

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam suatu negara, termasuk di Indonesia. Adanya transformasi teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan masyarakat menjadi lebih bergantung terhadap informasi tentang segala hal dalam kehidupannya (Wiriany et al., 2022). Ditambah dengan penggunaan internet, kegiatan mendapatkan, mengumpulkan dan menyebarkan informasi menjadi lebih mudah dan dalam berkomunikasi menjadi lebih efektif tanpa batasan jarak dan waktu. Meningkatnya jumlah pengguna internet, secara tidak langsung juga berdampak pada persaingan antar perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seluler dengan cara berinovasi menyediakan paket data sehingga dapat mengurangi biaya pengaksesan internet dibandingkan dengan menggunakan pulsa konvensional.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Dihni, 2022) di Indonesia, terdapat beberapa perusahaan operator seluler utama yang memainkan peran penting dalam industri telekomunikasi. Adapun urutan perusahaan operator seluler favorit masyarakat Indonesia antara lain: Telkomsel, XL Axiata, Indosat Ooredoo Tri, dan Smartfren. Hasil tersebut didapatkan dalam survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mulai tanggal 11 Januari hingga 24 Februari 2022. Pada gambar 1 dapat diketahui bahwa

Telkomsel menduduki posisi pertama operator seluler favorit masyarakat Indonesia.

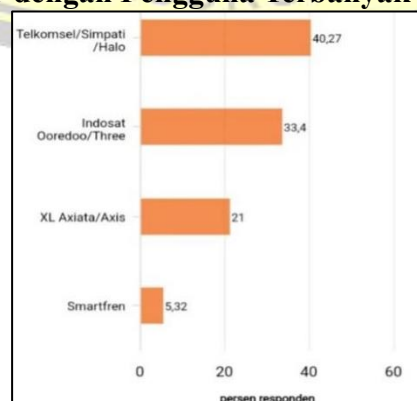
Gambar 1
5 Operator Seluler Favorit Masyarakat Indonesia

| No | Nama | Nilai / Persen |
|----|-----------------|----------------|
| 1 | Telkomsel | 41,94 |
| 2 | XL Axiata | 20,44 |
| 3 | Indosat Ooredoo | 17,78 |
| 4 | 3 | 14,08 |
| 5 | Smartfren | 5,76 |

Sumber: *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Juni 2022*

Data pada tabel tersebut menggambarkan bahwa dalam rentang waktu 2021-2022, sebagian besar responden, yakni 41,94%, menggunakan jaringan seluler Telkomsel untuk menjalin koneksi internet melalui perangkat selulernya. Terdapat bukti yang lebih memperkuat pernyataan tersebut yaitu survei oleh APJII pada tahun 2023 yang menunjukkan sebanyak 40,27% responden yang tersebar di Indonesia menggunakan Telkomsel. Operator Telkomsel menjadi pilihan mayoritas pelanggan dikarenakan Telkomsel memiliki ketersediaan sinyal yang paling kuat di domisilinya (Ahdiat, 2023).

Gambar 2
Operator Seluler dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia Awal 2023



Sumber: *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Mei 2023*

PT. Telkomsel sendiri memiliki posisi dominan dalam industri telekomunikasi di Indonesia. Telkomsel menawarkan berbagai layanan komunikasi, termasuk layanan seluler, internet, dan telepon rumah. Telkomsel telah meningkatkan seluruh layanan jaringan 3G menjadi 4G/LTE di 504 kota dan kabupaten berpenduduk padat di Indonesia, memastikan akses yang adil dan merata terhadap jaringan *broadband* terbaik di negara ini bahkan hingga ke pelosok sekalipun. Upaya ini dilakukan sesuai dengan arahan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang melakukan penghapusan jaringan 3G di Indonesia (Telkomsel, 2022). Proses migrasi jaringan ini dimulai pada bulan Maret 2022 lalu diselesaikan secara progresif dan terukur pada bulan Juni 2023 dengan melakukan transisi lebih dari 49.000 BTS (*Base Transceiver System*) dari teknologi jaringan 3G ke 4G/LTE. Saat ini terhitung lebih dari 96% masyarakat Indonesia yang terhubung jaringan 4G/LTE Telkomsel.

Telkomsel bertujuan untuk memantapkan posisinya sebagai yang terdepan dalam industri telekomunikasi digital. Perusahaan berkomitmen untuk menghadirkan konektivitas digital yang luar biasa melalui layanan dan solusi digital mutakhir dan inovatif yang melampaui ekspektasi pengguna, sehingga menghasilkan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan dan mempercepat ekspansi perekonomian negara. Setelah melakukan migrasi jaringan ke 4G, Telkomsel juga menawarkan berbagai program dan penawaran produk yang menarik, mulai dari promosi kuota data tambahan 4G/LTE hingga program *bundling smartphone* 4G dengan harga lebih terjangkau.

Telkomsel juga berfokus pada inovasi dan pengembangan produk seperti layanan digitalnya yang sudah memiliki *platform e-commerce*, layanan *telemedicine*, dan pembayaran digital yang dapat diakses kapan pun dan dimana pun cukup melalui gawai dengan aplikasi MyTelkomsel. Aplikasi ini dapat digunakan oleh pelanggan kartu HALO, simPATI, Kartu As, dan Loop. Adapun fitur dari aplikasi ini antara lain:

1. Melihat penggunaan data, jumlah pulsa dan paket pada nomor Telkomsel
2. Mengelola nama, *e-mail*, dan koneksi akun sosial media
3. Isi ulang pulsa
4. Beli paket Telkomsel
5. Mencari gerai GraPARI
6. Mengetahui jumlah Telkomsel Poin dan menukar Telkomsel Poin

Kota Pasuruan adalah sebuah kota yang berada di Provinsi Jawa Timur. Kota Pasuruan termasuk mempunyai akses baik dalam bidang layanan telekomunikasi, termasuk telepon seluler dan internet. Pada bidang komunikasi dan bisnis Pasuruan mencerminkan kombinasi antara perdagangan tradisional dan modern, dengan pertumbuhan sektor bisnis yang semakin berkembang pesat telepon seluler. Menurut pengolahan data oleh BPS, persentase jumlah penduduk Pasuruan yang sudah mengakses internet disajikan pada tabel 1.

Tabel 1
Jumlah Penduduk Yang Mengakses Internet

| Jenis Kelamin | Penduduk Berumur 5 Tahun Ke Atas Mengakses Internet | | |
|----------------|---|-------|-------|
| | 2019 | 2020 | 2021 |
| Laki-laki | 58.84 | 65.35 | 74.83 |
| Perempuan | 54.04 | 62.07 | 68.74 |
| Laki+Perempuan | 56.41 | 63.70 | 73.99 |

Sumber: *Data diolah oleh BPS, 2019-2021*

Tabel diatas menunjukkan adanya kenaikan persentase jumlah penduduk yang signifikan dari tahun 2019 hingga tahun 2021 yang mengakses internet. Hal ini menunjukkan bahwa akses teknologi juga menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari penduduk di Kota Pasuruan. Seiring dengan persaingan industri telekomunikasi yang semakin ketat, perusahaan Telkomsel menghadapi tantangan untuk mempercepat upayanya untuk menarik pelanggan guna mempertahankan posisinya sebagai pemimpin. Salah satu strategi untuk mencapai *goals* perusahaan yaitu dengan cara memperhatikan perilaku konsumen guna memenuhi tuntutan dan keinginan konsumen adalah hal yang terpenting. Menurut Kotler & Armstrong (2001), proses pengambilan keputusan pembelian memerlukan serangkaian proses yang dilakukan oleh konsumen akhir, dimulai dengan identifikasi suatu kebutuhan dan berpuncak pada emosi pasca pembelian. Elemen yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen mencakup faktor-faktor seperti harga, kualitas, merek, pertemuan sebelumnya, pengaruh sosial, dan pemasaran.

Biaya menunjukkan nilai komprehensif yang dianggap konsumen dalam memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan (Kotler et al., 2018). Dalam proses pemilihan suatu merek, harga

memainkan peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika dihadapkan pada pilihan di antara beragam merek, pelanggan mengevaluasi harga secara cermat dengan menyandingkan beberapa kriteria untuk mengarahkan transaksi pembelian mereka (Pebrianti, 2022). Misalnya, dalam rangka penyediaan paket internet, jika harga yang ditawarkan dianggap terlalu tinggi dan di luar kemampuan finansial sebagian besar penerima yang dituju, pelanggan termotivasi untuk mencari paket alternatif yang lebih sesuai dengan keterbatasan anggaran mereka.

Pasca peralihan layanan jaringan 3G ke 4G, Telkomsel berinisiatif membantu konsumen dalam menukarkan kartu non-4G dengan uSIM 4G melalui berbagai saluran layanan pelanggan. Untuk membantu klien dalam menavigasi prosedur penukaran kartu, Telkomsel menyediakan asisten virtual yang dapat diakses melalui aplikasi MyTelkomsel. Aplikasi ini bertindak sebagai platform terpusat untuk mengelola akun, mengetahui kapasitas internet, dan mengakses berbagai layanan. Telkomsel punya visi dan tujuan yang berfokus pada penyediaan layanan digital seluler unggul yang melebihi harapan pengguna (Telkomsel, n.d.). Konsep kualitas pelayanan sebagaimana digambarkan oleh Nisak & Astutiningsih (2021) mencakup penyediaan produk yang memiliki nilai tambahan serta kecakapan teknologi dan informasi yang optimal untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

MyTelkomsel berfungsi sebagai aplikasi komprehensif, memberikan pengalaman inovatif dan peningkatan kemudahan untuk berbagai layanan Telkomsel (Telkom, n.d.). Kemudahan, dalam kerangka khusus ini, berkaitan

dengan kondisi di mana sistem dapat dioperasikan dengan lancar, tanpa komplikasi, dan dipandang dapat diterima oleh pengguna, terutama mereka yang baru menggunakannya (Simamora & AK, 2019). Inti dari kemudahan terletak pada kapasitas individu untuk memahami dan melintasi sistem atau teknologi dengan lancar (Hasdani et al., 2021). Mengingat konteks ini, penulis memiliki rasa ingin tahu untuk mengeksplorasi topik ini lebih jauh terkait **“Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet melalui MyTelkomsel (Studi Pada Pengguna Telkomsel di Kota Pasuruan).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan?
4. Apakah Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan?

5. Apakah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui Harga, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan.
2. Mengetahui Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan.
3. Mengetahui Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan.
4. Mengetahui Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan.
5. Mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel pada pengguna di Kota Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Harapannya adalah dapat bermanfaat bagi banyak pemangku kepentingan, yang meliputi:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pemahaman mengenai faktor-faktor penentu yang memengaruhi Keputusan pembelian data internet melalui MyTelkomsel pada pelanggan Telkomsel di Kota Pasuruan..

2. Bagi Perusahaan (PT. Telekomunikasi Indonesia)

Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan masukan bagi PT. Telkom agar lebih mengetahui hal-hal yang memengaruhi keputusan pembelian kuota internet melalui MyTelkomsel khususnya pada harga, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan, sehingga dapat terus berinovasi dalam meningkatkan pengalaman pengguna.

3. Bagi Fakultas

Memberikan manfaat kepada Jurusan Ekonomi khususnya Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Pasuruan dalam hal kemajuan, meningkatkan fungsi perpustakaan sebagai pusat pendidikan dengan mendorong pemanfaatan dan pengembangan media informasi, dan meningkatkan mutu pendidikan khususnya kulminasi dokumen keilmuan dalam lingkup akademik.

4. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.