

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah PT. Telkom Indonesia

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan wilayah Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia yang sering disebut juga dengan Telkom Indonesia yang didirikan pada tanggal 23 oktober 1856. PT. Telkom adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan Telkom secara lengkap di Indonesia. PT. Telkom Indonesia, Tbk dikenal sebagai sebuah badan usaha milik swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi. Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

Pada tahun 1974 PN Telekomunikasi berubah menjadi perusahaan Umum Telekomunikasi (Peruntel). Beberapa kali berganti nama, hingga pada tahun 1980, Indonesia mendirikan jasa telekomunikasi nasional dan internasional dan seluruh bagian dari PT Indonesian Satellite Cooperation Tbk, (Indosat) diambil alih oleh pemerintah Indonesia menjadi BUMN. Pada tahun 1989, disahkan undang-undang Nomor 3 tahun 1989 tentang telekomunikasi, yang juga mengatur tugas swasta dalam kegiatan telekomunikasi. Pada tahun 1991, Peruntel mengganti struktur perusahaannya menjadi perusahaan perseorangan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan undang-undang no 25 Tahun 1991. Penjualan pertama

Telkom dilakukan pada tanggal 14 November 1995. Sejak saat itu saham TELKOM telah dicatat dan diperdagangkan di Bursa efek.

Dalam upaya bertransformasi menjadi digital telecommunication company, Telkom Group mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan. Transformasi tersebut akan membuat organisasi Telkom Group menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan pembahasan industri Telkom yang berlangsung sangat cepat. Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, dan digitalisasi.

Dalam pengoperasian diseluruh wilayah Indonesia, PT. Telkom dibagi menjadi 2 divisi yaitu divisi Telkom Barat dan Divisi Telkom Timur. Divisi Telkom Barat memiliki 25 wilayah Telkom (Witel) yang tersebar di daerah Sumatera, DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat. Sedangkan Divisi Telkom Timur memiliki 36 wilayah Telkom (Witel) yaitu Aceh, Bangka Belitung, Bengkulu, Jambi, Lampung, Medan, Riau Daratan, Riau Kepulauan, Sumbar, Sumatera Selatan, Sumatera Utara.

1.1.2 Logo PT. Telkom Indonesia



GAMBAR 1.1

Logo Telkom Indonesia

Sumber : www.telkom.co.id, 2022

Berdasarkan gambar 1 logo PT. Telkom Indonesia terdiri dari :

1. *Logotype* Telkom Indonesia terdiri dari 2 baris.
2. *Icon* lingkaran asimetris sebagai symbol dunia dan lambang kedinamisan.
3. *Icon* tangan sebagai representasi tagline "*the world in your hand*"

Filosofi warna yang digunakan pada PT. Telkom Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Merah : melambangkan spirit Telkom Indonesia untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perubahan.
2. Putih : melambangkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
3. Abu-Abu : melambangkan teknologi.
4. Hitam : melambangkan kemauan keras.

1.1.3 Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia

Adapun Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia yaitu :

1. Visi PT. Telkom Indonesia

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

2. Misi PT. Telkom Indonesia

- a. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
- b. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
- c. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

1.1.4 Informasi Perusahaan

PT Telkom Witel Jaksel adalah salah satu bagian dari PT Telkom Indonesia Divisi Regional II bagian Jakarta. PT Telkom Witel Bandung merupakan perusahaan penyedia layanan internet dan penyedia layanan telekomunikasi.

Nama perusahaan : Witel Jakarta Selatan

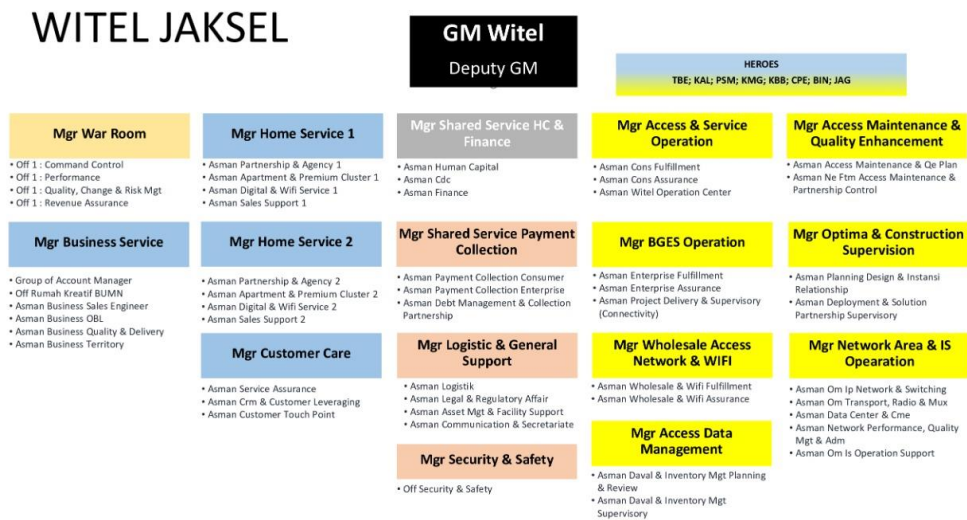
Alamat : Jl. Sisingamangaraja No.4, RT.2/RW.1, Selong, Kec.

Kbybaru

Telepon : 0852-1386-740

1.1.5 Struktur Perusahaan

Adapun struktur organisasi pada Witel Jakarta Selatan adalah sebagai berikut :



GAMBAR 1.2
Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Witel Jakarta Selatan, 2022

1.1.6 Jenis Produk Perusahaan (INDIHOME)

Produk Perusahaan (Indihome)

Adapun produk serta layanan yang diberikan oleh PT. Telkom Indonesia, Witel Jakarta Selatan adalah sebagai berikut:

a. Internet Fiber

Internet merupakan layanan indihome yang menggunakan jaringan fiber optik dan tersebar diseluruh negeri. Indihome hadir menawarkan pilihan kecepatan internet unlimited hingga 300 Mbps. Berikut merupakan kecepatan internet dan rekomendasi jumlah perangkat agar pengguna internet optimal.

Kecepatan	Rekomendasi Jumlah Perangkat
10 Mbps	1 - 3 Perangkat
20 Mbps	3 - 5 Perangkat
30 Mbps	5 - 7 Perangkat
40 Mbps	7 - 10 Perangkat
50 Mbps	10 - 12 Perangkat
100 Mbps	12 - 18 Perangkat
200 Mbps	18 - 25 Perangkat
300 Mbps	25 - 30 Perangkat

Gambar 1.3
Rekomendasi Kecepatan Internet dan Jumlah Perangkat

Sumber: <https://indihome.co.id/>, 2022



Gambar 1.4
Router indihome

Sumber: Witel Jakarta Selatan, 2022

b. Televisi (TV)

Layanan televisi berteknologi yang dilengkapi dengan fitur-fitur unggulan yang dirancang secara khusus agar memberikan berbagai kebutuhan pilihan channel yang baik.



Gambar 1. 5

Perangkat Televisi IndiHome

Sumber: Witel Jakarta Selatan, 2022

c. Telepon Rumah

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



Gambar 1. 6

Telepon Rumah

Sumber: Witel Jakarta Selatan, 2022

d. Telkomsel Orbit

Telkomsel orbit adalah satu produk yang ditawarkan oleh Witel Jakarta Selatan. Telkom orbit terdiri dari dua produk, yaitu Telkomsel Orbit Max S dan Telkom Orbit Star dengan produk yang dijual kepada masyarakat tanpa sewa seperti produk Indihome yang lain.



Gambar 1. 7
Perangkat Orbit

Sumber: www.myorbit.id, 2022

1.2 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang terus berkembang mengingat kebutuhan manusia yang terus bertambah. Saat ini teknologi diharapkan dapat memudahkan manusia dalam beraktivitas agar menjadi efektif dan efisien. Di Indonesia sendiri, mulai menyadari akan kebutuhan ini, seiring dengan gaya hidup masyarakat sekarang ini, masyarakat yang membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan handal. Hal tersebut terjadi karena adanya kemajuan teknologi yang terus bertambah. Dari sana kita dapat melihat bahwa kemajuan teknologi ini memudahkan manusia dalam melakukan berbagai macam aktivitas menjadi lebih efisien, dan efektif.

Perkembangan teknologi juga menuntut setiap perusahaan melakukan berbagai inovasi untuk mampu bertahan dalam persaingan. Pada saat ini perkembangan teknologi pada industri semakin kompleks salah satunya adalah teknologi informasi yang semakin baik juga. Dengan adanya perkembangan dan

kemajuan teknologi, manusia dapat mengakses informasi dunia dengan cepat dan mudah. Suatu akses yang dapat digunakan untuk mencari informasi yaitu dengan penggunaan internet. Dalam penggunaan internet, di Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terlebih dengan adanya pandemi sekarang yang membuat seluruh masyarakat harus bekerja atau belajar dari rumah melalui media daring. Peningkatan tersebut dibuktikan dengan adanya hasil riset dari we are social yang dilakukan pada tahun 2022 yang berjudul “*Global Digital Report 2022*”. Berikut gambar yang memperlihatkan penggunaan internet di Indonesia sebagai berikut:



GAMBAR 1.8

Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Jika dilihat dari hasil gambar 1.3 data perkembangan dunia digital di Indonesia pada tahun 2022, disebutkan bahwa ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya ada kenaikan yang tidak terlalu besar yaitu bertambah sekitar 2,1 juta. Persentasi pengguna internet memiliki masing-masing jenis perangkat. Meningkatnya jumlah pemakaian jasa layanan internet berdampak kepada perusahaan penyedia jasa layanan internet Indonesia, Pesatnya perkembangan teknologi dan melihat banyaknya penggunaan internet memungkinkan bagi operator layanan untuk menyediakan layanan yang beragam

bagi pelanggannya yaitu seperti layanan suara (telepon), data (internet) dan gambar (IP-TV) dalam satu jaringan akses dikenal dengan layanan triple-play.

Indonesia memiliki beberapa perusahaan penyedia layanan internet seperti Telkom, biznet, first media, mnc play dan lainnya. Banyak pesaing pada fixed broadband setiap perusahaan seharusnya berinovasi juga berkomitmen untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Karena dimasa digitalisasi saat ini konsumen sangat memilih-milih untuk menggunakan produk mana yang bisa mereka gunakan untuk mendukung aktivitas sehari-hari mereka. Melihat hal tersebut tentunya para perusahaan berlomba-lomba merebut pasar pada konsumen di Indonesia. Untuk saat ini ada 5 perusahaan telekomunikasi yang terbaik di Indonesia dengan keunggulan masing-masing dan dengan jumlah pelanggan yang berbeda-beda antara lain sebagai berikut:

TABEL 1.1
Daftar Perusahaan Fixed Broad Band Di Indonesia

Perusahaan	Produk	Jumlah pelanggan
PT supra primatama Nusantara	Biznet Network	800 ribu
PT Telekomunikasi Indonesia (tbk)	Indihome	8,7 juta
PT MNC Kabel Mediacom	MNC play	301 ribu
PT. Eka Mas Republik	My republic	300 ribu
PT Link Net	First Media	800 ribu

Sumber: www.kompas.com

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwasanya adanya persaingan perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia. Berdasarkan data, PT supra primatama Nusantara dengan produk biznet merupakan perusahaan yang memimpin pasar internet Fixed Broadband yang ada di Indonesia dengan jumlah pengguna biznet mencapai 800 ribu pelanggan Biznet, hal ini didukung dengan kualitas produk biznet berdasarkan kecepatan akses internet dibanding dengan provider lainnya menyebabkan biznet menjadi provider terbaik saat ini.

Selanjutnya perusahaan yang sangat mendekati Biznet yaitu PT telkom Indonesia dengan produk indihome berhasil mencapai 8,7 juta pelanggan, selanjutnya PT MNC kabel mediacom dengan produk mnc play dengan 301 ribu pelanggan, selanjutnya PT eka mas republik dengan produk my republik dengan pelanggan 300 ribu dan terakhir PT link net dengan produk first media berhasil mencapai 800 ribu pelanggan , dengan jumlah konsumen yang sangat banyak IndiHome seharusnya memiliki strategi untuk memuaskan konsumen IndiHome agar tidak di akuisisi oleh perusahaan Fixed Broadband lain.

Saat ini produk indihome sudah tersebar luas di Indonesia terbagi atas 7 regional salah satunya adalah telkom regional II yang terdiri dari area Jakarta, Banten, Bogor, Tangerang, Bekasi. Dalam penelitian ini yang dipilih menjadi objek penelitian nya adalah Witel Jakarta Selatan. Seiring berkembangnya indihome di masyarakat luas, persaingan penjualan indihome khususnya di Telkom Regional II dapat dilihat pada gambar grafik dibawah ini:



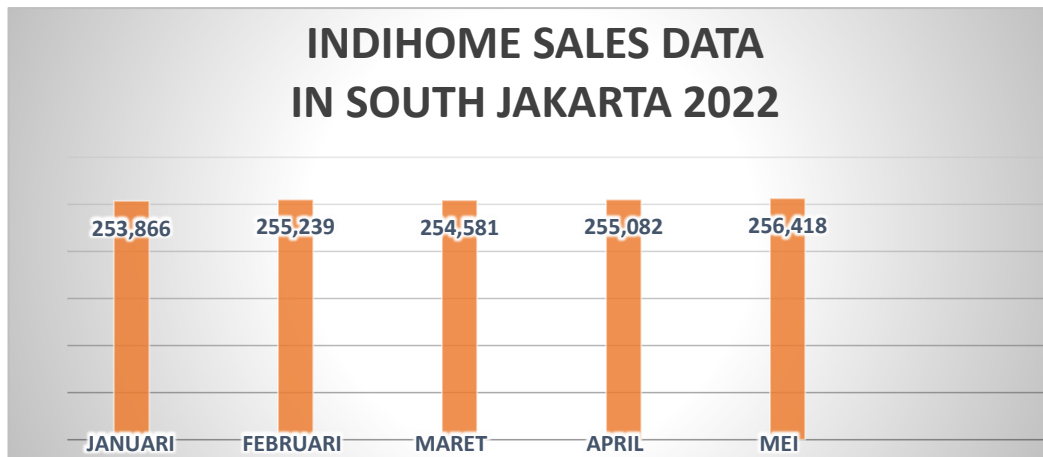
GAMBAR 1.9

Sales Witel Regional II

Sumber: Witel Jakarta Selatan

Pada gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa jika persaingan penjualan indihome di dalam telkom regional 2. Pada posisi pertama ada Bogor dengan

jumlah penjualan 7,620 sales. Jakarta selatan dengan jumlah sales sebanyak 5,160. Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa posisi jakarta selatan masih tertinggal dengan daerah lainnya seperti bogor,tangerang, dan jakarta timur. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari data penjualan indihome di Witel Jakarta Selatan tahun 2022



GAMBAR 1.10

Grafik Data Penjualan IndiHome

Sumber : Data Witel Jakarta Selatan

Berdasarkan data pengguna indihome di Jakarta selatan tahun 2022 menunjukkan bahwa jumlah pengguna indihome tidak konsisten. Hal ini dapat dilihat dari naik turunnya jumlah pelanggan pada tahun 2022. Jika dilihat dari naik turunnya penjualan indihome tersebut berarti ada beberapa hal yang membuat pelanggan tidak memilih produk indihome dan mengganti ke provider lain. Kemungkinan besar tingkat harga produk indihome memiliki harga yang jauh daripada provider lain. Ada juga yang menjadi kendala bagi masyarakat yang sering mengeluh masalah kualitas produk diantaranya kualitas koneksi, tidak bisa mengakses layanan, channel tv yang tidak aktif, kecepatan internet tidak stabil dan lainnya. ini menunjukkan bahwa semua itu dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih provider yang akan digunakan. Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan- perusahaan harus mampu memainkan strategi agar dapat bersaing dengan para kompetitor dan mampu menarik konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Keberhasilan perusahaan dalam

mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung salah satunya dengan memperhatikan kualitas produk perusahaan. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal.

Kualitas produk juga merupakan salah satu factor terpenting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas dapat diukur seberapa bagus tingkat kualitas produk yang mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Semakin baik kualitas produk, maka akan meningkatkan minat konsumen dalam memilih dan melakukan pembelian. Dengan berbagai keluhan yang sering disampaikan oleh konsumen tersebut, itu yang dapat mengakibatkan naik turunnya jumlah pelanggan indihome. Telkom perlu untuk meningkatkan kualitas produknya guna mempertahankan, meningkatkan penjualan dan juga dapat bersaing dengan produk yang sejenis. Karena banyaknya juga brand sekarang yang mulai menciptakan produk-produk dalam bidang teknologi komunikasi, PT Telkom Indonesia harus terus berusaha mempertahankan kualitas produk indihome agar mampu memberikan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat berubah dalam waktu ke waktu.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Witel Jakarta Selatan 2022”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk indihome di Jakarta selatan?
2. Bagaimana keputusan pembelian produk di Jakarta selatan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Jakarta selatan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan diteliti penulis, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk indihome di Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian produk di Jakarta selatan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian indihome di Jakarta selatan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis harapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambah ilmu dan pengetahuan untuk para pembaca dan penulis dalam bidang pemasaran secara khusus memahami mengenai pengaruh citra merek, harga produk, dan kualitas produk dalam keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan informasi ini dapat memberikan berupa saran dan informasi kepada pihak-pihak yang terlibat yaitu witel Jakarta selatan guna sebagai gambaran untuk membentuk suatu kebijakan efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian produk indihome di Jakarta selatan. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penulis selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan objek yang sama.

1.6 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada Batasan-batasan masalah agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan dapat diperoleh sesuai dengan perumusan masalah. Batasan-batasan penelitian ini antara lain:

- 1) Objek penelitian ini adalah konsumen PT telekomunikasi Indonesia indihome kota Jakarta selatan
- 2) Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian pada produk PT telekomunikasi Indonesia indihome kota Jakarta selatan
- 3) Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas para keputusan pembelian indihome di Jakarta selatan.
- 4) Penelitian ini menggukan 2 variabel yaitu kualitas produk terhadap keputusan pelanggan

- 5) Penelitian ini menggunakan responden para konsumen yang sudah pernah membeli produk indihome di Jakarta selatan.

1.7 Sistematika Penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, Batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini berisi tentang tinjauan Pustaka, kerangka pemikiran dan dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian dan tahapan penelitian, populasi dan sampel dan pengumpulan data dan juga teknis analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan pembahasan hasil responden terhadap variable yang ada pada penelitian menjawab dan membahas hasil masalah serta hasil dari penghitungan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan hasil kesimpulan dari observasi serta saran- saran yang disampaikan kepada perusahaan yang dijadikan objek observasi oleh penulis.