

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT XL Axiata Tbk merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi besar di Indonesia yang beroperasi dalam industri dengan tingkat persaingan yang sangat ketat. Dalam menghadapi kondisi tersebut, perusahaan menjalankan strategi pengembangan produk, penetrasi pasar, dan integrasi *horizontal* untuk memperkuat posisinya di tengah perubahan industri. Strategi tersebut menunjukkan bahwa XL Axiata tidak hanya berupaya menjaga daya saing bisnis, tetapi juga perlu memastikan kualitas layanan yang dirasakan pelanggan tetap baik dan relevan[1].

Perkembangan teknologi digital telah meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet dalam berbagai aktivitas seperti komunikasi, pendidikan, pekerjaan, transaksi digital, hingga hiburan. Menurut Data Survei Penetrasi Internet Indonesia yang dipublikasikan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221,5 juta jiwa atau setara dengan tingkat penetrasi 79,5 persen dari total penduduk. Angka tersebut menegaskan bahwa internet telah menjadi kebutuhan pokok, sehingga penyedia layanan telekomunikasi dituntut untuk senantiasa menjaga mutu layanan agar mampu memenuhi harapan pelanggan.

Meningkatnya penggunaan internet tersebut menjadikan kualitas layanan sebagai salah satu faktor yang semakin menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam memilih penyedia layanan telekomunikasi. Sejumlah penelitian juga

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan XL Axiata, sehingga aspek ini layak menjadi perhatian dalam penelitian[2].

Meskipun PT XL Axiata Tbk terus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan posisinya di tengah persaingan industri telekomunikasi, kondisi tersebut belum sepenuhnya menjamin bahwa pelanggan akan merasa puas dan tetap loyal. Dalam praktiknya, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh keberadaan produk yang tersedia, tetapi juga oleh sejauh mana kualitas layanan mampu memenuhi harapan pengguna dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, perlu ditelusuri lebih jauh aspek-aspek apa saja yang sesungguhnya berdampak pada kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan bisa fokus melakukan perbaikan di tempat yang paling dibutuhkan.

XL Axiata juga telah mengembangkan aplikasi MyXL sebagai bentuk layanan digital untuk mempermudah pengguna dalam mengakses produk dan layanan secara mandiri. Melalui aplikasi ini, pelanggan dapat membeli pulsa, paket data, dan melakukan berbagai transaksi tanpa harus datang ke gerai secara langsung. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan keluhan pengguna terkait akses masuk, kecepatan aplikasi, jaringan, dan *error* sistem, sehingga kualitas layanan elektronik menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *e-service quality* pada MyXL dapat menjadi salah satu langkah untuk menjaga kepuasan sekaligus mendorong loyalitas pengguna[3].

Selain memperhatikan kualitas layanan secara umum, penelitian ini juga perlu diarahkan pada penggunaan metode yang mampu mengukur kesenjangan

layanan secara lebih spesifik serta menggambarkan tingkat loyalitas pelanggan secara lebih jelas. Oleh karena itu, analisis kualitas layanan internet XL Axiata dalam penelitian ini tidak hanya penting untuk melihat kondisi layanan yang dirasakan pelanggan, tetapi juga untuk memberikan dasar yang lebih terukur dalam menyusun evaluasi dan pemantauan layanan di wilayah penelitian.

Dengan mengacu pada masalah yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada kualitas layanan internet XL Axiata di Kota Tegal. Kota Tegal ditetapkan sebagai lokasi penelitian karena termasuk wilayah perkotaan dengan tingkat ketergantungan masyarakat yang tinggi terhadap teknologi informasi dan komunikasi di berbagai aspek kehidupan. Situasi tersebut terlihat dari data Statistik Daerah Kota Tegal yang mencerminkan perkembangan indikator sosial serta pemanfaatan teknologi informasi dalam aktivitas sehari-hari masyarakat. Dengan demikian, penilaian terhadap kualitas layanan internet di Kota Tegal diperlukan untuk memperoleh gambaran mengenai pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan XL Axiata. Dalam penelitian ini, metode *Service Quality* (SERVQUAL) digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, sedangkan *Net Promoter Score* (NPS) digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan berdasarkan kecenderungan merekomendasikan layanan kepada teman, Keluarga, dan saudara. Hasil pengukuran tersebut dianalisis sebagai dasar penyusunan *dashboard monitoring* kepuasan pelanggan, agar perusahaan memperoleh gambaran yang lebih jelas, terukur, dan mudah dipantau dalam meningkatkan mutu layanan secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan *internet* XL Axiata di Kota Tegal berdasarkan persepsi pengguna aktif yang diukur menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL)?
2. Seberapa besar tingkat loyalitas pelanggan layanan internet XL Axiata di Kota Tegal yang diukur menggunakan metode *Net Promoter Score* (NPS)?
3. Bagaimana rancangan *dashboard monitoring* kepuasan pelanggan yang dapat memvisualisasikan hasil analisis *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Net Promoter Score* (NPS) sebagai alat bantu pengambilan keputusan bagi manajemen XL Axiata di Kota Tegal?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus, maka ditetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada layanan internet seluler yang disediakan oleh XL Axiata di wilayah Kota Tegal, tanpa membandingkan dengan operator atau penyedia layanan internet lain.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif layanan internet XL Axiata di Kota Tegal yang berdomisili atau beraktivitas di Kota Tegal dan menggunakan layanan tersebut dalam kegiatan sehari-hari.

3. Pengukuran kualitas layanan dilakukan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) yang mencakup lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
4. Pengukuran loyalitas pelanggan dilakukan menggunakan metode *Net Promoter Score* (NPS) berdasarkan kecenderungan *responden* dalam merekomendasikan layanan XL Axiata di Kota Tegal kepada teman, Keluarga, dan saudara.
5. Data yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya merupakan data primer yang dikumpulkan secara mandiri melalui pengumpulan data *kuesioner* menggunakan *Google Form*, mengingat data *internal* perusahaan tidak tersedia untuk keperluan penelitian *eksternal*.
6. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis jaringan secara mendalam seperti spesifikasi BTS, kapasitas *bandwidth*, atau konfigurasi infrastruktur, melainkan berfokus pada pengalaman dan persepsi pengguna terhadap layanan yang diterima.
7. Perancangan *dashboard monitoring* kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dibatasi pada visualisasi data hasil analisis *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Net Promoter Score* (NPS), dan tidak mencakup integrasi sistem dengan *database* operasional XL Axiata di Kota Tegal.
8. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terbatas yaitu pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, sehingga faktor-faktor lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan seperti harga, promosi, atau faktor demografis tidak diikutsertakan dalam analisis.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis kualitas layanan internet XL Axiata di Kota Tegal berdasarkan persepsi pengguna aktif menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) pada lima dimensi, adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, guna mengidentifikasi dimensi mana yang paling membutuhkan perbaikan.
2. Mengukur tingkat loyalitas pelanggan layanan internet XL Axiata di Kota Tegal menggunakan metode *Net Promoter Score* (NPS) untuk mengetahui seberapa besar kecenderungan pelanggan dalam merekomendasikan layanan kepada teman, Keluarga, dan saudara.
3. Merancang *dashboard monitoring* kepuasan pelanggan yang mampu memvisualisasikan data hasil analisis *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Net Promoter Score* (NPS) secara interaktif sebagai alat bantu pengambilan keputusan yang dapat digunakan manajemen XL Axiata di wilayah Kota Tegal secara berkelanjutan.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, adalah teoritis dan praktis. Secara teoritis, kajian ini menambah referensi di bidang Sistem Informasi, khususnya analisis kualitas layanan internet melalui metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Net Promoter Score* (NPS), serta dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai kepuasan dan loyalitas

pelanggan pada layanan berbasis *teknologi*. Secara praktis, penelitian ini menghasilkan gambaran kondisi kualitas layanan internet XL Axiata di Kota Tegal berdasarkan pengalaman pengguna, mencakup aspek yang telah berfungsi dengan baik serta aspek yang masih memerlukan perbaikan. Temuan tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas layanan ke depannya.

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi beberapa pihak, dengan rincian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis adalah dalam Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah referensi dibidang Sistem Informasi, terutama dalam hal analisis kualitas layanan internet dengan memanfaatkan metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan pengukuran loyalitas pelanggan melalui *Net Promoter Score* (NPS). Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan kajian bagi pengembangan konsep pengukuran kepuasan pelanggan yang dikombinasikan dengan visualisasi data dalam bentuk *dashboard*.
2. Manfaat Akademik (Bagi Kampus/Program Studi) adalah Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa dan civitas akademika, khususnya di Program Studi Sistem Informasi. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan atau acuan dalam penyusunan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan di bidang telekomunikasi maupun layanan *digital*.
3. Manfaat Praktis (Bagi Perusahaan/XL Axiata) adalah Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kualitas layanan internet yang

dirasakan oleh pelanggan, serta tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan berdasarkan pendekatan *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Net Promoter Score* (NPS).

4. Manfaat Implementatif (*Dashboard Monitoring*) adalah Perancangan *dashboard* dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menyajikan data kepuasan pelanggan secara lebih terstruktur dan mudah dipahami. Dashboard tersebut dapat digunakan sebagai alat pemantauan untuk melihat kondisi layanan secara cepat, sehingga mempermudah proses analisis dan evaluasi kinerja layanan internet.
5. Manfaat Bagi Peneliti adalah melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh tambahan pemahaman dan pengalaman yang lebih mendalam mengaplikasikan konsep analisis kualitas layanan, melakukan pengolahan data kuantitatif, dan memanfaatkan teknologi berupa *dashboard*. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana untuk mengasah kemampuan analisis dan penyusunan karya ilmiah secara sistematis.