengan harga yang sangat murah dengan promosi yang terbatas hanya untuk satu kali itu saja. Namun, menurut statistik dari CNN Indonesia, situasi saat ini menyebabkan setiap penyedia mengalami gangguan jaringan berdampak yang menyebabkan pengguna dari pengguna tersebut menjadi terhambat ketika mencoba untuk mengakses internet., menurut data CNN Indonesia Gangguan yang dialami pengguna provider tersebut banyak terjadi satu bulan sekali sebanyak 38,08 persen, lalu tidak pernah mengalami gangguan jaringan sebanyak 35,23 persen, dua sampai lima kali dalam sebulan sebanyak 23,6 persen, gangguan lebih dari lima kali dalam sebulan sebanyak 3,09 persen, maka itulah yang menyebabkan kepuasan pelanggan menjadi menurun berdampak pada kondisi konsumen untuk langsung menghubungi *Customer Service* pada provider masing-masing, terkadang ketika sudah menghubungi *Customer Service* kita perlu menunggu konfirmasi selanjutnya apakah jaringan internet yang mengalami gangguan tersebut berlangsung lama atau cepat, serta konsumen dibuat untuk menunggu lagi.



Sumber : Opensignal

Gambar 1. 2  
Data Ketersediaan 4G (2020-2021)

Pada Gambar 1.2 merupakan data ketersediaan 4G di Indonesia dengan yang unggul Smartfren pada tahun 2020 sebesar 97,4 dan pada tahun 2021 sebesar 97,9 mengalami sedikit kenaikan, lalu 3 berada di posisi dibawah smartfren yang akan menyusul untuk menggantikan Smartfren diposisi pertama, lalu disusul Indosat dengan skor 92 yang mengalami kenaikan di tahun 2021, Sementara itu, Ketersediaan 4G pengguna Telkomsel mengalami penurunan ditahun 2021 menjadi 89,3 yang ditahun 2020 sebesar 90 sedangkan XL meningkat menjadi 91,2%.

Kotler (2011) menjelaskan bahwa Harga adalah sejumlah uang ditagihkan atas suatu product dan jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa, dalam hal ini Telkomsel termasuk salah satu yang menjualkan paket kuota dengan harga yang lumayan mahal dibandingkan dengan provider lainnya, maka Telkomsel haruslah meningkatkan kualitas jaringan internet mereka yang lebih bagus dari provider yang lainnya sehingga ketika konsumen ingin membeli paket kuota dengan harga

mahal tidak sia-sia dan pastinya konsumen akan puas dengan hasilnya. Satu-satunya faktor terpenting yang perlu dipertimbangkan dengan hati-hati dalam kaitannya dengan tujuan yang ingin dicapai bisnis adalah harga. Situasi saat ini membuat konsumen semakin enggan untuk memilih layanan komunikasi berkualitas tinggi dari bisnis, yang membuat mereka menerima harga yang terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan kebiasaan pembelian mereka. Produk dengan kualitas yang sebanding tetapi harga yang relatif rendah akan memberi pelanggan tingkat diskonto yang lebih tinggi.

Mahasiswa Universitas Nasional termasuk menggunakan kartu Prabayar telkomsel, Pada mahasiswa Universitas Nasional berasal dari berbagai lapisan keluarga yang berbeda, sehingga sebagai mahasiswa sangat butuh jaringan internet yang sangat bagus untuk digunakan di tempat yang tertutup agar mendapatkan akses internet serta harga yang dapat dibeli sesuai dengan kantong mahasiswa tersebut.

Tabel 1. 2  
Data Pra Penelitian

Dari 30 responden Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022 yang diambil untuk hasil data sementara atau Pra Penelitian berupa pernyataan sebagai berikut:

No	Pernyataan	Hasil
1.	Apakah anda pengguna Kartu Prabayar Telkomsel	100% Mahasiswa Universitas Nasional menjawab “Iya” pengguna kartu prabayar Telkomsel
2.	Apakah Jaringan Internet yang diberikan oleh Telkomsel Super Cepat	58% Tidak Setuju 29% Setuju 6,5% Sangat Setuju 6,5% Netral 0% Sangat Tidak Setuju
3.	Apakah Produk yang ditawarkan oleh Telkomsel sudah sangat Memuaskan	58% Tidak Setuju 32% Setuju 6% Netral 4% Sangat Setuju 0% Sangat Tidak Setuju

Lanjutan Tabel 1.2

4.	Apakah Harga yang ditawarkan oleh Telkomsel Sudah sesuai yang diharapkan	71% Tidak Setuju 16% Setuju 9% Netral 4% Sangat Tidak Setuju 0% Sangat Setuju
5.	Apakah Promosi yang ditawarkan oleh Telkomsel	58% Tidak Setuju 39% Setuju 3% Sangat Setuju 0% Sangat Tidak Setuju 0% Netral
6.	Apakah jaringan Telkomsel memiliki sinyal yang bagus dimanapun kita berada	71% Tidak Setuju 16% Sangat Setuju 6,5% Setuju 6,5% Netral 0% Sangat Tidak Setuju

Dari hasil Pra Penelitian diatas menyatakan bahwa Mahasiswa Universitas Nasional tidak sepenuhnya merasa puas terhadap kartu Prabayar Telkomsel

Maka pada latar belakang yang sudah dijelaskan diatas Penulis tertarik melakukan penelitian untuk Menyusun tugas akhir pada Telkomsel dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA KARTU PRABAYAR TELKOMSEL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL ANGKATAN 2019-2022”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang sebelumnya yang sudah dijelaskan, maka mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan**

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan:

- a) Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022
- b) Untuk menganalisis pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022
- c) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel pada mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti untuk mempelajari ilmu manajemen selama masa kuliah dan juga peneliti dapat belajar bagaimana proses dalam penelitian ini hingga selesai mendapatkan hasil dan juga bermanfaat.

### b. Bagi Akademis

Diharapkan pada penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi mereka yang sedang mengembangkan pengetahuan mereka tentang manajemen pengetahuan, khususnya, dan juga dapat digunakan sebagai sumber referensi atau pembanding untuk penelitian selanjutnya yang fokus pada promosi, kualitas produk, dan harga dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

### c. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pemahaman masyarakat sekitar tentang pemasaran akan meningkat.

