

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar nasional maupun di pasar internasional, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Salah satu produk yang menjadi kebutuhan masyarakat sekarang adalah layanan internet. Kemajuan teknologi internet mengubah cara pandang orang dalam melihat lingkungan di sekitar dan di dunia dalam era globalisasi, teknologi informasi dan komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat dan menjadi salah satu kebutuhan penting untuk menunjang aktivitas, diantaranya untuk berkomunikasi tanpa batasan jarak dan waktu, mendapatkan informasi terkini, mendukung kegiatan bisnis, dan lain sebagainya.

Sebuah perusahaan harus mampu menyediakan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Walaupun memiliki fungsi yang sama yaitu menyajikan.

layanan internet, namun harus memiliki keunggulan masing-masing yang dapat meningkatkan minat dari para konsumen untuk memilih mana yang lebih baik.

Pertumbuhan pengguna internet di tanah air yang selalu meningkat setiap tahunnya berdasarkan data dari katadata.co.id tentang pengguna internet di Indonesia sebagai berikut :

Tabel 1.1
Pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Pengguna Internet
2016	132,7 juta
2017	143,2 juta
2018	150 juta
2019	171 juta
2020	196,7 juta

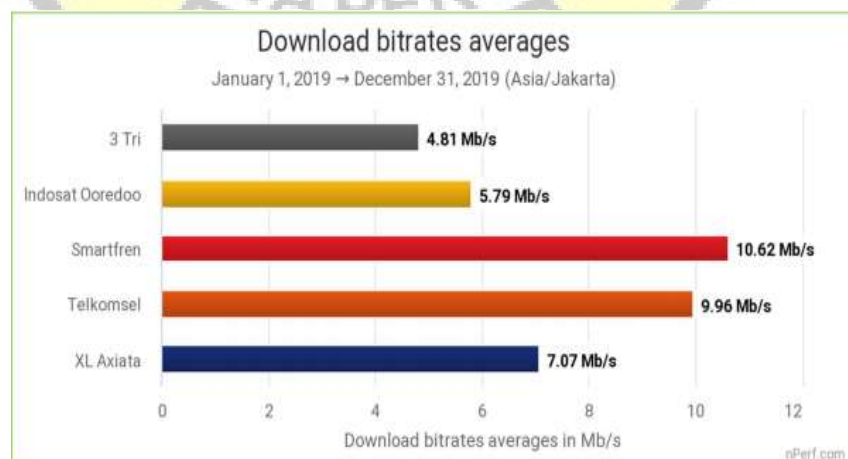
Sumber : www.katadata.co.id

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan pada jumlah pengguna internet terus meningkat dari tahun 2016 ke tahun 2020 yaitu dari 132,7 juta menjadi 196,7 juta pengguna internet di Indonesia. Dan hal ini juga diprediksi akan terus mengalami peningkatan di tiap tahunnya untuk pengguna internet di Indonesia.

Seperti yang kita ketahui, di Indonesia terdapat beberapa provider atau operator seluler yang menyediakan jasa sinyal telekomunikasi dan jaringan internet. Operator-operator seluler ternama diantaranya Smartfren, XL Axiata, Tri, Indosat Ooredoo dan Telkomsel. Perkembangan teknologi ini pun sangat mempengaruhi persaingan perusahaan-perusahaan operator seluler tersebut.

Teknologi dalam dunia internet terus berkembang, hingga kini jaringan internet yang memiliki daya akses tercepat ialah 4G LTE (www.teknorus.com). 4G LTE adalah singkatan dari *Fourth Generation Long Term Evolution* yang merupakan generasi keempat dari standar teknologi informasi dan komunikasi, dimana generasi-generasi sebelumnya dikenal dengan sebutan EDGE (2G) dan HSPA (3G).

Terdapat beberapa operator seluler di Indonesia yang telah menyediakan jaringan 4G LTE ini adalah Smartfren. Pada tahun 2015, Smartfren berinovasi dengan meluncurkan layanan 4G LTE Advanced Komersial pertama di Indonesia. Dan di awal tahun 2016, Smartfren kembali mencetak sejarah sebagai perusahaantelekomunikasi pertama di Indonesia yang menyediakan layanan *Voice over LTE* (VoLTE) secara komersial. Pada tahun 2017, Smartfren mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan operator 4G LTE terdepan melalui migrasi pelanggan CDMA menjadi pelanggan 4G LTE (www.smartfren.com).



Gambar 1.1 Kecepatan Pengunduhan
www.nperf.com

Nperf adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengukuran kualitas koneksi internet Nperf pada tahun 2019 menyebutkan bahwa Smartfren secara umum menempati urutan ketiga setelah Telkomsel dan XL. Hasilnya, Smartfren merupakan operator dengan kecepatan unduhan terbaik, dan kinerja LTE-advanced terbaik. Meskipun menempati posisi ketiga, Smartfren adalah operator seluler yang telah memberikan kecepatan unduhan terbaik (10.62 Mb/s) jauh di depan Telkomsel (9.96 Mb/s).

Kinerja yang sangat baik ini berasal dari hasil yang kuat di LTE lanjutan. Memang, Smartfren tampaknya menjadi satus-atunya operator yang benar-benar mengembangkan jaringan LTE Advanced-nya. Dengan tingkat koneksi 39,72%, Smartfren jauh di depan dari para pesaingnya yang tarifnya tidak melebihi 6% (Nperf, 2019).

Tingkat kepuasan seorang pelanggan terhadap produk tertentu merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan bersangkutan atau tingkat manfaat yang dipersepsikan (*perceived*) yang diterapkan sebelum pembelian. Pelanggan akan puas jika nilai yang dipersepsikan sama atau lebih besar dibandingkan dengan harapan yang diterima, sebaliknya jika ekspektasi tidak terpenuhi maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Tabel 1.2
Data Keluhan Pengguna Simcard Smartfren

No	Nama	Jenis Keluhan	Sumber
1.	Syafa Maulina 17/12/2020	Belum ada perubahan masalah jaringan, jika kondisi cuaca hujan sinyal tidak stabil. tolong diperbaiki kekuatan sinyalnya dan dikuatkan lagi kualitas jaringan sinyalnya.	
2.	Daniel Waris 22/12/2020	Makin kesini smartfren makin ngecewain pelanggan. Sinyal kadang hilang kadang, tolong buat smartfren dibuat pelanggannya puas dan nyaman saat menggunakan smartfren.	
3.	Erika Panjaitan 17/12/2020	Sinyal smartfren yang jelek khusus wilayah bali utara, sinyal lelet, apalagi untuk internetan kegiatan belajar mengajar sangat lambat.	Play Store
4.	Rina Parlina 22/12/2020	Saya sudah 2 tahun pengguna Smartfren tapi jaringan Smartfren makin jelek, cepet banget habis 1gb/hari, sms peringatan pemakaian sehari bisa beberapa kali masuk. Padahal paket sudah unlimited tapi sinyal dan jaringannya jelek.	
5.	Rudy Nuswanto 20/12/2020	Kuota saya masih 6,57gb masih aktif sampai 5 Januari 2021 tapi kok tiba-tiba pulsa saya kesedot mengisi kuota 3gb secara otomatis, padahal saya tidak pernah melakukan pembelian kuota	
6.	Irfani Putri 18/12/2020	Dari dulu pake Smartfren sinyalnya bagus tapi akhir-akhir ini sinyalnya jelek, kadang suka eror dan sinyal tiba-tiba suka hilang	
7.	Edwin Saleh 21/12/2020	Smartfren sekarang mengecewakan sinyal naik turun terus tidak stabil	

		sepanjang waktu bahkan sinyal langsung hilang padahal saya sudah 2 tahun tidak pernah ada kendala separah ini	
8.	Stephanie Sinaga 19/12/2020	Peforma Smartfren sekarang buruk, sinyal tiba-tiba hilang. 1gb per hari baru pemakaian 500mb sudah lemot	
9.	Agus Setiawan 23/12/2020	Tolong diperbaiki masalah penggunaan kuota. Penggunaan kuota untuk Smartfren terbilang sangat boros padahal sudah unlimited 1 hari untuk menonton video 8-10 video dengan resolusi 480p berdurasi 10 menit bisa habis 4gb	Play Store
10.	Tulus Widodo 24/12/2020	Saya pengguna Smartfren sudah 4 tahun sebelumnya tidak ada masalah tapi sekarang jaringannya semakin kacau, sinyal tiba-tiba hilang sampai berhari-hari	

Sumber : www.smartfren.com>Play Store

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa smartfren masih memiliki kekurangan dalam hal jaringan sinyal dan kecepatannya. Jaringan sinyal smartfren juga kurang stabil di wilayah tertentu dan situasi hujan. Kecepatan internet Smartfren juga terbilang buruk, maka dari itu perlu adanya perbaikan dan pengembangan khususnya jaringan internet dan kecepatan internet sehingga pelanggan puas dan dapat bertahan menggunakan provider Smartfren.

Tabel 1.3
Jumlah Pengguna Simcard Smartfren

Tahun	Pelanggan pengguna (juta)
2017	11,5
2018	12,3
2019	23,5

Sumber : www.detik.com

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan pengguna simcard smartfren dari tiga tahun terakhir mengalami kenaikan. Dari tahun 2017 dengan jumlah pengguna 11,5 juta pelanggan dan dari tahun 2018 sampai 2019 mengalami kenaikan yang sangat pesat dari 12,3 juta pelanggan dengan kenaikan 11% menjadi 23,5 juta pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, menjadi kajian tersendiri bagi peneliti untuk meneliti seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap minat beli ulang. Maka dari itu, penulis tertarik dalam memilih judul skripsi ini sebagai berikut

“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP SIMCARD PRABAYAR SMARTFREN DI KECAMATAN CAKUNG JAKARTA TIMUR”

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan pada *simcard* prabayar Smartfren yaitu kepuasan pelanggan cenderung kurang baik tetapi pengguna *simcard* prabayar Smartfren terus mengalami peningkatan.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diurutkan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada sikap konsumen terhadap *simcard* prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap *simcard* prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur?
2. Bagaimana posisi indikator setiap atribut dalam diagram kartesius terhadap *simcard* prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur?
3. Bagaimana perbandingan antara tingkat kepentingan dan kinerja produk dari *simcard* prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur?

1.3 Jangka Waktu & Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Cakung Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2021 s/d Juli 2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebagai berikut

1. Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap *simcard* prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui bagaimana posisi indikator setiap atribut dalam diagram kartesius terhadap *simcard* prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur.
3. Untuk mengetahui bagaimana perbandingan antara tingkat kepentingan dan kinerja produk dari *simcard* prabayar Smartfren di Kecamatan Cakung Jakarta Timur

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini meliputi kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai analisis multiatribut sikapprabayar smartfren. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan sumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan pengaruh sikap konsumen terhadap sebuah produk bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi khususnya di bidang jaringan internet dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.

