

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan. Persaingan yang cukup ketat di Industri Telekomunikasi Indonesia justru semakin memberikan keuntungan bagi konsumen. Pasalnya, dari persaingan itu lahir berbagai promosi dan layanan untuk masyarakat Indonesia.

Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini, masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan handal maka merupakan peluang sekaligus tantangan bagi operator layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Pesatnya perkembangan teknologi akses jaringan dan teknologi yang berbasis internet memungkinkan bagi operator layanan untuk dapat menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) bagi pelanggannya yaitu layanan suara (telepon), data (*internet*) dan gambar (IP-TV) dalam satu jaringan akses atau dikenal dengan layanan *triple-play*.

Banyaknya perusahaan jasa telekomunikasi yang persaingannya semakin ketat untuk perkembangan sekarang ini yang membuat PT Telekomunikasi, Tbk

Witel Palembang melakukan inovasi untuk mengeluarkan produk terbaru dimana PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang merupakan salah satu perusahaan BUMN yang menyediakan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sector telekomunikasi menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) bagi pelanggannya yaitu layanan suara (telepon), data (*internet*) dan gambar (IP-TV) dalam satu jaringan akses atau dikenal dengan layanan *triple-play*. Indihome merupakan produk baru dari PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang yang dikeluarkan pada awal tahun 2015. Dikeluarkannya produk Indihome ini sehubungan dengan mulai beralihnya jaringan Telkom dari kabel tembaga ke kabel *fiber optic*.

Dalam penggunaan *Indihome* untuk pelanggan baru yang ingin berlangganan internet, mau tak mau juga harus berlangganan telepon rumah dan tv kabel *UseeTV* sehingga pelanggan harus sekaligus berlangganan 3 paket *indihome*, tidak bias hanya *internet* saja. Otomatis biaya berlangganan yang dikeluarkan oleh pelanggan juga menjadi lebih mahal, karena ada biaya tambahan tersebut. Tentunya harga ragam paket berlangganan yang tersedia di PT Telkom, Tbk Witel Palembang tersebut perlu disosialisasikan kepada seluruh masyarakat supaya masyarakat mengetahui paket langganan dan jenis paket yang ditawarkan oleh PT Telkom, Tbk Witel Palembang.

Menurut Hasan (2013:521) Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi

perusahaan sekarang penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.

Untuk terus mempertahankan dan mengembangkan pasar serta konsumen yang telah ada, maka perusahaan perlu mengadakan berbagai evaluasi terhadap elemen kegiatan promosi yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Adapun program pemasaran eksisting yang sudah dilakukan PT Telkom, Tbk Witel Palembang seperti: melakukan promosi dengan membuat spanduk, mobil *branding* avanza, mobil *branding* grand max, *sun screen*, *flyer*, brosur, flyer FTTH, dan rompi *sales force*.

Promosi menurut Suryadi (2011:8) adalah serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, member pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk.

Namun dari sekian banyak jenis promosi yang selama ini telah dilakukan belum diketahui sejauh mana tingkat efektivitasnya dalam meraih *audiens* asaran. Untuk bisa mengetahui sejauh mana pesan iklan yang telah dilakukan oleh PT Telkom, Tbk Witel Palembang dapat meraih *audiens* sasaran, yang lebih banyak di minati oleh para konsumen di bandingkan dengan para pesaingnya.

Dengan dilakukan *survei* awal Permasalahan yang muncul di dalam PT Telkom, Tbk Witel Palembang yaitu meliputi harga dan promosi penjualan (berupa kuesioner dari 20 responden).

Tabel 1.1 Harga Paket Internet Di Palembang

No	Nama Produk	Kapasitas Jaringan	Harga
1	Indihome	30 mbps	Rp. 595.000
		50 mbps	Rp. 1.225.000
		100 mbps	Rp. 1.890.000
2	My Republic	30 mbps	Rp. 458.400
		50 mbps	Rp. 513.400
		100 mbps	Rp. 557.400
3	MNC Play	30 mbps	Rp. 458.400
		50 mbps	Rp. 513.400
		70 mbps	Rp. 557.400
4	CBN Fiber	30 mbps	Rp. 399.000
		50 mbps	Rp. 799.000
		100 mbps	Rp. 1.229.000

Sumber : Indihime.co.id, myrepublicarea.com, mncplay.id, cbn.id

Dari tabel 1.1 diatas merupakan layanan internet yang ada tersedia di Palembang Sumatera Selatan. Di setiap produk memiliki kapasitas jaringan yang sama, tetapi di setiap produk menerapkan harga yang berbeda. Produk diatas tersedia dari berbagai macam pelayanan yang bisa dinikmati yaitu terdiri dari layanan suara (telepon), data (*internet*) dan gambar (IP-TV).

Tabel 1.2 *Survei Awal Harga Produk Indihome*

No	Pernyataan	Opsi Jawaban	
		Iya	Tidak
1	Telkom Indonesia sering menambahkan biaya jasa pemasangan diluar dari harga paket <i>indihome</i> yang ditawarkan	16	4
2	Biaya denda setiap keterlambatan pembayaran <i>indihome</i> relative mahal	11	9
3	Harga per paket <i>indihome</i> lebih mahal dibandingkan dengan produk internet lainnya	7	13
4	Harga paket <i>indihome</i> yang ditawarkan oleh Telkom Indonesia di lapangan dan di kantor sering berbeda.	13	7
5	Fasilitas pelayanan yang di dapatkan tidak sesuai dengan harga paket <i>indihome</i> yang dibayarkan	12	8

Sumber : Pengolahan data

Dari hasil table 1.2 survei diatas menunjukkan bahwa harga paket *indihome* yang di tawarkan oleh PT Telkom, Tbk Witel Palembang terbilang mahal yang membuat pelanggan merasa terbebani, terutama dengan pelanggan yang terlambat melakukan pembayaran, karena setiap pelanggan yang terlambat melakukan pembayaran akan terkena denda yang relatif mahal.

Tabel 1.3 *Survei Awal Promosi Produk Indihome*

No	Pernyataan	Opsi Jawaban	
		Iya	Tidak
1	Telkom Indonesia jarang mengadakan <i>event</i> yang bias menarik pelanggan baru.	20	0
2	Telkom Indonesia jarang memasang spanduk atau iklan diluar lingkungan kantor	15	5
3	Telkom Indonesia jarang memberikan souvenir kepada pelanggannya dalam bentuk topi, pena, blocknote dan sebagainya.	20	0
4	Telkom Indonesia jarang menawarkan hadiah menarik pada transaksi pembelian paket <i>indihome</i> tertentu.	16	14
5	Telkom Indonesia jarang melakukan promosi penjualan pada produk <i>indihome</i> melalui SMS, telepon, email dll.	20	0

Sumber: pengolahan data

Dari hasil tabel *survey* diatas menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan dan ditawarkan oleh PT Telkom, Tbk Witel Palembang masih sangat kurang yang membuat pelanggan ataupun konsumen yang baru ingin memasang *indihome* menjadi tidak tertarik dengan program paketantersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang.**

1.2 Rumusahan Masalah

Perumusan masalah merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian ilmiah. Perumusan masalah berguna untuk mengatasi permasalahan dalam pelaksanaan penelitian. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Indihome* PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang ?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Indihome* PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang ?
3. Apakah Harga dan Promosi Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *Indihome* PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Indihome* PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang?

2. Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Indihome* PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang ?
3. Untuk mengetahui apakah harga dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *Indihome* PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang ?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam memfokuskan penelitian agar masalah yang diteliti memiliki ruang lingkup dan arah yang jelas, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut yaitu ÷ Bahwa penelitian ini hanya untuk konsumen atau pelanggan PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang yang sudah menggunakan *indihome* baik perumahan maupun warnet.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dipergunakan :

1 Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan pemahaman berkaitan dengan manajemen pemasaran yang telah dipelajari di bangku perkuliahan.

2 Bagi PT Telekomunikasi, Tbk Witel Palembang.

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan agar bias dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk memecahkan suatu masalah di perusahaan tersebut.

3 Bagi Akademik

Sebagai referensi bagi para peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Keaslian Penelitian

Berikut adalah contoh penelitian terdahulu yang relevan dan menjadi acuan pada penelitian ini. Nawari, Nur Lailatul Mahfudho (2019) Fakultas Manajemen, dalam penelitiannya tentang "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Education Gondang Outbond (Wego) Lamongan". Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan oleh penulis terhadap kepuasan pengunjung wisata education gondang outbond sugio Lamongan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis sebagai berikut : 1. Berdasarkan uji t (secara parsial) variable promosi memiliki pengaruh negative kurang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Education Gondang Outbond (WEGO). 2. Berdasarkan uji t (secara parsial) variable kualitas produk memiliki pengaruh positive atau berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Education Gondang Outbond (WEGO). Berdasarkan uji t (secara parsial) variable harga tiket memiliki pengaruh positive atau berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Education Gondang Outbond (WEGO).

Iffatin Mubasyiroh, Ute Ch Nasution, Agung Pujiyanto (2018) Fakultas Manajemen dengan judul jurnal "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cv. Fastprint Indonesia, Jl. Manyar Kertoarjo Vii No. 36 Surabaya)". penelitian ini bertujuan untuk mempengaruhi pengaruh kualitas layanan, harga dan kepuasan promosi dan untuk mengetahui pengaruh dominan antara kualitas layanan, harga dan promosi

di CV. Cetak cepat Indonesia pada Januari 2018. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel nonprobability sampling adalah sampling insidental yang jumlah responden 100 orang-orang. Metode analisis data adalah analisis regresi linier berganda yang diproses dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 22. Variabel yang digunakan adalah layanan kualitas, harga dan promosi sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan variabel tak bebas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan pelanggan pada kualitas layanan, harga dan promosi yang secara simultan berpengaruh. Ini bisa ditunjukkan dengan nilai $F = 55.615$, $\text{sig } 0,000$ dan R^2 nilai $0,623$ yang berarti $62,3\%$ kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas layanan, harga dan promosi sedangkan $37,7\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diperiksa dalam penelitian ini.

Rachmad Adi Nugroho (2015), Fakultas Teknik Industri dengan judul jurnal "Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa transportasi menggunakan metode *servqual* dan *pgcv* (*potential gain in customer value*)". Berdasarkan hasil dan analisis data dapat disimpulkan bahwa Pelanggan BPU. Rosalia Indah menilai kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan cukup memuaskan, namun belum sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini bisa dilihat dari tingkat kepuasan terhadap kenyataan yang diterima pelanggan dengan rata-rata cukup memuaskan ($3,05$), namun belum sesuai dengan rata-rata tingkat harapan pelanggan yaitu $4,39$.

Berdasarkan dari ketiga penelitian terdahulu tersebut, maka persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama berpengaruh pada

harga, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian dengan objek yang berbeda, Di penelitian terdahulu ke 1 memiliki variabel kualitas produk, Sedangkan dipenelitian terdahulu ke 2 variabel yang digunakan yaitu variabel kualitas pelayanan dan dipenelitian terdahulu ke 3 bertujuan untuk mengukur tingkatan kepuasan pelanggan dengan metode *servqual* dan *pgcv* (*potential gain in customer value*).