

## Peran Nilai Pelayanan Kualitas Produk IndiHome terhadap Kepuasan Pelanggan

**Minda Agustina**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Azhari Akmal Tarigan**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. William Iskandar Ps. Medan Estate

Korespondensi penulis: [mindaagustinaa@gmail.com](mailto:mindaagustinaa@gmail.com)

**Abstract:** *This research examines the crucial role of service value and product quality of IndiHome services in influencing customer satisfaction at PT. Telkom Indonesia Tbk, Kandatel Kabanjahe. PT. Telkom Indonesia Tbk, as a State-Owned Enterprise (BUMN), plays a strategic role in the information and communication technology industry in Indonesia. The company's primary focus is to advance society through a range of products and services, with IndiHome as one of its flagship offerings. This study employs a qualitative approach, gathering data through interviews, field observations, and document analysis. The findings indicate that the quality of internet connection, myIndiHome application, and customer loyalty program significantly impact customer satisfaction. A fast and stable internet connection provides users with a better experience. The myIndiHome application facilitates easy access and management of services for customers. Meanwhile, the customer loyalty program successfully retains subscriptions. This research concludes that customer satisfaction is not just an end goal, but also the foundation for building strong and mutually beneficial long-term relationships.*

**Keywords:** *Internet Connection Quality, IndiHome Services, Customer Satisfaction.*

**Abstrak:** Penelitian ini mengkaji peran penting dari nilai pelayanan dan kualitas produk layanan IndiHome terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telkom Indonesia Tbk, Kandatel Kabanjahe. PT. Telkom Indonesia Tbk sebagai perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), memegang peranan strategis dalam industri teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia. Fokus utama perusahaan adalah memajukan masyarakat melalui berbagai produk dan layanan dengan IndiHome sebagai salah satu produk unggulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan analisis dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas koneksi internet, aplikasi myIndiHome dan program loyalitas pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas koneksi internet yang cepat dan stabil memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Aplikasi myIndiHome memudahkan akses dan pengelolaan layanan bagi pelanggan. Sementara itu, program loyalitas pelanggan berhasil mempertahankan langganan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan bukan hanya sebagai tujuan akhir, tetapi juga merupakan fondasi untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat dan saling menguntungkan.

**Kata kunci:** Kualitas Koneksi Internet, layanan IndiHome dan Kepuasan Pelanggan.

### LATAR BELAKANG

PT. Telkom Indonesia Tbk adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berperan penting dalam industri jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta jaringan telekomunikasi di Indonesia. Sebagai pelaku utama dalam sektor ini, Telkom telah mengambil komitmen untuk menjadi digital terco pilihan utama dengan tujuan untuk memajukan masyarakat. Melalui berbagai produk dan layanan, Telkom memenuhi kebutuhan telekomunikasi yang berkembang pesat di negara ini. Salah satu produk unggulan Telkom adalah IndiHome yang mana sebuah layanan internet rumah Triple Play yang mencakup telepon rumah, akses internet cepat hingga 300 Mbps melalui koneksi serat optik dan televisi

---

Received Agustus 30, 2023; Revised September 30, 2023; Accepted Oktober 27, 2023

\* Minda Agustina, [mindaagustinaa@gmail.com](mailto:mindaagustinaa@gmail.com)

interaktif dengan beragam fitur lengkap. IndiHome meraih popularitas yang tinggi dan memiliki jangkauan luas di seluruh penjuru Indonesia. Dengan komitmen IndiHome yang terwujud dalam moto “We Are Here, We Do Care,” perusahaan berupaya secara terus-menerus untuk meningkatkan kualitas produk serta pelayanannya.

IndoHome telah menunjukkan dedikasi untuk berinovasi demi memberikan solusi dan pengalaman digital terbaik bagi pelanggan. Ini tercermin dalam berbagai inisiatif termasuk penyediaan aplikasi myIndiHome, program loyalitas pelanggan, layanan “*Speed on Demand*” opsi peningkatan kecepatan dan paket tambahan untuk televisi IndiHome. Kolaborasi dengan penyedia konten digital seperti Netflix juga menjadi salah satu upaya untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah dua faktor kunci yang secara signifikan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri pun dapat diartikan sebagai evaluasi subjektif yang dapat dibuat oleh pelanggan terkait dengan kinerja atau hasil yang diperoleh dalam perbandingan dengan ekspektasi mereka. Lebih dari sekedar evaluasi, kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan bukan hanya sekedar tujuan pemasaran tetapi juga merupakan fondasi utama dari keberlanjutan bisnis. Dengan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan mampu meningkatkan profitabilitas melalui peningkatan frekuensi pembelian, penurunan biaya akuisisi pelanggan baru serta peningkatan referensi positif yang berkontribusi pada citra mereka secara keseluruhan.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan seperti PT. Telkom Indonesia Tbk untuk terus mengukur dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Tindakan ini tidak hanya akan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar, tetapi juga akan memastikan bahwa IndiHome tetap menjadi pilihan utama dan relevan bagi pelanggan di wilayah Kabanjahe. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan menyoroti peran penting dari nilai pelayanan dan kualitas produk IndiHome terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telkom Indonesia Tbk, Kandatel Kabanjahe.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Gambaran Umum PT. Telkom Kabanjahe**

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT. Telkom) adalah perusahaan terkemuka di sektor komunikasi dan telekomunikasi Indonesia. Berdiri sejak 23 Oktober 1856, PT. Telkom pertama kali menyediakan layanan telegraf antara Batavia (Jakarta) dan Bogor di bawah pemerintahan Belanda. Setelah kemerdekaan, pemerintah Indonesia membentuk Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (“PN Postel”) pada tahun 1961. Pada tahun 1965, jasa telekomunikasi dipisah

dari layanan pos, membentuk Perusahaan Negara Telekomunikasi ("PN Telekomunikasi"). Kemudian, pada tahun 1974, perusahaan ini menjadi Perumtel dan pada tahun 1991 berubah menjadi PT. Telekomunikasi Indonesia, status yang masih berlaku hingga saat ini. Pada tahun 2012, Telkom mengukuhkan posisinya sebagai penyelenggara times (Telecommunication Information Media Entertainment and Services) untuk meningkatkan nilai bisnis. Telkom juga memperkenalkan logo dan tagline baru, "the world in your hand." Selanjutnya, Telkom memperluas operasinya ke luar negeri di Asia dan Amerika. Perusahaan ini juga melakukan investasi besar dalam infrastruktur telekomunikasi, termasuk proyek kabel serat optik di bawah laut yang menghubungkan berbagai pulau di Indonesia. Telkom juga menyediakan akses internet berkecepatan tinggi, meluncurkan layanan 4G melalui anak perusahaannya, Telkomsel, dan memperkenalkan IndiHome yang menyediakan akses internet, telepon rumah, dan TV interaktif bagi pelanggan mereka.

### **Kualitas Koneksi Internet**

Kualitas koneksi internet menjadi salah satu aspek penting dalam menentukan kepuasan pelanggan terhadap layanan IndiHome. Kecepatan koneksi menentukan seberapa cepat pengguna dapat mengakses dan memanfaatkan konten daring. Dalam hal ini, evaluasi akan memperhitungkan rata-rata kecepatan unduh dan unggah serta seberapa konsisten koneksi tersebut dipertahankan selama penggunaan sehari-hari (Mahira, Hadi, & Nastiti, 2021). Kualitas koneksi internet bukan hanya sekedar angka-angka teknis, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada pengalaman pengguna secara keseluruhan. Kecepatan dan stabilitas koneksi yang baik memungkinkan pelanggan untuk menjelajahi internet, menonton konten streaming, bermain game daring dan melakukan berbagai aktivitas daring dengan lancar dan tanpa hambatan (Syahwi & Pantawis, 2021). sebaliknya menurut (Armanto, 2018), koneksi yang lambat atau tidak stabil dapat menyebabkan frustrasi dan mengganggu produktivitas pengguna. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang kualitas koneksi IndiHome akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana hal ini dapat mempengaruhi pengalaman pengguna dan akhirnya memperoleh kepuasan mereka.

### **Pengalaman Pengguna dengan Aplikasi myIndiHome**

Aplikasi myIndiHome merupakan alat yang memainkan peran dalam hal memperkaya pengalaman pengguna IndiHome. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan akses mudah dan intuitif kepada berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan oleh IndiHome (Hamdallah & Aulia, 2020). Aplikasi IndiHome tidak hanya sekedar alat teknis, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap pengalaman pengguna IndiHome secara keseluruhan. Kualitas dan kinerja myIndiHome dapat mempengaruhi sejauh mana pelanggan merasa terhubung dan terlayani dengan baik oleh perusahaan (Setiotirin, 2018). Jika aplikasi ini menyediakan pengalaman

yang positif dan mempengaruhi kebutuhan pengguna dengan baik, maka hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cepat (Sudirman, Firjatullah, Zulyatno, & Wira, 2022). Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana myIndiHome mempengaruhi pengalaman pengguna adalah perna penting dalam mengevaluasi sejauh mana aplikasi ini berkontribusi pada kepuasan pelanggan IndiHome.

### **Program Loyalitas Pelanggan**

Program loyalitas pelanggan merupakan strategi penting yang diadopsi oleh perusahaan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Program ini dirancang untuk memberikan insentif dan penghargaan kepada pelanggan setia sebagai bentuk pengakuan atas dukungan mereka (Ndun, 2019). Hal ini pun dapat berupa diskon eksklusif, upgrade layanan atau akses prioritas ke fitur-fitur tertentu. Pelanggan yang terlibat aktif dalam program ini cenderung untuk tetap menggunakan layanan IndiHome dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Mereka merasakan nilai tambahan dari keikutsertaan dalam program ini, yang dapat mencakup penghematan uang atau akses eksklusif ke layanan tambahan (Setiotirin, 2018). Dengan menawarkan program yang menguntungkan, perusahaan menunjukkan komitmen mereka terhadap kepuasan pelanggan dan memberikan sinyal positif tentang nilai yang mereka letakan pada setiap pelanggan (Permata & Sudradjat, 2022). Oleh karena itu, memahami bagaimana program loyalitas mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap IndiHome dan citra perusahaan adalah penting untuk mengukur dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara deskriptif dengan menganalisis melalui wawancara, observasi lapangan, dan analisis terhadap dokumen terkait. Semakin dalam hal yang diteliti yang terdapat di dalam suatu data maka dapat dikatakan kalau penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif yang berdasarkan pada *postpositivisme*, filsafat akal yang bermanfaat untuk mempelajari objek permasalahan yang terjadi. Peliti dilibatkan untuk *keytools* yang digunakan sebagai sampling dan narasumber. Dengan data yang dihasilkan menggunakan teknik pengumpulan data yang lebih menekankan pada relevansi daripada generalisasi (Sugiyono, 2014). Dengan begitu salah satu tujuan penelitian kualitatif ini ialah untuk menjadikan fakta/fenomena yang terjadi pada kasus ini dipahami oleh pembacanya dan menghasilkan hipotesis yang baru (Monique Hennink & Bailey, 2020). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengkaji hubungan kegiatan, situasi atau materi. Artinya penelitian kualitatif lebih ditekankan pada uraian

komprehensif yang dapat menjelaskan informasi tentang kegiatan atau situasi apa yang sedang terjadi (Yusanto, 2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas koneksi internet memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Telkom Indonesia Tbk, Kandatel Kabanjahe. Kualitas koneksi yang cepat dan stabil memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, memungkinkan pelanggan untuk menggunakan layanan IndiHome tanpa hambatan. Selain itu, aplikasi myIndiHome juga terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Aplikasi yang *user-friendly* dan informatif memudahkan akses pelanggan ke berbagai fitur dan informasi terkait layanan IndiHome. Hal ini memberikan pelanggan kontrol lebih besar atas pengalaman mereka dengan layanan tersebut.

Program loyalitas pelanggan juga terbukti efektif dalam mempertahankan pelanggan, pelanggan yang terlibat aktif dalam program ini cenderung lebih puas dan cenderung mempertahankan langganannya mereka dengan Indihome. Program ini memberikan insentif tambahan bagi pelanggan untuk tetap setia dengan layanan IndiHome. Kualitas koneksi yang andal, aksesibilitas melalui aplikasi myIndiHome dan program loyalitas yang efektif merupakan peran penting dalam meningkatkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Adanya koneksi internet yang lambat atau tidak stabil dapat berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga menekankan pentingnya untuk terus meningkatkan infrastruktur teknologi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat.

Aplikasi myIndiHome mempermudah pelanggan dalam mengakses layanan dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia, pelanggan dapat dengan mudah mengelola akun mereka, memantau penggunaan dan memperoleh informasi terbaru tentang layanan IndiHome. Program loyalitas pelanggan bukan hanya sekedar insentif, tetapi juga menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan. Hal ini memungkinkan PT. Telkom Indonesia Tbk untuk membangun basis pelanggan yang kuat dan setia dan memberikan stabilitas finansial jangka panjang.

Analisis ini menegaskan pentingnya untuk mempertahankan fokus pada kualitas produk dan pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan terus memantau dan meningkatkan seluruhnya, perusahaan dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasar mereka dalam industri telekomunikasi, penelitian ini adalah bahwa kepuasan pelanggan sangat terkait dengan strategi perusahaan yang berfokus pada peningkatan aspek-aspek ini yang akan membawa manfaat besar dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa respon waktu dari tim dukungan pelanggan IndiHome memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan lebih cenderung lebih puas ketika mereka mendapatkan bantuan atau respon cepat terkait masalah atau pertanyaan mereka. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mempertahankan standar tinggi dalam hal pelayanan pelanggan. Faktor harga juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pelanggan cenderung lebih puas ketika mereka merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang lebih sepadan dengan biaya langganan mereka. Strategi penetapan harga yang bijak dan transparansi dalam biaya langganan adalah kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain kualitas produk dan pelayanan, komunikasi yang efektif juga terbukti menjadi fakta penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung lebih puas ketika mereka mendapatkan informasi secara jelas dan tepat waktu terkait pembaruan layanan, promosi dan perubahan kebijakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umpan balik dari pelanggan merupakan sumber yang berharga untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Mengadopsi pendekatan proaktif dalam mendengarkan dan menanggapi masukan pelanggan dapat membantu perusahaan untuk terus berkembang dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Nilai pelayanan dan kualitas produk yang disediakan oleh IndiHome memainkan peran krusial dalam membentuk kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti responsifitas tim dukungan pelanggan, harga yang sepadan, komunikasi yang efektif, dan inovasi juga memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penting bagi PT. Telkom Indonesia Tbk untuk mempertahankan standar tinggi dalam hal kualitas produk dan pelayanan, serta memastikan bahwa pelanggan merasa nilai yang mereka terima sebanding dengan biaya langganan mereka. Selain itu, memperhatikan umpan balik pelanggan dan mengadopsi pendekatan proaktif dalam mendengarkan kebutuhan mereka adalah kunci untuk terus meningkatkan pengalaman pelanggan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri telekomunikasi, inovasi juga menjadi faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Memberikan akses kepada pelanggan terhadap teknologi terbaru dan fitur-fitur inovatif dapat memperkuat hubungan dengan mereka. Dalam jangka panjang, kepuasan pelanggan bukan hanya tujuan akhir, tetapi merupakan fondasi untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat dan saling menguntungkan. Dengan terus memantau dan meningkatkan aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, PT. Telkom Indonesia Tbk dapat memastikan bahwa mereka tetap relevan dan efektif dalam

memenuhi harapan pelanggan di tengah perubahan dinamika industri telekomunikasi. Dengan demikian, perusahaan dapat mempertahankan keunggulannya di pasar yang kompetitif dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin di industri ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Armanto, I. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome Triple Play. E-Jurnal Manajemen Unud, VII(3). doi: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p06>
- Hamdallah, A., & Aulia, P. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi myIndihome. Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, IV(3). doi: <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.319>
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Jurnal Korelasi, I(1). Diambil kembali dari <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1233/0>
- Monique Hennink, I. H., & Bailey, A. (2020). Qualitative Research Methods. London: Sage Pub.
- Ndun, L. A. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Layanan Internet Indihome. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, III(1). doi: <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4929>
- Permata, N. N., & Sudradjat, R. H. (2022). Strategi Integrated Marketing Communications Indihome Bekasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Program High Value Customer. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), III(6). doi: <https://doi.org/10.37385/msej.v3i6.1134>
- Setiotirin, R. W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran IndiHome Melalui Aplikasi Mobile MyIndiHome ( Studi Kasus di Dikrektorat PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Jurnal Humaniora, I(1). doi: <https://doi.org/10.29313/idea.v0i0.4175>
- Sudirman, Firjatullah, Zulyatno, & Wira, M. N. (2022). Interaksi Manusia Dan Komputer Pada Tinjauan Model Pengguna Indihome. Dspace Repository. Diambil kembali dari <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/951>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D . Bandung: Alfabeta.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome (Studi Kasus Pada PT. Telkom Kota Semarang. Journal of Economics and Banking , III(2). Diambil kembali dari <https://scholar.archive.org/work/24zgti6jejhevjcunbmsgfbcbu/access/wayback/http://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/download/202/162>
- Yusanto, Y. (2019). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. Journal Of Scientific Communication Vol.1 Issue 1.