

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk**

PT. Telkom Group adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. PT. Telkom Indonesia melayani jutaan pelanggan diseluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. PT. Telkom Indonesia juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom:

##### *a. Telecommunication*

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis legacy Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak *Plain Ordinary Telephone Service (POTS)*, telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilaani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) serta korporasi.

##### *b. Information*

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah *New Economy Business (NEB)*. Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan transaksi yang mencakup *Value Added Services (VAS)* dan *Managed Application/IT Outsourcing (ITO)*, *e-Payment* dan *IT enabler Services (ITeS)*.

c. *Media*

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan *Free To Air* (FTA) dan *Pay TV* untuk gaya hidup digital yang modern.

d. *Edutainment*

*Edutainment* menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB Telkom dengan menargetkan segmen pasar anak muda. Telkom menawarkan beragam layanan diantaranya *Ring Back Tone* (RBT), SMS Content, portal dan lain-lain.

e. *Services*

*Services* menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan Customer Portofolio Telkom kepada pelanggan Personal, Consumer/Home, SME, Enterprise, Wholesale, dan Internasional.

Sebagai perusahaan telekomunikasi, Telkom Group terus mengupayakan inovasi di sektor-sektor selain telekomunikasi serta membangun sinergi diantara seluruh produk, layanan dan solusi, dari bisnis legacy sampai *New Wave Business*. Untuk meningkatkan *business value*, pada tahun 2012 Telkom Group mengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service). Untuk menjalankan portofolio bisnisnya, Telkom Group memiliki empat anak perusahaan, yakni PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT. Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel).

Gambar 1.1 Logo Perusahaan PT. TELKOM INDONESIA, Tbk



Sumber: [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), 2017

### 1.1.2 Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia Tbk

a. Visi

*“Be The King of Digital in The Region”*

b. Misi

*“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”*

### 1.1.3 Produk PT. Telkom Indonesia Tbk

Produk unggulan dari PT. Telkom Indonesia Tbk, adalah IndiHome Fiber, IndiHome Fiber merupakan layanan digital terdepan menggunakan teknologi fiber optic yang menawarkan layanan Triple Play. Layanan Triple Play terdiri dari:

*Gambar 1.2 Logo IndiHome*



Sumber: [www.indihome.co.id](http://www.indihome.co.id), 2017

a. Internet Fiber:

Layanan internet super cepat menggunakan fiber optik yang memiliki keunggulan cepat, stabil, handal dan canggih.

b. Telepon Rumah:

Komunikasi telepon dengan keunggulan biaya nelson lebih murah dan kualitas suara yang jernih

c. TV Interaktif (UseeTV):

Pengalaman nonton lebih seru di UseeTV, bisa playback hingga 7 hari dan bebas pilih channel TV favorit.

## 1.2 Latar Belakang

Di era ini teknologi yang semakin tinggi dan canggih membuat perusahaan penyedia telekomunikasi semakin gencar untuk melakukan pemasaran dari produknya. Salah satu pengembangan infrastruktur yang sedang marak

dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan telekomunikasi adalah akses layanan data internet. Banyaknya perusahaan penyedia layanan telekomunikasi memacu munculnya persaingan yang tinggi, hal ini membuat perusahaan penyedia layanan telekomunikasi semakin memperkuat dari tingkat pemasaran, pelayanan, kualitas produknya, untuk mengatasi persaingan dan mempertahankan pelanggannya. Rahmat Hidayat (2015) menyatakan bahwa pada dasarnya banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kenapa konsumen tetap setia menggunakan suatu produk, salah satunya adalah mereka puas menggunakan produk tersebut sehingga terjadilah pembelian ulang. Hal ini harus diimbangi dengan kinerja perusahaan untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggannya, untuk itu perusahaan harus melakukan suatu pelatihan agar pegawai perusahaan dapat memberikan layanan terbaik untuk pelanggan. Menurut Dahlan (2011) yang dikutip dalam jurnal Rahmat Hidayat (2013) menyatakan bahwa pelatihan menjadi sangat penting karena hal itu mempengaruhi kinerja layanan.

Pada saat ini telekomunikasi telah menjadi kebutuhan primer bagi manusia modern dan sangat dibutuhkan, dikarenakan manusia dikategorikan sebagai makhluk sosial yang membutuhkan kegiatan sosial yaitu berkomunikasi dengan manusia lainnya. Semakin berkembangnya teknologi membuat masyarakat semakin kritis untuk memilih dan menilai kualitas dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan penyedia layanan telekomunikasi. Saat ini teknologi internet telah menjadi kebutuhan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Hidayat dan Maulana (2017) menyatakan bahwa kegiatan bisnis seperti toko online mendapat respon yang positif dari masyarakat yang lebih memudahkan mereka dalam aktifitasnya.

Dalam tiga bulan pertama di tahun 2017 Asisten Home Service PT. Telkom Witel Yogyakarta menyatakan bahwa “sampai saat ini Telkom Witel Yogyakarta masih mendapat banyak keluhan dari pelanggannya, keluhan yang sangat sering diajukan adalah keluhan dalam pelayanan seperti pelayanan pemasangan yang terlambat, masalah dalam kinerja IndiHome, hingga masalah perbaikannya”. Dari pernyataan tersebut menjadi sebuah masalah dalam kualitas

produk IndiHome yang harus diperbaiki dengan segera, agar perusahaan dapat mempertahankan pelanggan dengan baik.

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Yogyakarta memetakan daerah pemasaran IndiHome menjadi beberapa karakter daerah. Pemetaan tersebut didasarkan pada dua faktor yaitu faktor daya beli (*affordability*) dan kepemilikan (*occupancy*). Pada masing-masing faktor terdapat 3 level yaitu *High*, *Medium*, dan *Low*. Pengkategorian daerah pemasaran dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1

**Pengkategorian Daerah Pemasaran IndiHome  
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Yogyakarta**

	<b>High</b>	<b>Medium</b>	<b>Low</b>
<i>Affordability</i>	HA	MA	LA
<i>Occupancy</i>	HO	MO	LO

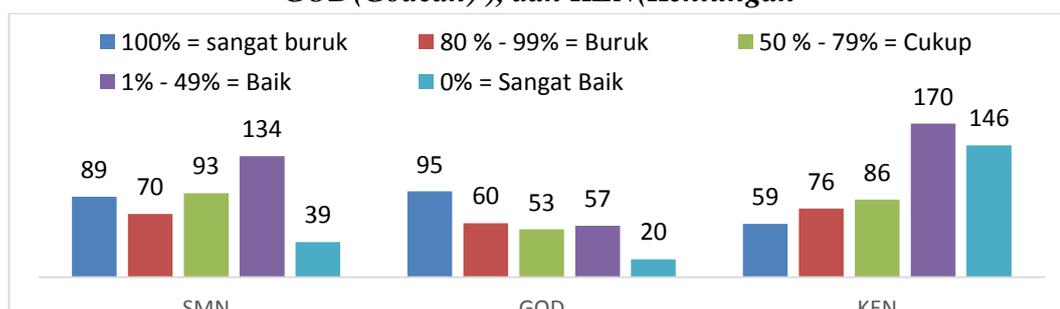
*Sumber:* PT. Telkom Witel Yogyakarta, 2017

Penentuan tingkat *Affordability* ditentukan oleh beberapa faktor, misalnya ukuran rumah, pekerjaan, penghasilan, kesibukan dan jumlah tanggungan keluarga. Kemudian untuk tingkat *Occupancy* ditentukan oleh banyak atau sedikitnya persentase jumlah ODP yang sudah terpakai. ODP atau *Optical Distribution Point* adalah suatu tempat terminasi kabel yang terbuat dari material khusus yang memiliki sifat-sifat tahan korosi, tahan cuaca, kuat, dan kokoh dengan konstruksi yang umumnya untuk dipasang *outdoor*. ODP berfungsi sebagai perantara dan penguat sinyal komunikasi grafis yang disalurkan melalui kabel fiber optik yang dihubungkan dari jalur sentral. Ia memiliki beberapa jenis kapasitas tiap slot. Ada yang satu ODP berisi 8, ada yang 16, dan yang terakhir 32. Kapasitas tersebut dapat digunakan secara penuh jika ODP berfungsi secara normal. ODP ini merupakan salah satu komponen vital dalam proses komunikasi internet kabel.

Sebanyak 2.157 *slot Optic Distribution Panel (ODP)* dari 79.478 slot, atau 1,46% *slot* yang dikendalikan oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk., Witel D.I Yogyakarta yang telah digunakan oleh konsumen berdasarkan data Report ODP Maret 2017. Hal ini merupakan sebuah ironi dalam sebuah pencapaian kerja yang masih jauh dari kesempurnaan.

Jumlah penggunaan ODP pada *Cluster SMN(Sleman)*, *GOD(Godean)*, dan *KEN(Kentungan)* dapat dilihat dalam gambar 1.3 berikut:

Gambar 1.3  
**Grafik Persentase Ketersediaan Slot ODP Pada Cluster SMN(Sleman), GOD(Godean) , dan KEN(Kentungan)**



**Sumber:** PT. Telkom Witel Yogyakarta, 2017

Berdasarkan gambar grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa ketersediaan slot ODP yang teletak pada *cluster SMN(Sleman)*, *GOD(Godean)*, dan *KEN(Kentungan)* terhadap IndiHome masih rendah. Slot ODP yang memiliki presentase 0% atau telah digunakan sepenuhnya pada *cluster Sleman* sebanyak 39 slot, pada *cluster Godean* sebanyak 20 slot, dan pada *cluster Kentungan* sebanyak 146 slot. Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat daerah tersebut memiliki kategori MA-LO dengan karakteristik demografi penduduk yang baik, dimana masyarakat di daerah tersebut memiliki tingkat perekonomian menengah atas sehingga digolongkan mampu untuk membeli layanan IndiHome.

Penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil *cluster Sleman*, *Godean*, dan *Kentungan*, sebagai daerah penelitian untuk melihat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk IndiHome pada *cluster* tersebut dikarenakan pada *cluster SMN*, *GOD*, dan *KEN* memiliki grafik dimana

beberapa masyarakat telah menggunakan IndiHome tetapi masih lebih banyak lagi masyarakat yang belum menggunakan IndiHome.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik mengambil judul untuk Laporan Tugas Akhir ini adalah: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME (STUDI KASUS PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK WITEL YOGYAKARTA TAHUN 2017)”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan, maka dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas produk indihome di PT. Telkom Witel Yogyakarta?
2. Bagaimanakah keputusan pembelian pelanggan indihome di PT. Telkom Witel Yogyakarta?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian indihome?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut, penulis menetapkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui seberapa besar kualitas produk indihome di PT. Telkom Witel Yogyakarta.
2. Mengetahui seberapa besar keputusan pembelian pelanggan indihome di PT. Telkom Witel Yogyakarta.
3. Mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Kegunaan teoritis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi yang dapat menambah wawasan, pengetahuan dan

meningkatkan pemahaman tentang pemasaran produk. Selain itu penelitian ini di harapkan dapat mengembangkan kemampuan menulis karya ilmiah dalam menganalisa permasalahan dilapangan.

2) Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti serta bagi pihak lain yang membutuhkan informasi mengenai kebutuhan internet pada daerah subcluster.

3) Kegunaan bagi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada PT Telekomunikasi Indonesia terkait kebutuhan internet pada daerah subcluster sehingga dapat membantu pihak perusahaan dalam proses pengambilan keputusan strategi yang tepat pada *cluster* SMN, GOD, dan KEN.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Sistem penulisan dibuat untuk memberikan gambaran isi laporan ini, secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdapat bagian/sub bab yaitu objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta ringkasan sistematika laporan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan uraian mengenai landasan-landasan teori yang menjadi sumber atau bahasan yang akan dikaji lebih mendalam dalam penelitian ini.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan metode penelitian yang digunakan, karakteristik penelitian, variabel penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, teknik analisis data dan pengujian data, metode analisis data.

**d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan.

**e. BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi simpulan akhir penulisan penelitian serta saran untuk objek terkait dengan penelitian ini.