

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial tentu saja manusia dalam hidupnya membutuhkan komunikasi dengan orang lain untuk saling bertukar informasi demi kelancaran hubungan, baik hubungan kerja atau sekedar menjalin keakraban dengan sesamanya. Kebutuhan berkomunikasi ini terutama komunikasi jarak jauh tentunya memerlukan alat komunikasi yang memadai sehingga tidak perlu mendatangi tempat tujuan untuk mendapatkan informasi. Beruntunglah manusia dengan akal dan daya kreatifitasnya dapat mengembangkan teknologi dari masa ke masa untuk mendukung pemenuhan kebutuhan ini. Dimulai dari zaman dahulu kala dimana burung merpati dijadikan alat untuk mengirimkan pesan, kemudian dikembangkanlah telegraf, telepon, *pager* hingga seluler (*handphone*). Dahulu telepon menjadi alat komunikasi yang populer dimasyarakat dan Perusahaan Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT Telkom) sebagai satu-satunya perusahaan yang menyediakan layanan telepon. Hasil penjualan produk telepon ini tentunya berkontribusi banyak pada pendapatan PT Telkom.

Perusahaan Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT Telkom) merupakan perusahaan penyedia layanan telekomunikasi pertama dan terbesar di Indonesia yang menyediakan jasa telepon tetap kabel (*fixed wireline*) atau lebih dikenal dengan telepon rumah, jasa telepon tetap nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*mobile service*), data/internet serta jasa multimedia lainnya. PT Telkom terdiri dari tujuh divisi regional yaitu Sumatera, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Yogyakarta, Jawa Timur, Kalimantan dan Kawasan Timur Indonesia. Untuk divisi regional Jawa Barat salah satunya berada di Jalan Supratman 66 Bandung.

Seiring perkembangan jaman dan teknologi, kini penjualan telepon tergerus oleh hadirnya seluler yang memberikan kenyamanan lebih dibanding produk *wireline*. Perusahaan percaya bahwa peningkatan penggunaan seluler dan penurunan tarif seluler sangat berpengaruh pada pendapatan PT Telkom dari

bisnis produk *wireline*. Meskipun produk *wireline* ini terus tersisihkan oleh hadirnya seluler, PT Telkom tetap berusaha semaksimal mungkin untuk mencegah kehilangan pelanggan produk *wireline* dan meningkatkan pendapatan produk *wireline*. Hal ini dikarenakan PT Telkom tidak menginginkan aset kabel optik untuk produk *wireline* yang dimilikinya sejak dahulu mati begitu saja.

Berdasarkan keterangan dari Ibu Sannty, sebagai *customer retention and loyalty officer*, dikatakan bahwa pendapatan dari produk *wireline* dalam 3 tahun ini khususnya pada divisi barat mengalami penurunan yang terus-menerus. Penurunan pendapatan tersebut untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Data Pertumbuhan Pendapatan Produk *Wireline* Divisi Barat

Periode	Pendapatan (Rp)	Selisih (Rp)	Pertumbuhan
Maret 2010 - Februari 2011	16.737.677.186	-665.043.371	-3,97%
Maret 2011 - Februari 2012	16.072.633.815		
Maret 2012 - Februari 2013	14.483.124.524	-1.589.509.291	-9,89%

Contoh perhitungan :

Pertumbuhan Februari 2011 – Februari 2012

$$= \frac{-665.043.371}{16.737.677.189} \times 100\% = -3,97\%$$

Area kerja divisi barat ini salah satunya adalah area Bandung Barat yang mencakup beberapa wilayah seperti Cimahi, Gegerkalong, Kopo, Padalarang, Rajawali, Soreang, Subang dan Tegalega. Kontribusi penurunan pendapatan dari wilayah-wilayah tersebut pada divisi barat ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2
Rata-Rata Pertumbuhan Pendapatan Produk *Wireline* Area Bandung Barat

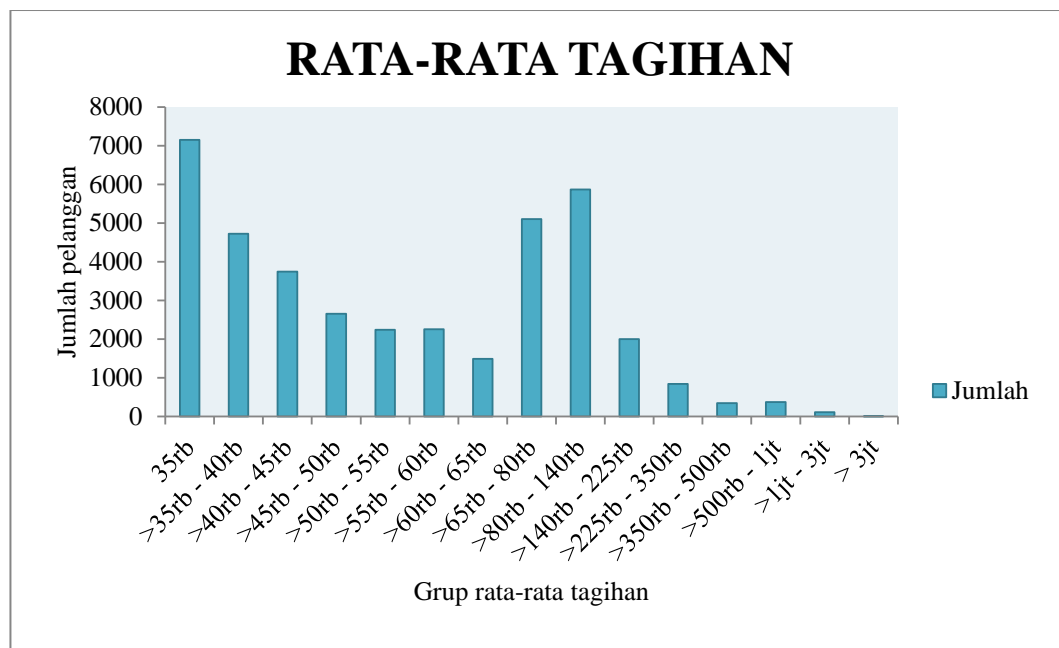
Wilayah	PENDAPATAN					
	Rata-Rata Pertumbuhan Triwulan 1 Thn 2012	Rata-Rata Pertumbuhan Triwulan 2 Thn 2012	Rata-Rata Pertumbuhan Triwulan 3 Thn 2012	Rata-Rata Pertumbuhan Triwulan 4 Thn 2012	Rata-Rata Pertumbuhan Triwulan 1 Thn 2013	Rata-Rata Pertumbuhan
Cimahi	-0,8%	-0,5%	-2,6%	-0,6%	0,2%	-0,9%
Gegerkalong	-0,8%	0,4%	-2,4%	-0,5%	0,6%	-0,5%
Kopo	-0,4%	-0,4%	-2,2%	-0,2%	1,8%	-0,3%
Padalarang	-0,1%	-0,5%	-1,5%	-0,1%	4,2%	0,4%
Rajawali	-1,0%	-0,2%	-1,7%	0,0%	1,2%	-0,3%
Soreang	-1,7%	-0,8%	-2,9%	-0,2%	1,0%	-0,9%
Subang	-1,1%	-1,7%	-2,5%	-0,5%	1,9%	-0,8%
Tegalega	-0,3%	-0,1%	-2,0%	-0,3%	3,6%	0,2%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas wilayah mengalami penurunan pendapatan selama tahun 2012 hingga Februari 2013. Penurunan terbesar terjadi di Cimahi dan Soreang yaitu rata-rata sebesar 0,9%.

Sebagai salah satu wilayah dengan penurunan pendapatan terbesar maka perlu diteliti lebih lanjut masalah yang terjadi di wilayah Cimahi dimana bisa dilihat dari daftar rata-rata tagihan per bulan untuk produk *wireline* di wilayah tersebut seperti berikut ini :

Tabel 1.3
Grup Rata-Rata Tagihan Per Bulan Produk *Wireline* Wilayah Cimahi Tahun 2013

Grup Rata-Rata Tagihan Per Bulan	Jumlah
35rb (abodemen)	7153
>35rb - 40rb	4725
>40rb - 45rb	3745
>45rb - 50rb	2657
>50rb - 55rb	2241
>55rb - 60rb	2259
>60rb - 65rb	1489
>65rb - 80rb	5107
>80rb - 140rb	5869
>140rb - 225rb	1998
>225rb - 350rb	840
>350rb - 500rb	344
>500rb - 1jt	375
>1jt - 3jt	108
> 3jt	4



Gambar 1.1
Grafik Rata-Rata Tagihan Produk *Wireline* Per Bulan Wilayah Cimahi

Jika dilihat jumlah pelanggan Cimahi yang hanya membayar abodemen saja dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan, seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.4
Jumlah Pelanggan Cimahi yang Hanya Membayar Abodemen

Tahun	Jumlah Pelanggan
2011	6869
2012	7081
2013	7153

Dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa masalah yang terjadi adalah banyaknya jumlah pelanggan aktif yang hanya membayar tarif abodemennya saja yaitu Rp 35.000,- dengan jumlah hingga 7.153 pelanggan dan angka ini merupakan yang terbesar diantara grup rata-rata tagihan lainnya. Pelanggan yang hanya membayar abodemen saja biasa disebut dengan pelanggan tidak produktif.

Dalam rangka meningkatkan pendapatan produk *wireline* yang menurun sejak tahun 2011 ini, maka perlu dilakukan kegiatan penggarapan kembali lahan yang

sudah ada yaitu pelanggan aktif yang hanya membayar abodemen ini untuk meningkatkan pendapatan produk *wireline* PT Telkom.

1.2 Identifikasi Masalah

Melihat banyaknya pelanggan yang hanya membayar abodemen saja sehingga berkontribusi pada penurunan pendapatan produk *wireline* selama 3 tahun terakhir ini, maka penulis mengidentifikasi beberapa kemungkinan penyebabnya, seperti :

1. Adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap produk *wireline* PT Telkom.
2. PT Telkom belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang dibutuhkan pelanggan dalam menggunakan produk *wireline*.
3. Belum tepatnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Telkom.

Dan berdasarkan wawancara dengan Ibu Sannty bahwa salah satu penyebabnya adalah perubahan jaman yang membuat produk substitusi seperti *handphone* lebih banyak dipilih oleh konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, dana, tenaga dan agar masalah yang akan dibahas tidak terlalu luas serta dapat diteliti secara lebih mendalam, maka penulis memberikan batasan mengenai beberapa hal sebagai berikut :

1. Pelanggan yang diteliti hanya pada wilayah Cimahi karena keterbatasan waktu penulis dalam melakukan penelitian. Pelanggan Cimahi yang diteliti adalah pelanggan dengan rata-rata tagihan sebesar Rp 35.000,- per bulan karena merupakan kontribusi terbesar pada penurunan pendapatan di wilayah Cimahi serta pelanggan yang diteliti adalah pelanggan yang pernah mengeluhkan pelayanan produk *wireline* kepada PT Telkom karena diperlukan penilaian ketika PT Telkom menghadapi keluhan pelanggan.

1.4 Perumusan Masalah

Kemungkinan penyebab masalah yang akan diteliti lebih spesifik dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa kelebihan *handphone* dibanding produk *wireline* selain karena faktor mobilitas?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan produk *wireline* terhadap kinerja PT Telkom?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan penggunaan produk *wireline* PT Telkom?
4. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk *wireline* PT Telkom?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat diusulkan kepada PT Telkom untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan aktif menggunakan produk *wireline* sehingga dapat meningkatkan pendapatan?

1.5 Tujuan Penelitian

Setelah menentukan perumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui kelebihan *handphone* dibanding produk *wireline* selain karena faktor mobilitas.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan produk *wireline* terhadap kinerja PT Telkom.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan penggunaan produk *wireline* PT Telkom.
4. Mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk *wireline* PT Telkom.
5. Memberikan usulan strategi pemasaran yang bisa diberikan kepada PT Telkom untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan aktif menggunakan produk *wireline* sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengolahan, penganalisisan serta pemecahan masalah dengan lebih terstruktur, maka penulisan laporan ini disusun menurut sistematika sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi gambaran mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan teoritis dalam menyelesaikan suatu masalah. Tinjauan pustaka ini berisikan definisi dan metode-metode yang digunakan dalam usaha pencarian solusi pemecahan masalah pada penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi langkah-langkah sistematis dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dimulai dari penelitian pendahuluan hingga akhir penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi pengolahan data yang akan dilakukan untuk dapat memecahkan masalah yang terjadi dalam penelitian Tugas Akhir disertai analisis hasil yang diperoleh dari pengolahan data.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis. Selain itu, pada bab ini juga akan diberikan saran perbaikan bagi perusahaan yang diteliti untuk memecahkan masalah yang dihadapi.