

Analisa Kepuasan Pelayanan UMKM Jasa Internet dalam Perspektif Profil Konsumen (Studi Kasus : Konsumen JW Network Indonesia)

M. Dayat^{1*}, Mochamad Sirodjudin^{2*}

^{12*} Universitas Negeri Malang, Indonesia, dayat@yudharta.ac.id, sirodjudin@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Profil klien JWnet, (2) Tingkat pemenuhan pelanggan dan (3) perbedaan pemenuhan pelanggan JWnet, dinilai berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Penelitian terapan ini menggunakan kasus deskriptif klien JWnet, dengan menggunakan 100 klien sebagai sampel. Studi literatur dan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi. Kemudian pengolahan data menggunakan analisis persentase, One Way ANOVA dan analisis Indeks Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan: (1) profil responden didominasi oleh laki-laki (63%), berusia 21-25 tahun (38%), mayoritas berpendidikan perguruan tinggi (66%) dan berprofesi sebagai pelajar (44%).); (2) berdasarkan indeks kepuasan pelanggan adalah sangat puas (78%), tidak puas (17%), dan puas (5%); dan (3) dan terdapat perbedaan tingkat kepuasan, tergantung pada jenis kelamin, usia, dan profesi, sedangkan terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kepuasan konsumen terdidik terhadap layanan internet dari JWnet.

Kata kunci: *Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Diferensial Pelanggan, Pelayanan Internet, Industri Kecil dan Menengah.*

Abstract

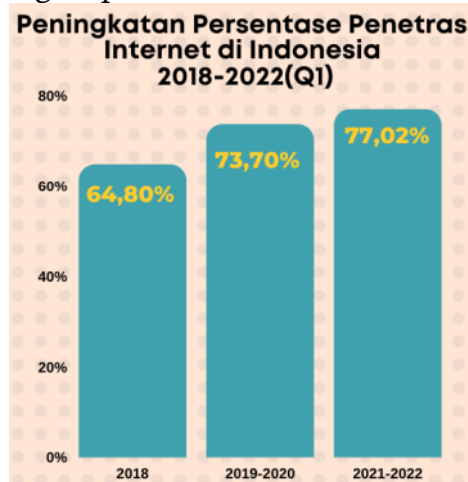
This research aim to know: (1) Client profile of JWnet, (2) Customer's level of fulfillment and (3) Customer's differential fulfillment of JWnet, assessed by age, sex, occupation, and education level. This applied research using descriptive case of the client of JWnet, using 100 clients as samples. Literature study and questioner used to collect the information. And then data processing uses percentage analysis, One Way ANOVA and Consumer Satisfaction Index analysis. The results of the study show: (1) the profile of the respondents is dominated by men (63%), aged 21-25 years (38%), the majority have university education (66%) and work as students (44%); (2) based on customer satisfaction index is very satisfied (78%), dissatisfied (17%), and satisfied (5%); and (3) and there is a difference in the level of satisfaction, depends on gender, age, and profession, meanwhile there is a significant difference between the level of satisfaction of educated consumers for internet services from JWnet.

Keywords: *Customer satisfaction, Customer diffefenrial satisfication, Internet service, Small and medium industry*

PENDAHULUAN

Di masa pandemi dan setelah pandemi, tingkat penetrasi internet di Indonesia mengalami peningkatan. Dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021, 210.026.769 jiwa telah terkoneksi dengan internet. Ini berarti 77,02% penduduk Indonesia telah terhubung ke internet. (APJII, 2022). Meningkatnya penetrasi ini disebabkan oleh adanya pembatasan kegiatan selama pandemi sehingga banyak kegiatan baik itu belajar, pekerjaan maupun yang lainnya yang harus dilakukan secara daring.

Gambar 1 : Tingkat penetrasi Internet di Indonesia 2018-2022



Sumber: APJII, 2022

Berdasarkan hasil survey APJII pada tahun 2022, jumlah penyedia layanan internet (ISP) yang resmi terdaftar di dalam Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) adalah 846 yang tersebar ke dalam 32 provinsi.

Tabel 1. Jumlah ISP yang resmi terdaftar di APJII 2022

No	Provinsi	Jumlah	No	Provinsi	Jumlah
1	Aceh	3	17	Kep. Riau	23
2	Bali	26	18	Lampung	20
3	Banten	46	19	Maluku	1
4	Yogyakarta	27	20	Maluku Utara	1
5	Jakarta	289	21	NTB	7
6	Gorontalo	2	22	NTT	4
7	Jambi	6	23	Papua	2
8	Jawa Barat	123	24	Papua Barat	1
9	Jawa Tengah	66	25	Riau	26
10	Jawa Timur	95	26	Sulawesi Selatan	11
11	Kalimantan Barat	6	27	Sulawesi Tengah	3
12	Kalimantan Selatan	4	28	Sulawesi Tenggara	1
13	Kalimantan Tengah	1	29	Sulawesi Utara	3
14	Kalimantan Timur	13	30	Sumatra Barat	5
15	Kalimantan Utara	1	31	Sumatra Selatan	12
16	Kep. Bangka Belitung	1	32	Sumatra Utara	17
				Total	846

Sumber : APJII (2022)

Dengan meningkatnya penggunaan internet, maka peluang di bidang jasa penyedia internet juga semakin meningkat. Saat ini, provider selain data seluler yang paling banyak digunakan adalah indihome (67,54%), firstmedia (3,88%), biznet (1,52%), internet lokal lainnya (12,80%) dan sisanya provider yang lainnya (14,27%). (APJII, 2022).

Lebih spesifik lagi, jumlah ISP yang ada di Jawa Timur adalah 95 yang terbagi ke dalam 29 wilayah Kabupaten maupun Kota. Dan lebih khusus lagi di Kabupaten Pasuruan terdapat 3 ISP yaitu Arta Lintas Data Mandiri (ALDM) dan Tahta Solusindo di area Kecamatan Purwosari, Lancar Artha Media Data (LAMDA) di area Kecamatan Prigen. Sedangkan ISP

resmi yang ada di Kota Pasuruan adalah Cubiespot yang ada di area Kecamatan Purworejo. Salah satu penyedia jasa internet lokal yang belum berstatus ISP adalah JW Network Indonesia (JWnet) yang merupakan *repeater* atau *point of presence* (POP) dari PT Lintas Data Prima.

JWnet merupakan UMKM di bidang jasa khususnya sektor jasa pelayanan internet. Meskipun berlokasi di Kecamatan Purwosari, namun induk atau mitra ISP yang dipilih bukan dari area Jawa Timur melainkan dari PT. Lintas Data Prima (LDP) yang berlokasi di Kabupaten Bantul Provinsi Yogyakarta. Hal ini dikarenakan ISP dari tiap Provinsi telah melebarkan area pelayanannya hingga ke penjuru Indonesia dan telah membuka beberapa kantor cabang maupun POP di tiap daerah.

Kompetisi untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen semakin ketat. Untuk itu JWnet perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam hal pelayanan dan memperbaiki hal yang diperlukan. Kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen merupakan hal penting yang bisa meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Astuti 2019 menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Biznet Home dimana 90 pelanggan di Bali diberikan kuesioner terkait Biznet Home dan hasilnya dianalisis menggunakan metode analisis regresi. Kemudian Rabiqy 2019 menyatakan bahwa ekspektasi pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan internet Telkomsel dimana 100 pelanggan di Aceh diberikan kuesioner terkait Telkomsel Flash Unlimited dan hasilnya dianalisis menggunakan metode *multiple linear regression analysis*. Kemudian Mahira 2021 menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Akses dimana 50 pelanggan di Tanjung Priok Jakarta Utara diberikan kuesioner terkait Indihome dan hasilnya dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square*.

Menurut Kotler 2002, tingkat kepuasan konsumen berbeda-beda. Karena apa yang diharapkan dan apa yang didapatkan dan yang dirasakan juga berbeda-beda. Agar JWnet bisa mengetahui tingkat kepuasan konsumen pengguna layanan jasa internet maka perlu melakukan survey tentang karakteristik dan perilaku konsumen. Sehingga memudahkan identifikasi peluang dan strategi untuk mengoptimalkan peluang tersebut. Dari latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan jasa internet dalam perspektif profil konsumen dari JWnet.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode statistik kuantitatif deskriptif dengan pengambilan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan data primer sesuai dengan parameter yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 134 orang konsumen JWnet. Sedangkan sampel nya adalah 100 konsumen yang diambil dari non random sampling dengan metode *purposive sampling*.

Sedangkan pengolahan data menggunakan analisis persentase untuk mengidentifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan profesi. Kemudian untuk analisa indeks kepuasan konsumen didapatkan dari selisih antara harapan dan realita yang diperoleh konsumen. analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKP), dan *One Way ANOVA*.

Menurut Irawan, 2008, tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu kualitas jasa, pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya untuk mendapatkan jasa. Sedangkan menurut APJII, 2022, profil pengguna jasa internet bisa dibedakan berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, instrumen yang akan digunakan terlebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Instrumen bisa dikatakan valid jika skor korelasinya positif dan lebih besar dari r tabel. Dan juga instrumen bisa dikatakan reliable jika alpha lebih besar dari 0.5 yang dijadikan sebagai ambang batas reliabilitas.

Tabel 2. Uji validitas dan reliabilitas instrumen

Variabel	Item	r_{xy}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas (harapan) Alpha = 0.7712	1	0.5869	0.195	Valid & Reliable
	2	0.5756	0.195	Valid & Reliable
	3	0.5593	0.195	Valid & Reliable
	4	0.5700	0.195	Valid & Reliable
Pelayanan (harapan) Alpha = 0.7368	1	0.4426	0.195	Valid & Reliable
	2	0.5823	0.195	Valid & Reliable
	3	0.5895	0.195	Valid & Reliable
	4	0.5036	0.195	Valid & Reliable
Faktor Emosional (harapan) Alpha = 0.7281	1	0.5639	0.195	Valid & Reliable
	2	0.5210	0.195	Valid & Reliable
	3	0.5679	0.195	Valid & Reliable
Harga (harapan) Alpha = 0.6855	1	0.5216	0.195	Valid & Reliable
	2	0.4836	0.195	Valid & Reliable
	3	0.3364	0.195	Valid & Reliable
	4	0.5445	0.195	Valid & Reliable
Biaya untuk mendapatkan jasa (harapan) Alpha = 0.6832	1	0.4778	0.195	Valid & Reliable
	2	0.4760	0.195	Valid & Reliable
	3	0.5403	0.195	Valid & Reliable
Kualitas (kinerja) Alpha = 0.6849	1	0.4955	0.195	Valid & Reliable
	2	0.3928	0.195	Valid & Reliable
	3	0.4951	0.195	Valid & Reliable
	4	0.4900	0.195	Valid & Reliable
Pelayanan (kinerja) Alpha = 0.7667	1	0.6283	0.195	Valid & Reliable
	2	0.5947	0.195	Valid & Reliable
	3	0.5042	0.195	Valid & Reliable
	4	0.5446	0.195	Valid & Reliable
Faktor Emosional (kinerja) Alpha = 0.6983	1	0.5451	0.195	Valid & Reliable
	2	0.4176	0.195	Valid & Reliable
	3	0.5883	0.195	Valid & Reliable
Harga (kinerja) Alpha = 0.7468	1	0.5254	0.195	Valid & Reliable
	2	0.5330	0.195	Valid & Reliable
	3	0.4878	0.195	Valid & Reliable
	4	0.6194	0.195	Valid & Reliable
Biaya Untuk Mendapatkan Jasa (kinerja) Alpha = 0.6278	1	0.3344	0.195	Valid & Reliable
	2	0.4424	0.195	Valid & Reliable
	3	0.5449	0.195	Valid & Reliable

Sumber : Data primer (2022)

Profil responden dari konsumen JWnet berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan jenis pekerjaan adalah sebagaimana berikut ini.

Tabel 3. Profil responden JWnet

No	Kategori	Responden	Persentase
1	Pekerjaan		
	Mahasiswa	29	29
	PNS	9	9
	Wirausaha	44	44
	Lain-lain	18	18
2	Pendidikan		
	Universitas	24	24
	SLTA	66	66
	SLTP	10	10
3	Umur		
	13-18	15	15
	19-25	18	18
	26-30	22	22
	31-40	38	38
	41-55	7	7
4	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	37	37
	Perempuan	63	63

Sumber : Data primer (2022)

Menurut Tjiptono, 2004, tingkat kepuasan konsumen bisa terpenuhi apabila kinerja lebih baik atau sama dengan harapan dari seorang konsumen. Dan tingkat kepuasan dari 100 sampel konsumen JWnet adalah sebagaimana berikut ini.

Tabel 4. Tingkat kepuasan konsumen JWnet

No	Kepuasan	Responden	Persentase
1	Sangat puas	80	80
2	Puas	5	5
3	Tidak Puas	15	15
	Total	100	100

Sumber : Data primer (2022)

Selanjutnya tingkat kepuasan dikaitkan sesuai dengan profil konsumen yaitu jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan sebagaimana dalam tabel berikut ini.

Tabel 5. Tingkat kepuasan berdasarkan profil konsumen

No	Profil	Tidak Puas	Puas	Sangat Puas	Total
1	Pekerjaan				
	Mahasiswa	3	0	26	29
	PNS	0	5	4	9
	Wirausaha	8	0	36	44
	Lain-lain	4	0	14	18
2	Tingkat Pendidikan				
	Universitas	5	1	18	24
	SLTA	8	3	55	66
	SLTP	2	1	7	10
3	Jenis Kelamin				
	Laki-Laki	7	0	30	37

	Perempuan	8	5	50	63
4	Umur				
	13-18	5	0	10	15
	19-25	3	3	12	18
	26-30	3	0	19	22
	31-40	2	2	34	38
	41-55	2	0	5	7

Sumber : Data primer (2022)

Variabel kualitas jasa, pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya untuk mendapatkan jasa kemudian memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap kepuasan konsumen sebagaimana dalam tabel berikut ini.

Tabel 6. Tingkat kepuasan tiap variabel

No	Variabel	Sangat Puas	Puas	Tidak Puas
1	Kualitas	65	50	15
2	Pelayanan	67	52	15
3	Faktor Emosional	60	45	15
4	Harga	60	45	15
5	Biaya untuk mendapatkan jasa	65	50	15

Sumber : Data primer (2022)

Kemudian dengan menggunakan one way ANOVA dilakukan pengukuran untuk membuktikan perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan variabel yang ada sebagaimana dalam tabel berikut ini.

Tabel 7. Perbedaan tingkat kepuasan

No	Variabel	N	F Hitung	F Tabel	Siginifikan
1	Jenis Kelamin	100	0.824	3.09	0.366
2	Umur	100	0.708	3.09	0.588
3	Pendidikan	100	3.120	3.09	0.049
4	Pekerjaan	100	0.532	3.09	0.661

Sumber : Data primer (2022)

1. Profil responden

Dari tabel 3 tentang persentase profil konsumen, bisa disimpulkan bahwa konsumen JWnet didominasi oleh kelompok wirausaha dari jenis pekerjaan yaitu sebesar 44%. Hal ini dikarenakan dari kategori jenis pekerjaan, konsumen didominasi oleh pelaku wirausaha atau UMKM yang sangat membutuhkan koneksi internet untuk menjalankan usahanya baik untuk keperluan transaksi maupun promosi. Sedangkan dari tingkat pendidikan, konsumen JWnet didominasi oleh tingkat SLTA yaitu sebesar 66%. Hal ini bukan berarti bahwa mayoritas konsumen berusia tingkat SLTA melainkan tingkat pendidikannya adalah SLTA. Sedangkan dari segi umur didominasi oleh usia produktif yaitu umur 31-40 sebesar 38%. Sedangkan dari jenis kelamin, responden yang dominan adalah perempuan yaitu 63%. Tetapi hal ini juga bukan berarti bahwa mayoritas konsumen JWnet adalah perempuan.

2. Tingkat kepuasan konsumen

Dari tabel 4 tentang tingkat kepuasan konsumen, bisa disimpulkan bahwa secara umum 80% konsumen sangat puas dan 5% menyatakan puas terhadap pelayanan jasa internet dari JWnet. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja JWnet melebihi harapan dari konsumen meskipun ada 15% konsumen yang tidak puas. Kemudian tingkat kepuasan konsumen setelah dikaitkan dengan profil konsumen yaitu jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan sesuai yang tertera pada tabel 5 menunjukkan bahwa ketidakpuasan pelayanan jasa internet

didominasi oleh konsumen yang berprofesi sebagai wirausaha dan mahasiswa dimana total keduanya adalah 11%. Hal ini dikarenakan dua jenis pekerjaan ini sangat membutuhkan layanan yang sangat baik sehingga jika ada kendala tentu akan menghambat produktifitas yang ingin dicapai. Sedangkan dari segi tingkat pendidikan, tingkat universitas dan SLTA juga mendominasi dimana total keduanya adalah 13%. Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen yang merupakan pelaku wirausaha atau UMKM memiliki tingkat pendidikan yang didominasi oleh SLTA dan universitas.

3. Perbedaan tingkat kepuasan konsumen

Ditinjau dari jenis kelamin, berdasarkan informasi dari tabel 7, bisa disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen laki-laki dan perempuan relatif sama. Dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$. Sedangkan ditinjau dari jenis umur, berdasarkan informasi dari tabel 7, bisa disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan di antara kelompok umur tertentu. Dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$. Hal ini dikarenakan hampir semua kelompok umur membutuhkan koneksi internet yang pelayanannya bagus. Kemudian ditinjau dari tingkat pendidikan konsumen, berdasarkan informasi dari tabel 7, bisa disimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini dikarenakan pelaku wirausaha atau UMKM yang menjadi konsumen JWnet rata-rata masih memiliki tingkat pendidikan SLTA. Dan yang terakhir ditinjau dari jenis pekerjaan, berdasarkan informasi dari tabel 7, bisa disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan di antara jenis pekerjaan tertentu. Dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$. Hal ini dikarenakan hampir semua jenis pekerjaan saat ini membutuhkan layanan koneksi internet. Kemudian dari segi umur, jika di total, 10% dari umur 19-55 menyatakan tidak puas dengan pelayanan yang didapatkan. Hal ini dikarenakan dari rentang umur tersebut banyak yang mempunyai pekerjaan sebagai mahasiswa maupun pelaku wirausaha. Dan yang terakhir dari jenis kelamin, 15% dari konsumen yang merasa tidak puas terhadap pelayanan jasa internet tidak ada dominasi yang terlalu besar dimana 8% nya adalah perempuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh perempuan yaitu sebesar 63%, responden yang berumur antara 31-40 tahun sebanyak 38%, sedangkan tingkat pendidikan yang dominan adalah SLTA yaitu sebesar 66% dan jenis pekerjaan responden yang paling banyak adalah wirausaha yaitu sebesar 44%.

Berdasarkan tingkat kepuasan konsumen dimana harapan dan kinerja dibandingkan, menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh JWnet sudah melebihi dari apa yang diharapkan oleh konsumen yaitu sebesar 80% yang menyatakan sangat puas sekali, 5% menyatakan puas dan 15% menyatakan tidak puas terhadap pelayanan dari JWnet. Dari 15% ini berdasarkan jenis pekerjaan di dominasi oleh wirausaha dan mahasiswa dimana total keduanya adalah 11%. Hal ini dikarenakan dua pelaku wirausaha sangat membutuhkan layanan yang sangat baik dalam hal transaksi dan promosi usahanya dan mahasiswa juga sangat membutuhkan layanan yang sangat baik dalam hal proses perkuliahan daring dan proses pengerjaan tugas. Sehingga jika ada kendala meskipun sebentar tentu bisa mengurangi tingkat kepercayaan dan kepuasan pelayanan yang ada dari JWnet. Sedangkan dari segi tingkat pendidikan, tingkat universitas dan SLTA juga mendominasi dimana total keduanya adalah 13%. Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen yang merupakan pelaku wirausaha atau UMKM memiliki tingkat pendidikan yang didominasi oleh SLTA dan universitas. Tingkat pendidikan memiliki perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini dikarenakan perbedaan tingkat kebutuhan dalam menggunakan layanan internet.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. Jakarta: APJII. Retrieved from <https://apjii.or.id/>.
- Astuti, D., & Lutfi, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132-144.
- Irawan, H. (2008). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, P. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Mayasari, N., Irianto, H., & Sundari, M. (2017). Sikap dan Keterlibatan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Beras di Pasar Modern Kota Surakarta. *Agrista Vol. 5 No. 1*, 68-78.
- Ngatmo, & Bodroastuti, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala*.
- Rabiqy, Y. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Telkomsel Di Banda Aceh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 1(1).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.