



BAB 1

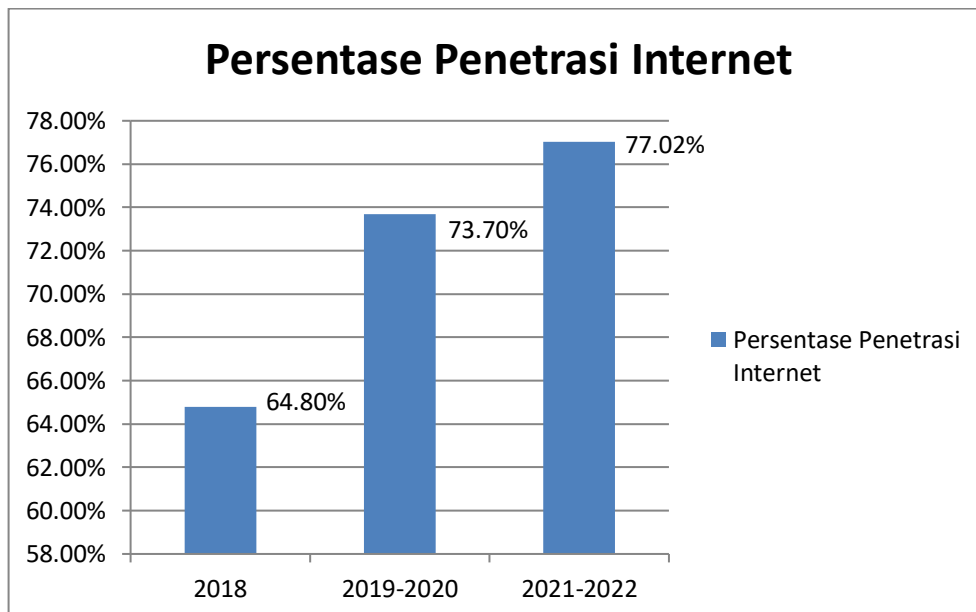
PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat pesat dan cepat termasuk di Indonesia sendiri. Adanya teknologi dapat mempermudah manusia dalam memperoleh sesuatu hal. Di era globalisasi, setiap orang perlu menerima informasi yang cepat dan mudah yaitu melalui digitalisasi [1]. Internet menjadi salah satu perantara untuk mendapatkan informasi yang cepat dan mudah. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat selama tahun 2021 hingga 2022, sebanyak 210.026.719 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021 telah menggunakan akses internet [2]. Peningkatan pengguna internet tersebut disebabkan salah satunya adalah meningkatnya penetrasi internet di Indonesia dari tahun ke tahun. Gambar 1.1. menjelaskan mengenai data penetrasi internet di Indonesia tahun 2018-2022. Penetrasi internet di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan dengan peningkatan paling signifikan terjadi di tahun 2018-2019 dengan persentase 8.9 %.



Gambar 1.1 Grafik Penetrasi Internet di Indonesia tahun 2018-2022 [2].

Salah satu cara masyarakat mendapatkan informasi dengan cepat yaitu melalui TV berbayar atau TV Kabel. Indihome TV merupakan salah satu layanan TV kabel milik Indihome yang berupa berbagai macam konten streaming digital maupun aplikasi, seperti video film, video klip musik, Live TV, TV on Demand yang dapat diakses melalui berbagai media seperti Laptop, smartphone (handphone), dan tablet.

Indihome TV menjadi salah satu penyedia layanan TV kabel di wilayah Kota Pasuruan. Permasalahan yang dihadapi oleh Telkom Pasuruan adalah jumlah penjualan yang didapatkan dari produk Indihome TV dalam beberapa bulan terakhir tidak mencapai target seperti terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Penjualan Indihome TV November 2022 - Januari 2023

No	Bulan	Target	Real	Persentase
1	November 2022	240	149	62%
2	Desember 2022	240	136	57%
3	Januari 2023	240	157	65%

Dari tabel 1.1 menunjukkan tentang target dan realisasi pada Indihome TV. Di dalam perusahaan terdapat perbandingan antara target dan realisasi di perusahaan setiap tahunnya kurang mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Realisasi penjualan di perusahaan lebih kecil daripada target penjualan. Upaya pemasaran yang telah dilakukan oleh PT Telkom Indonesia Pasuruan dalam memasarkan Indihome TV antara lain melalui sales, menelpon pelanggan yang belum berlangganan untuk diberikan penawaran, brosur, dan lewat iklan digital. Namun selama ini, PT Telkom Indonesia Pasuruan menyusun strategi pemasaran belum berdasarkan langkah-langkah yang sistematis, sehingga strategi yang dihasilkan tidak terarah dan tidak bisa mencapai target yang telah ditentukan. Oleh sebab itu, perlu adanya penyusunan ulang strategi pemasaran yang sistematis menggunakan *Framework Analytic Strategy*. Strategi pemasaran yang disusun dengan sistematis dan tepat sangat penting dalam memberikan kontribusi untuk mencapai target penjualan sehingga dengan demikian perusahaan dapat lebih meningkatkan target penjualan [3].

Strategi pemasaran sangat erat kaitannya dengan faktor lingkungan perusahaan, oleh karena itu produk Indihome TV perlu memperhatikan aspek lingkungan. Mempelajari aspek lingkungan dari Indihome TV dapat menggunakan pendekatan kualitatif, salah satunya dengan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) dan *porter five forces* [4]. Metode SWOT dan *Porter Five Forces Analysis* digunakan dalam penelitian terdahulu untuk menentukan strategi pengembangan dan pemasaran [5-7]. Pada penelitian terdahulu setiap faktor internal dan eksternal diberikan bobot dalam menentukan strategi prioritas perusahaan [5] [6].

Penyusunan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dapat mengetahui strategi utama maupun alternatif yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan daya saing dari produk layanan internet mengingat dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat serta kemajuan teknologi, persaingan dalam industri tersebut semakin ketat [5] [6]. Dengan analisis lima kekuatan porter atau *Porter Five Forces Analysis* dapat menggali potensi dari perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa layanan TV digital sehingga bisa memaksimalkan potensi tersebut untuk meningkatkan daya saing [8] [9]. Sesuai dengan penjabaran diatas, penelitian ini dilakukan dengan objek produk Indihome TV yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDIHOME TV MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN ANALISIS LIMA KEKUATAN PORTER”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian yaitu

1. Bagaimana hasil analisis dari posisi dan pemasaran Indihome TV?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk produk Indihome TV agar dapat memaksimalkan penjualan dan meningkatkan daya saing?

1.3 TUJUAN

1. Menganalisis posisi dan pemasaran dari Indihome TV
2. Menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk produk Indihome TV untuk meningkatkan penjualan dan daya saing.

1.4 BATASAN MASALAH

Adapun Batasan penelitian kali ini untuk memfokuskan pembahasan masalah agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka dilakukan pembatasan pada penelitian ini :

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari wawancara dengan manajer dan pengguna Indihome TV di wilayah naungan PT Telkom Indonesia Witel Pasuruan.
2. Implementasi hasil penelitian akan ditinjau kembali dengan situasi yang terjadi di wilayah naungan PT Telkom Indonesia Witel Pasuruan.
3. Data penelitian diambil pada periode Maret - April 2023 pada pelanggan PT Telkom Indonesia Witel Pasuruan yang berada di Kelurahan Purworejo, Kecamatan Purworejo, Kota Pasuruan, Provinsi Jawa Timur.

1.5 KONTRIBUSI

Kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian terkait dengan tujuan penelitian yaitu sebagai usulan untuk PT Telkom Indonesia Witel Pasuruan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing serta menjadi bahan referensi bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca serta sebagai acuan penelitian masa mendatang. Sehingga manfaat yang bisa diperoleh yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Telkom Indonesia Witel Pasuruan sebagai masukan untuk penerapan strategi-strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan daya saing.

2. Bagi Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru pada pengembangan metode analisis data dengan metode SWOT, *porter five forces*, dan *framework analytic strategy* yang lebih efektif dan efisien.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan selanjutnya bagi mahasiswa perguruan tinggi mengenai pengembangan strategi pemasaran pada industri layanan TV kabel di Indonesia guna memaksimalkan pemasaran, meningkatkan penjualan, dan daya saing.

