

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dekade terakhir, internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2013, pengguna internet di Indonesia mencapai 71,19 juta. Pada tahun 2024 mencapai 221,56 juta. Terdapat peningkatan 211,22% selama 10 tahun, atau sekitar 21% per tahun. Ini menunjukkan penetrasi internet yang semakin luas di berbagai kalangan, baik di perkotaan maupun di pedesaan[1].

WiFi, sebagai salah satu teknologi akses internet, memainkan peran penting dalam menyediakan konektivitas yang stabil dan terjangkau bagi masyarakat. Dengan adanya WiFi, akses internet tidak lagi terbatas pada penggunaan data seluler yang seringkali mahal dan tidak stabil. WiFi memungkinkan pengguna untuk menikmati koneksi internet yang lebih cepat dan lebih dapat diandalkan di rumah, sekolah, tempat kerja, dan ruang publik seperti kafe dan pusat perbelanjaan.

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor WiFi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat, seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap akses internet yang cepat dan andal. Internet telah menjadi kebutuhan dasar bagi berbagai aktivitas, mulai dari pendidikan, pekerjaan, hingga hiburan. Hal ini mendorong berbagai perusahaan untuk terjun ke bisnis penyediaan layanan WiFi, menciptakan persaingan yang semakin ketat di pasar[1].

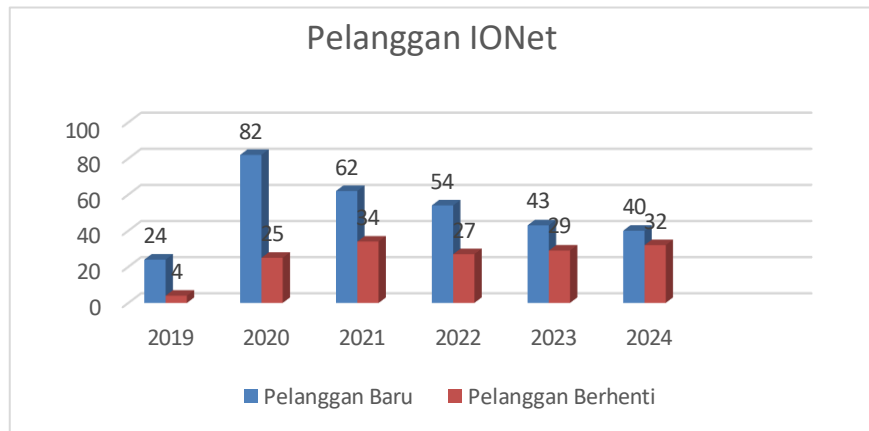
Pemain utama dalam industri WiFi di Indonesia meliputi perusahaan telekomunikasi besar seperti Telkom Indonesia dengan produk IndiHome, XL Axiata dengan XL Home, serta beberapa penyedia layanan internet (ISP) independen yang lebih kecil namun kompetitif. Persaingan ini tidak hanya terjadi di tingkat harga, tetapi juga mencakup kualitas layanan, cakupan jaringan, dan paket layanan yang inovatif.

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas layanan dan harga menjadi dua faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah indikator penting yang menentukan keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung untuk kembali menggunakan layanan yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain, sementara ketidakpuasan dapat menyebabkan kehilangan pelanggan dan dampak negatif pada reputasi perusahaan.



Gambar 1.1 Logo iOnet

Kecamatan Arjasari, yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses internet, kini mengalami persaingan yang semakin ketat di sektor layanan internet. Beberapa penyedia jasa internet yang beroperasi di wilayah ini meliputi IndiHome, Eznet, ArjasariNet, dan iOnet, yang masing-masing berupaya menarik pelanggan dengan berbagai strategi dan layanan yang ditawarkan. iOnet adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang penyediaan layanan internet dan bermitra dengan PT Baraya Telematika Nusantara di Kecamatan Arjasari. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan akses internet khususnya pada masyarakat dan sekolah di Desa Babakan Mantri. Seiring dengan berjalannya waktu, permintaan layanan internet semakin meningkat, terutama sejak pandemi Covid-19 pada tahun 2020 yang mendorong adopsi sistem pembelajaran daring.

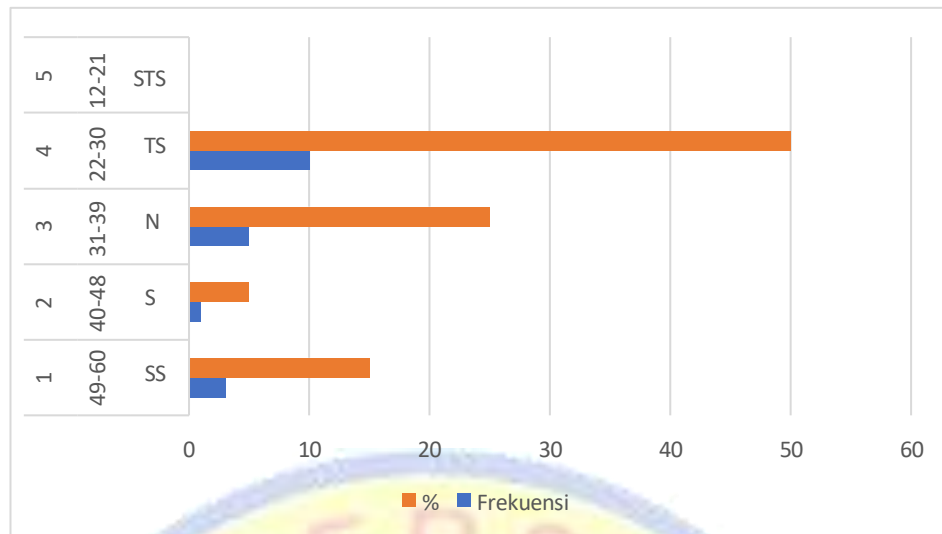


Gambar 1.2 Data Pelanggan iOnet

Berdasarkan gambar diagram yang ditampilkan, terlihat adanya tren yang mengkhawatirkan bagi layanan iOnet. Jumlah pelanggan baru yang menurun secara signifikan bersamaan dengan peningkatan jumlah pelanggan yang berhenti menggunakan layanan ini menunjukkan adanya masalah mendasar yang perlu segera diidentifikasi dan diatasi. Penurunan pelanggan baru disebabkan oleh persaingan kompetitif yang terjadi di wilayah Kecamatan Arjasari sehingga masyarakat mempunyai banyak pilihan layanan. Di sisi lain, kenaikan jumlah pelanggan yang memutuskan berhenti diakibatkan oleh ketidakpuasan terhadap layanan, seperti kecepatan internet yang tidak stabil, pelayanan pelanggan yang kurang memuaskan, atau harga yang dianggap tidak sebanding dengan kualitas yang diterima.

Kombinasi dari kedua tren ini dapat mengindikasikan bahwa perusahaan perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap aspek-aspek utama layanan mereka dan segera mengambil langkah-langkah strategis untuk memperbaiki kualitas layanan, meningkatkan upaya pemasaran, serta menangani keluhan pelanggan dengan lebih efektif untuk menghindari penurunan lebih lanjut dalam basis pelanggan mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Daffa Alvian Susanto (2022) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen/pelanggan[2].



Gambar 1.2 Kuesioner Awal

Berdasarkan gambar 1.2 kuesioner awal yang diambil pada bulan juni 2024 terhadap 20 responden pelanggan iOnet, diketahui bahwa masih banyak pelanggan yang masih kurang puas terhadap kualitas layanan yang diberikan dan harga yang ditawarkan pihak iOnet, sehingga sebagian pelanggan ada yang memutuskan untuk berhenti berlangganan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi bagaimana performansi kualitas layanan dan harga yang diberikan iOnet dan bagaimana iOnet dapat meningkatkan daya saing di pasar layanan internet.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja layanan yang diberikan iOnet?
2. Bagaimana kinerja harga yang diberikan iOnet?
3. Atribut-atribut layanan apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan iOnet dalam meningkatkan jumlah pelanggan berdasarkan analisis *Modified Importance Performance Analysis (Modified IPA)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis kinerja layanan terhadap kepuasan pelanggan iOnet.
2. Menganalisis kinerja harga terhadap kepuasan pelanggan iOnet.
3. Mengidentifikasi atribut-atribut layanan yang menjadi kekuatan dan kelemahan iOnet dalam menentukan prioritas perbaikan berdasarkan analisis peta *Modified Importance Performance Analysis (Modified IPA)*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan agar pembahasan dalam penelitian ini tidak melebar kepada pembahasan yang lain. Batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada pelanggan iOnet yang berada di Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung.
2. Pelanggan aktif iOnet yang menggunakan layanan internet di Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung.
3. Pesaing yang ditentukan hanya ArjasariNet.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan memberikan kegunaan bagi berbagai pihak. Berbagai pihak yang dimaksud adalah peneliti, pihak manajemen iOnet, dan pembaca. Kegunaan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Aspek Praktis

Hasil analisis *Modified Importance Performance Analysis (Modified IPA)* akan membantu iOnet dalam mengidentifikasi area-area spesifik yang memerlukan perbaikan. Hal ini memungkinkan pihak iOnet untuk fokus pada aspek-aspek yang paling membutuhkan perhatian, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan perbaikan layanan.

2. Aspek Teoritis

Menambah wawasan pembaca mengenai ilmu Teknik Industri khususnya di bidang kualitas jasa.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah sistematika penelitian yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini berisi pembahasan tentang tinjauan pustaka penelitian. kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian. populasi dan sampel. pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan dari keseluruhan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penulisan tugas akhir ini.