

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini, telekomunikasi memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan manusia, melalui teknologi komunikasi manusia dapat saling tukar menukar informasi dari jarak jauh dengan waktu yang relative cepat dan efisien. Dengan perkembangan teknologi yang pesat dan sadar akan pentingnya mendapatkan informasi membuat banyak orang tertarik untuk menggunakan internet sebagai alternative untuk dapat mengakses informasi melakukan aktivitas komunikasi dengan menggunakan internet.

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 *triple-play*.

Banyaknya provider penyedia jasa telekomunikasi yang persaingannya semakin ketat untuk perkembangan sekarang ini yang membuat PT Telkom melakukan inovasi untuk mengeluarkan promosi sebuah produk terbaru dimana PT Telkom merupakan salah satu perusahaan BUMN yang menyediakan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sektor telekomunikasi menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) bagi pelanggannya yaitu (telepon), data (internet) dan gambar (IP-TV) dalam satu jaringan akses atau dikenal dengan layanan *triple-play*.

Tabel 1.1 Perbandingan Data Harga Provider Internet di Indonesia 2020

provider	speed	Harga/bulan	aktivasi	bonus
Indihome	10 mbps	Rp.330 rb	Rp.150 rb	Internet
	20 mbps	Rp.445 rb	Rp.150 rb	Tv channel
	30 mbps	Rp.595 rb	Rp.75 rb	Telpon rumah
MNC Play	10 mbps	Rp.230 rb	Rp.200 rb	Internet
	20 mbps	Rp.330 rb		Tv channel
	50 mbps	Rp.789 rb		
Biznet	50 mbps	Rp.300 rb	Rp.750 rb	Internet
	100 mbps	Rp.450 rb		Video on demand
First Media	12 mbps	Rp.323 rb	Rp.200 rb	Internet
	20 mbps	Rp.469 rb		video on demand
	32 mbps	Rp.789 rb		

Sumber : id.techinasia.com

IndiHome merupakan layanan Triple Play dari telkom yang terdiri dari internet on Fiber atau High Speed Internet, Phone (Telepon Rumah), dan IPTV (UseeTV Cable), Indihome merupakan produk baru dari PT Telkom yang dikeluarkan pada awal tahun 2015.

Dikeluarkannya produk indihome ini sehubungan dengan mulai beralihnya jaringan telkom dari kabel tembaga (speedy) ke kabel fiber optic. Akan tetapi produk indihome ini masih banyak calon pelanggan yang belum mengetahui apa itu indihome dan berbagai keunggulan dan fasilitas yang dimiliki dari pengguna indihome. Indihome merupakan produk bundling sehingga harga yang ditawarkan

kepada pelanggan juga harga paket yang sesuai kebutuhan paket yang di gunakan oleh pelanggan. Disisi lain untuk pelayanan jaringan fiber optic ini belum semua wilayah di Lampung terlayani sedangkan juga sebagian masyarakat berminat untuk berlangganan indihome. Hal ini lah yang perlu di perhatikan oleh pihak Telkom Metro Lampung apabila dalam penyaluran indihome tidak bisa maksimal maka untuk meningkatkan pengguna indihome juga belum berjalan sesuai target yang direncanakan.

Dalam penggunaan indihome untuk pelanggan baru yang ingin berlangganan internet, mau tak mau juga harus berlangganan telepon rumah dan tv kabel UseeTV. jadi pelanggan harus sekaligus berlangganan 3 paket tidak bisa hanya internet saja sedangkan provider lain mempunyai layanan internet saja. Otomatis biaya berlangganan yang dikeluarkan oleh pelanggan juga menjadi lebih mahal, karena ada biaya tambahan tersebut. Tentunya ragam paket berlangganan yang tersedia di Telkom tersebut perlu disosialisasikan kepada seluruh masyarakat supaya masyarakat mengetahui paket langganan dan jenis paket yang ditawarkan oleh Telkom sehingga akan mampu membantu masyarakat memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan mereka sosialisasi ini bisa berupa mengadakan event-event menarik dimasyarakat serta promosi di media sosial karena promosi sebelumnya hanya dari pintu ke pintu (*door to door*). Tujuan Promosi ini merupakan proses bagi anggota masyarakat untuk mengenalkan program yang dilakukan secara terus menerus dengan harapan bisa diketahui masyarakat lain.

Tebal 1.2 Data Penjualan Setiap Tahun di Telkom Metro

NO	Tahun	Penjualan
1	2015	1320
2	2016	2450
3	2017	3980
4	2018	4670
5	2019	4022

Sumber : Telkom Indihome Metro

Indihome merupakan produk baru yang diluncurkan oleh PT Telkom merupakan tantangan bagi Telkom untuk memilih strategi marketing yang tepat sehingga mampu meningkatkan pemahaman produk tersebut ke pelanggan, meningkatkan penetrasi kepasar, dan mampu memenangkan persaingan di bisnis layanan *multi service*.

Dalam sebuah perusahaan untuk mencapai kesuksesan tidak luput dari kegiatan promosi yang sangat menunjang keberhasilan perusahaan. Fungsi utama perusahaan adalah melakukan strategi promosi, strategi promosi adalah rencana untuk mengenalkan sebuah produk agar dikenal oleh masyarakat luas.

Dan memberikan jaringan yang menyeluruh supaya bisa dinikmati oleh masyarakat luas mengingat jaringan yang saat ini belum tersalurkan kepada konsumen yang benar-benar membutuhkan, jaringan sekarang yang ada didirikan hanya dengan spekulasi semata tanpa adanya riset dilapangan mengakibatkan pelayanan indihome tidak mengarah kepada ke pelanggan yang benar-benar membutuhkan.

Oleh karena itu PT Telkom Metro Lampung harus memahami strategi promosi pemasaran yang efektif dan efisien agar pelanggan tetap loyal terhadap produk baru Telkom yaitu Indihome. Berdasarkan uraian diatas penulis maka tertarik mengambil judul :

“Pengaruh Promosi (*Promotion*), Harga (*Price*) dan Ketersediaan Jaringan (*Network Availability*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wifi Telkom Indihome Metro”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang ada diatas, dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Apakah strategi promosi yang diterapkan pada PT Telkom Metro berpengaruh terhadap pembelian wifi telkom indihome?
2. Apakah tingkat harga yang dikeluarkan oleh PT Telkom Indihome Metro berpengaruh terhadap pembelian wifi telkom indihome?
3. Apakah ketersediaan jaringan PT Telkom Metro berpengaruh terhadap pembelian wifi telkom indihome?

4. Apakah strategi promosi, harga dan tingkat ketersediaan jaringan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian wifi telkom indihome metro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian wifi indihome Telkom metro.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian wifi Telkom indihome metro.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ketersediaan Jaringan terhadap keputusan pembelian wifi Telkom indihome metro.
4. bertujuan untuk mengetahui pengaruh simultan ke tiga variabel independent terhadap variabel dependent.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
Untuk menambah wawasan dan pengetahuan,serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di meja perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya di lapangan.
2. Bagi PT Telkom Metro Lampung
Dapat digunakan sebagai masukan dan referensi yang dapat dipertimbangkan oleh PT Telkom Metro Lampung atas strategi Promosi yang akan diterapkan untuk bersaing dengan perusahaan telekomunikasi lainnya dalam mencapai peningkatan pengguna layanan Indihome.
3. Bagi Universitas Muhammadiyah Metro
Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi serta sumbangan pemikiran dan ide pengembangan ilmu komunikasi pemasaran sebagai bahan masukan dan referensi untuk penelitian berikutnya.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu usaha atau pekerjaan yang dilakukan untuk menemukan jalan sebagai pemecahan permasalahan yang akan ditulis secara sistematis untuk menghasilkan karya ilmiah yang baik.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan pemecahan masalah dengan berdasarkan uraian yang tidak berwujud angka. Pendekatan kualitatif diperoleh antara lain informasi-informasi mengenai PT Telkom Metro Lampung.

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu :

1. Observasi (pengamatan)
2. Dokumentasi
3. Wawancara

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan kondisi yang terjadi sebenarnya secara konkret dan nyata serta mengklasifikasikan data dari hasil penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini digunakan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang Penelitian, Identifikasi dan Perumusan masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penelitian

BAB II : KAJIAN TEORITIK

Bab ini berisi tentang Deskripsi Teori, Kerangka Pemikiran, Hasil Penelitian yang Relevan dan Hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis Penelitian, Objek dan Lokasi Penelitian, Metode Penelitian (Operasional Variabel, Populasi dan Sampel), Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Gambaran Umum dan Objek Penelitian, Sejarah Umum Perusahaan, Struktur Organisasi Perusahaan, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang Kesimpulan, Saran, Daftar Pustaka dan Lampiran-Lampiran.

