

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang lebih dikenal dengan PT. Telkom merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di seluruh wilayah Indonesia. Dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara, dimana sahamnya diperdagangkan di bursa saham, maka pemegang saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. PT. Telekomunikasi Indonesia telah melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan layanan telekomunikasi lengkap yang meliputi koneksi kabel telepon tidak bergerak dan koneksi kabel telepon nirkabel, komunikasi selular, layanan jaringan dan interkoneksi, serta layanan jaringan internet dan komunikasi data. PT. Telekomunikasi Indonesia juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk layanan *cloud-based* and *serverbased*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

(Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017)



GAMBAR 1.1

Logo Perusahaan

(Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017)

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Dalam mencapai segala tujuan, sebuah perusahaan tentunya harus memiliki visi dan misi untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan yang diharapkan dimasa yang akan datang. Berikut ini merupakan visi dan misi dari perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia

a. Visi

Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan Telecommunication, Information, Media, Edutainment, dan Services (TIMES) di kawasan regional.

b. Misi

1. Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia

(Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017)

1.1.3 Bidang Usaha

Seperti yang telah diketahui oleh masyarakat Indonesia bahwa PT.Telkom Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi, namun nyatanya PT.Telkom Indonesia memiliki cakupan dibidang usaha yang lebih luas dan tidak hanya pada bidang telekomunikasi. Berikut merupakan cakupan bidang usaha yang dimiliki oleh PT. Telkom Indonesia:

1. *Telecommunication.*

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis *Legacy* dari PT. Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, PT. Telkom melayani telepon kabel yang tidak bergerak atau *Plain Ordinary Telepon Service (POTS)*, telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, satelit, broadband, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta *provider* untuk telepon seluler yang dijalani oleh anak perusahaan PT.Telkom yaitu Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar, mulai dari pelanggan individu hingga Usaha Kecil Menengah (UKM) serta korporasi.

2. 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)*.

3. Media.

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

4. Edutainment.

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

5. Services.

Services merupakan salah satu bisnis PT. Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Hal ini sejalan dengan Customer Portfolio Telkom kepada pelanggan Personal, Consumer/ Home, Enterprise, Wholesale, dan Internasional.

(Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017)

1.1.4 Produk Perusahaan (IndiHome)

IndiHome (Indonesia Digital Home) merupakan salah satu produk yang dikeluarkan oleh PT. Telkom Indonesia. IndiHome merupakan layanan Triple Play dari PT.Telkom, yang terdiri atas *Phone* (Telepon Rumah), *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet* (Internet Cepat) dan *Interactive TV* (UseeTV Cable). IndiHome hadir dengan paket layanan Dual Play yang terdiri dari telepon rumah (*voice*) dan internet(Internet on Fiber atau High Speed Internet). Terdapat beberapa fitur tambahan lainnya dari IndiHome diantaranya yaitu, *IndiHome View*, *Melon*, dan *Trend Micro Security*.

(Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017)



GAMBAR 1.2
Logo Produk (IndiHome)

(Sumber: <http://www.telkom.co.id>, 2017)

Indihome merupakan salah satu program dari proyek utama Telkom yang termasuk dalam bidang usaha telekomunikasi dan media. Indihome telah resmi diluncurkan pada tahun 2012. Pelayanan Indihome hanya bisa diterapkan pada rumah pelanggan yang wilayahnya telah tersedia jaringan *Fiber Optic* atau kabel tembaga. Keuntungan menggunakan Indihome diantaranya yaitu sebagai berikut:

A. *Phone* (Telepon Rumah)

Layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang lebih ekonomis dan dengan kualitas suara yang lebih jernih. Paket telepon rumah Indihome menawarkan gratis telepon selama 1000 menit untuk lokal maupun interlokal.

B. *Internet on Fiber* (Internet Cepat).

Layanan internet berkecepatan tinggi dengan menggunakan jaringan *fiber optik* yang memiliki keunggulan diantaranya yaitu memiliki kecepatan yang lebih cepat, lebih stabil, lebih handal dan lebih canggih.

C. *Interactive TV* (Use TV Cable)

Layanan televisi interaktif dan *personalized* berteknologi *internet protocol* yang dilengkapi dengan fitur-fitur unggulan seperti *TV on Demand* (dapat memutar ulang cara televisi hingga 7 hari kebelakang), *Video on Demand*, *Pause and Rewind*, dan *Video Recorder*.

D. *Indihome View*

Indihome View merupakan layanan inovatif untuk menikmati live camera dimana pengguna dapat melakukan *live access* dan *recorded video* dengan proses instalasi yang sangat mudah menggunakan *Plug & Play IP-Cam* (Android maupun Ios).

E. *Melon*

Melon Indonesia adalah portal musik digital yang menyediakan konten musik dari berbagai genre, baik musik lokal maupun mancanegara.

F. *Trend Micro*

Layanan *internet security* dari Telkom untuk pelanggan Speedy dengan aplikasi *trend micro* sebagai *platform*. Komputer akan terlindungi dari serangan virus, *malware*, *spyware*, *spam*, *phising* dan konten tidak layak dari internet sehingga data dan sistem aplikasi terhindar dari gangguan.

(Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017)

1.2 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi saat ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan baik yang bergerak dalam bidang manufaktur maupun bidang jasa. Hal tersebut membuat setiap perusahaan saling bersaing untuk menguasai dan mempertahankan pasar potensial yang ada. Namun perusahaan-perusahaan yang sukses memiliki fokus yang kuat kepada pelanggan dan kebulatan komitmen akan suatu pemasaran. Dengan begitu maka produk tersebut akan mampu bersaing dengan produk-produk di pasaran. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah menciptakan sebuah produk yang berkualitas dan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harga yang pantas. Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu, maka daripada itu perusahaan perlu mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan, konsumen banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap *price*, *product*,

promotion, place (marketing mix) yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga dari suatu produk merupakan faktor penentu permintaan pasar pada suatu produk. Harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap posisi kompetitif perusahaan dan pangsa pasar. Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan jalan menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan dapat diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal. Penetapan harga memainkan peranan penting di dalam persaingan usaha. Penetapan harga yang diterapkan untuk suatu produk merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan dari suatu perusahaan.

Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Mengingat semakin berkembangnya kebutuhan dari para konsumen, salah satunya kebutuhan dibidang teknologi dan komunikasi. Dalam prosesnya, perkembangan teknologi dan komunikasi dari masa ke masa semakin luas dan bahkan tidak ada batasnya. Pada zaman modern seperti saat ini, masyarakat dapat memanfaatkan teknologi komunikasi yang dapat memberikan kemudahan dalam menjalankan aktifitas keseharian. Perkembangan teknologi dan informasi beberapa tahun belakangan ini berkembang dengan sangat pesat, sehingga hal ini mengubah paradigma masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi yang tidak lagi terbatas hanya pada media seperti media cetak, maupun media elektronik seperti televisi saja, tetapi juga melalui sumber-sumber media informasi yang lainnya, diantaranya melalui jaringan internet. Internet merupakan kumpulan dari jutaan komputer di seluruh dunia yang terkoneksi antara yang satu dengan yang lain, dengan adanya pemakaian internet dan telepon perkembangan teknologi dan komunikasi semakin berkembang dengan baik.

Masyarakat semakin sadar akan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih, baik itu proses komunikasi dua arah atau bahkan komunikasi multi arah untuk mencari dan mendapatkan informasi tentang kejadian atau berita yang terjadi di seluruh dunia.



GAMBAR 1.3
Pengguna Internet di Indonesia 2016
(Sumber: isparmo.web.id)

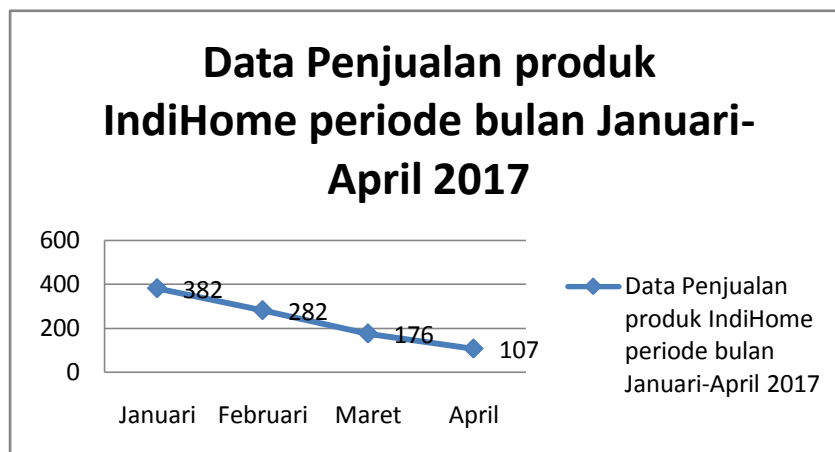
Menurut survey infografis pengguna internet di Indonesia tahun pada 2016 mencapai sebanyak 132 juta orang. Penggunaanya mulai dari pekerja/wiraswasta, ibu rumah tangga, mahasiswa hingga pelajar. Pengguna internet terbanyak digunakan oleh masyarakat yang berprofesi sebagai Pekerja / Wiraswasta yaitu mencapai sebesar 82,2 juta atau sekitar 62%. Urutan pengguna internet berikutnya yaitu banyak digunakan oleh Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 22 juta atau sekitar 16,6%, Selanjutnya sebanyak 7,8% atau sekitar 10,3 juta digunakan oleh mahasiswa, 6,3% atau sekitar 8,3 juta digunakan oleh pelajar dan sisanya sebesar 0,6% atau sekitar 796 ribu digunakan oleh masyarakat lainnya. Dengan tingginya pengguna internet di Indonesia penyedia layanan telekomunikasi melihat peluang besar untuk membuat bisnis di bidang tersebut.

Salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi yang dilengkapi dengan layanan internet di Indonesia adalah PT.Telekomunikasi Indonesia. PT.Telekomunikasi Indonesia atau PT.Telkom Indonesia merupakan salah satu provider telekomunikasi terbesar di Indonesia yang bergerak dalam bidang telekomunikasi, layanan teknologi informasi dan merupakan perusahaan yang bergerak dalam sektor bisnis teknologi, komunikasi, dan informasi. Dengan

perkembangan teknologi dan telekomunikasi saat ini membuat PT.Telkom Indonesia melakukan inovasi dengan meluncurkan produk terbaru dimana produk tersebut menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) bagi pelanggannya yang meliputi layanan suara (telepon), data (internet) dan gambar (USEE-TV) dalam satu jaringan akses atau dikenal dengan layanan produk *triple-play broadband* yang dinamakan produk IndiHome.

IndiHome merupakan produk layanan Internet dari PT.Telkom yang terdiri dari *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*, *Phone* (Telepon Rumah), dan IPTV (*UseeTV Cable*). IndiHome merupakan produk bundling sehingga harga yang ditawarkan kepada pelanggan setara dengan harga paket yang disesuaikan dengan kebutuhan yang digunakan oleh pelanggan. Untuk sebagian besar wilayah Indonesia, IndiHome akan dilayani dengan menggunakan 100% Fiber yang artinya menggunakan kabel jaringan *fiber optic* dan dipasangkan hingga ke rumah pelanggan. (Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017).

Semakin berkembangnya teknologi komunikasi saat ini, menjadikan peluang tersendiri bagi perusahaan lain untuk juga meluncurkan produk yang serupa seperti produk dari PT.Telkom Indonesia, khususnya pada produk IndiHome. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah minat masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk IndiHome dikarenakan merajalelanya produk pesaing yang serupa berupa produk *broadband* WIFI dan TV kabel dengan harga yang lebih ekonomis dibandingkan dengan harga dari produk IndiHome sehingga menyebabkan penurunan minat masyarakat terhadap pengambilan keputusan untuk pembelian produk IndiHome. Berikut ini data tingkat penjualan produk IndiHome pada periode bulan Januari hingga bulan April 2017.



GAMBAR 1.4

Data Penjualan Produk IndiHome

(Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan, 2017)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui perbandingan penjualan produk Indihome pada bulan Januari sampai dengan bulan April. Dari data penjualan produk tiap bulannya terjadi ketidak stabilan dalam tingkat penjualan, ada yang mengalami kenaikan dan ada pula terjadi penurunan. Pada bulan Januari jumlah produk yang berhasil terjual sebanyak 382 unit, pada bulan Februari terjual sebanyak 282 unit, bulan Maret terjual sebanyak 176 unit dan bulan April terjual sebanyak 107 unit, sedangkan target penjualan tiap bulannya diharapkan harus mencapai 300 unit. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor-faktor, diantaranya yaitu penurunan kualitas produk, harga yang tinggi, kurangnya promosi yang dilakukan kepada konsumen, dan banyaknya kompetitor lain yang mengeluarkan produk sejenis dengan harga yang lebih terjangkau. Salah satu faktor penyebab penurunan jumlah penjualan adalah harga dari produk pesaing yang lebih terjangkau dibandingkan dengan harga dari produk IndiHome, berikut daftar harga produk IndiHome:

IndiHome Paket Deluxe - Triple Play						
IndiHome	TELKOM RUMAH	UTV	MeVIn ^o	CATCHPLAY	ifix	Harga
10 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential	Basic	2+4* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	Rp. 478.000,-/Bulan

IndiHome Paket Premium - Triple Play						
IndiHome	TELKOM RUMAH	UTV	MeVIn ^o	CATCHPLAY	ifix	Harga
20 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential	Basic	2+4* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 748.000,-/Bulan
30 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential Plus (HBO)	Basic	2+7* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.018.000,-/Bulan
40 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential Plus (HBO)	Basic	2+7* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.298.000,-/Bulan
50 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Extra (All Channels**)	Basic	2+10* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.498.000,-/Bulan
100 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Extra (All Channels**)	Basic	2+10* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.748.000,-/Bulan

1. Harga berlaku untuk pelanggan baru mulai 1 Desember 2016.

GAMBAR 1.5
Harga Paket IndiHome
 (Sumber: <http://www.telkom.co.id>,2017)

Berikut daftar harga pesaing dari produk IndiHome:

1. BizNet

Biznet Home, merupakan layanan internet yang merupakan re-branding dari Max3. Biznet menawarkan paket internet yang dikombinasikan dengan siaran TV kabel berkualitas HD dan Layanan internet fiber optik Biznet, yang memiliki kecepatan maksimal hingga 100 Mbps. Berikut pilihan harga paket *Boardband* yang ditawarkan oleh Biznet

Paket Internet + Cable TV (Pulau Jawa, Batam & Bali)

Combo 1	Combo 2	Combo 2+	Combo 3
Mulai dari 350,000 bulan	Mulai dari 700,000 bulan	Mulai dari 775,000 bulan	Mulai dari 1,000,000 bulan
✓ Internet 25 Mbps	✓ Internet 50 Mbps	✓ Internet 50 Mbps	✓ Internet 100 Mbps
✓ Cable TV Channel: 42	✓ Cable TV Channel: 72	✓ Cable TV Channel: 75	✓ Cable TV Channel: 75
✓ Baik digunakan untuk 11-20 komputer/gadget	✓ Baik digunakan untuk 21-30 komputer/gadget	✓ Baik digunakan untuk 21-30 komputer/gadget	✓ Baik digunakan untuk 31-60 komputer/gadget
✓ IP Dynamic Private	✓ IP Dynamic Private	✓ IP Dynamic Private	✓ IP Dynamic Public
✓ Termasuk Modem Wi-Fi	✓ Termasuk Modem Wi-Fi	✓ Termasuk Modem Wi-Fi	✓ Termasuk Modem Wi-Fi
✓ Kategori Channel: - Local - Kids - News - International - Entertainment (Add On)* - Movie (Add On)* - Education (Add On)* * Harga Add On Rp 80.000 per kategori	✓ Kategori Channel: - Local - Kids - News - International - Entertainment - Movie - Education	✓ Kategori Channel: - Local - Kids - News - International - Entertainment - Movie - Education - Sport	✓ Kategori Channel: - Local - Kids - News - International - Entertainment - Movie - Education - Sport
✓ Biaya Instalasi Rp. 500,000	✓ Biaya Instalasi Rp 500,000	✓ Biaya Instalasi Rp 500,000	✓ Biaya Instalasi Rp 500,000
✓ GRATIS Streaming Biznet Video	✓ GRATIS Streaming Biznet Video	✓ GRATIS Streaming Biznet Video	✓ GRATIS Streaming Biznet Video
✓ GRATIS Layanan Biznet WiFi	✓ GRATIS Layanan Biznet WiFi	✓ GRATIS Layanan Biznet WiFi	✓ GRATIS Layanan Biznet WiFi

GAMBAR 1.6
Harga BizNet
 (Sumber: www.biznethome.net/id/)

2. Indosat Ooredoo GIG

Indosat Ooredoo GIG merupakan layanan internet Boardband yang dikeluarkan oleh operator seluler Indosat Ooredoo dengan menawarkan kecepatan yang hingga 1 GBPS. Kecepatan tersebut diperoleh berkat teknologi FTTH (*Fiber To The Home*). Berikut daftar harga paket boardband Indosat Ooredoo GIG

The infographic displays four internet packages and a comparison table. The packages are:

- Paket 15 Mbps**: Harga mulai IDR 400,000,-. Sudah termasuk: ONT, Modem.
- Paket 30 Mbps**: Harga mulai IDR 750,000,-. Sudah termasuk: ONT, Modem.
- Paket 100 Mbps**: Harga mulai IDR 1,500,000,-. Sudah termasuk: ONT, Modem.
- Paket 1 Gbps**: Harga mulai IDR 5,500,000,-. Sudah termasuk: ONT, Modem.

The comparison table is titled "Pilih paket internetmu" and compares three packages:

15 Mbps	30 Mbps	100 Mbps	Siap mencoba kecepatan internet hingga 1 Gbps?
Kecepatan yang kamu butuhkan	Itanya cepat saja tidak cukup	Rasakan internet sesungguhnya	
↓ Kecepatan download hingga 15 Mbps	↓ Kecepatan download hingga 30 Mbps	↓ Kecepatan download hingga 100 Mbps	
Bebas biaya instalasi* Termasuk Chromecast Tambahkan 50 GB Google Drive Gratis modem fiber Gratis home WiFi Kuota tak terbatas Layanan pelanggan 24/7	Bebas biaya instalasi* Termasuk Chromecast Tambahkan 50 GB Google Drive Gratis modem fiber Gratis home WiFi Kuota tak terbatas Layanan pelanggan 24/7	Bebas biaya instalasi* Termasuk Chromecast Tambahkan 50 GB Google Drive Termasuk Chromebook* Gratis modem fiber Gratis home WiFi Kuota tak terbatas Layanan pelanggan 24/7	Siap mencoba kecepatan internet hingga 1 Gbps? Hubungi Kami
Daftar sekarang	Daftar sekarang	Daftar sekarang	

GAMBAR 1.7
Daftar Harga Paket Boardband Indosat Ooredoo GIG
(Sumber: www.gig.id)

3. First Media

First Media adalah produk 3 Triple Play dari First Media yang memberikan layanan internet *broadband*. First Media menawarkan kecepatan internet mulai

dari 10 Mbps. Dengan kapasitas data tanpa batas dan akses 24 jam nonstop. Berikut daftar harga paket *boardband* First Media.



GAMBAR 1.8
Daftar Harga Paket Boardband First Media
(Sumber: www.firstmedia.com)

4. My Republic

My Republic memiliki dua layanan utama yakni layanan internet dan layanan TV kabel. Layanan internet yang ditawarkan mampu memiliki kecepatan hingga 300 Mbps tanpa batas kuota atau FUP, sedangkan layanan TV kabel menyediakan lebih dari 80 saluran. Berikut daftar harga paket *boardband* My Republic

Fast + Star	Nova + Star	Gamer + Star	Supernova + Star
Rp 369.000	Rp 419.000	Rp 519.000	Rp 1.089.000
Per Bulan	Per Bulan	Per Bulan	Per Bulan
Up to 50 Mbps Download	Up to 100Mbps Download	Up to 150Mbps Download	Up to 300Mbps Download
Up to 25 Mbps Upload	Up to 50Mbps Upload	Up to 150Mbps Upload	Up to 150Mbps Upload
Paket TV STAR	Paket TV Star	Paket TV Star	Paket TV Star
Tanpa pembatasan Bit Torrent	Tanpa pembatasan Bit Torrent	Tanpa pembatasan Bit Torrent	Tanpa pembatasan Bit Torrent
Kecepatan maksimal streaming video	Kecepatan maksimal streaming video	Kecepatan maksimal streaming video	Kecepatan maksimal streaming video
Daftar Channel	Daftar Channel	Daftar Channel	Daftar Channel

GAMBAR 1.9
Daftar Harga Paket Boardband My Republic
(Sumber: www.myrepublic.co.id)

5. MNC Play Media

MNC Play Media menawarkan koneksi internet dengan kecepatan hingga 1000 Mbps dan didukung dengan jaringan berkapasitas hingga 10 Gbps. Berikut daftar harga paket boardband MNC Play Media

353.500/mo. Up to 7 Mbps Download 7Mbps Upload 2Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR	403.500/mo. Up to 10 Mbps Download 10Mbps Upload 3Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR	503.500/mo. Up to 15 Mbps Download 15Mbps Upload 5Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR
673.500/mo. Up to 20 Mbps Download 20Mbps Upload 5Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR	943.500/mo. Up to 30 Mbps Download 30Mbps Upload 8Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR	1.743.500/mo. Up to 50 Mbps Download 50Mbps Upload 10Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR
3.153.500/mo. Up to 100 Mbps Download 100Mbps Upload 20Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR	Call for price. Up to 200 Mbps Download 200Mbps Upload 40Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR	Call for price. Up to 1000 Mbps Download 1000Mbps Upload 200Mbps Unlimited Quota Free Wi-Fi SD-WAN 802.11ac 802.11n DAFTAR

GAMBAR 1.10
Daftar Harga Paket Boardband MNC Play Media
(Sumber: www.mncplay.id/)

Berikut perbandingan harga paket Boardband IndiHome dengan harga para pesaing:

TABEL 1.1
Perbandingan harga paket broadband

Provider	Paket I	Paket II	Paket III	Paket IV	Paket V	Paket VI
IndiHome	10 Mbps Rp.478.000/bln	20 Mbps Rp.748.000/bln	30 Mbps Rp.1.018.000/bln	40 Mbps Rp.1.298.000/bln	50 Mbps Rp.1.498.000/bln	100 Mbps Rp.1.748.000/bln
Indosat Ooredoo GIG	15 Mbps Rp.400.000/bln	30 Mbps Rp.750.000/bln	100 Mbps Rp.1.500.000/bln	1 Gbps Rp.5.500.000		
First Media	10 Mbps Rp.299.000/bln	18 Mbps Rp.429.000/bln	30 Mbps Rp.709.000/bln	75 Mbps Rp.1.509.000/bln	100 Mbps Rp.2.035.000/bln	200 Mbps Rp.2.939.000/bln
My Republic	50 Mbps Rp.369.000/bln	100 Mbps Rp.419.000/bln	150 Mbps Rp.519.000/bln	200 Mbps Rp.1.089.000/bln		
MNC Play	10 Mbps Rp.403.500/bln	15 Mbps Rp.503.500/bln	20 Mbps Rp.673.500/bln	30 Mbps Rp.943.500/bln	50 Mbps Rp.1.743.000/bln	100 Mbps Rp.3.153.500/bln
BizNet	25 Mbps Rp.350.000/bln	50 Mbps Rp.700.000/bln	50 Mbps Rp.775.000/bln	100 Mbps Rp.1.000.000/bln		

(*sumber: data daftar harga paket broadband*)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa penetapan harga paket dari produk IndiHome termasuk kedalam produk dengan harga yang cukup tinggi. Menurut Nana Herdiana Abdurrahman (2015:109) harga merupakan sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk mendapatkan barang dan atau jasa. Sedangkan menurut Tjiptono (2014:193) dalam konteks pemasaran jasa, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dana atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlakukan untuk mendapatkan suatu jasa. Menurut Sumarwan (2015:170), Keputusan pembelian konsumen terkait erat dengan informasi yang dimiliki konsumen dan berbagai faktor dan berbagai faktor yang dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang produk yang akan dibelinya.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk IndiHome (studi kasus: PT.Telekomunikasi Indonesia cabang STO Tegalega di Bandung 2017)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harga produk IndiHome?
2. Bagaimana keputusan pembelian produk IndiHome?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk IndiHome?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harga produk IndiHome.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian produk IndiHome.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk IndiHome

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya. Serta penyusunan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu wujud untuk memenuhi syarat kelulusan Diploma III Manajemen Pemasaran di Universitas Telkom.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat menjadi acuan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan penetapan harga produk dalam usaha untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Pembaca Lainnya

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan penambah informasi dan pedoman bagi penelitian selanjutnya, sehingga bisa dijadikan perbandingan di masa yang akan datang dan bisa menambah pengetahuan dan wawasan

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan bab demi bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan ruang lingkup penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, dan pengumpulan data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran yang merupakan penyajian singkat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh.