

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan pada hakekatnya merupakan suatu proses perubahan yang terjadi secara terus menerus untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Indonesia sebagai Negara berkembang saat ini sedang sangat giat-giatnya melaksanakan pembangunan disegala bidang termasuk juga bidang perekonomian; Hal yang dibangun dari perekonomian salah satunya adalah perusahaan telekomunikasi, seiring dengan kemajuan zaman serta kebutuhan manusia semakin meningkat terutama di bidang teknologi, informasi dan komunikasi, sehingga mendorong konsumen untuk meningkatkan intensitas penggunaan teknologi dalam kebutuhan sehari-hari. Sejalan dengan perkembangan informasi dan komunikasi, tujuan dari berbagai usaha yang dilakukan, baik yang dilakukan pemerintah maupun swasta, diharapkan mencapai tingkat pendapatan yang lebih baik.

Indonesia juga dianggap sebagai lahan yang subur untuk berkembangnya berbagai usaha atau kegiatan perekonomian. Penduduk yang jumlahnya sekitar 264 juta jiwa dan yang tersebar dari Sabang sampai Merauke merupakan pasar yang potensial bagi suatu perusahaan. Selain itu dengan diberinya kesempatan yang luas oleh pemerintah kepada dunia usaha merupakan peluang yang sangat baik bagi investor untuk menginvestasikan modalnya. Melihat kondisi di atas tentu dapat merangsang para investor untuk mengembangkan usahanya di Indonesia. Keadaan ini

pun merupakan suatu tantangan bagi suatu perusahaan karena dengan demikian akan timbul persaingan, dimana setiap perusahaan akan merebut peluang pasar yang sama.

Dengan demikian muncul kaum pengusaha yang dengan inisiatifnya masing-masing berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Harapan kaum pengusaha untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya sangat ditentukan oleh pemasarannya yang digunakannya. Maka bagian pemasaran harus jeli dalam melihat berbagai peluang tantangan dan harapan sehingga dapat dijadikan sebagai kerangka dasar bagi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan yang pada akhirnya, tujuan dari perusahaan untuk dapat meraih keuntungan atau laba serta kepuasan dari pihak konsumen dapat terwujud dengan seimbang. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini, masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan handal, maka merupakan peluang sekaligus tantangan bagi operator layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, maka perusahaan-perusahaan produsen layanan telekomunikasi nirkabel berlomba-lomba untuk memenangi pasar telekomunikasi di Indonesia.

Di Indonesia perusahaan yang menyediakan jasa layanan telekomunikasi nirkabel ada cukup banyak, salah satunya PT Telkomsel, dimana perusahaan ini memproduksi barang penunjang perangkat telekomunikasi nirkabel yakni kartu telekomunikasi dan pulsa yang digunakan pada telepon genggam supaya bisa digunakan untuk berkomunikasi. Di provinsi NTT sendiri juga terdapat berbagai perusahaan telekomunikasi yang tersedia dan sudah siap melayani masyarakat yang

ingin menggunakan jasa mereka, akan tetapi masyarakat NTT memiliki kecenderungan memakai jasa dari perusahaan Telkomsel dibandingkan produk dari perusahaan yang lain karena pelayanan Telkomsel baik itu dari segi kualitas jaringan dan mitra kerja (penjual pulsa) telkomsel sudah sampai ke hampir semua pelosok wilayah NTT. Perusahaan yang memproduksi pulsa Kartu As prabayar adalah perusahaan telekomunikasi seluler yang bernama PT Telkomsel. PT Telkomsel atau yang biasa disebut Telkomsel merupakan anak perusahaan dari PT Telkom dimana pada tahun 1993 PT Telkom mulai merambah teknologi nirkabel GSM dan dimana kemudian pada tahun 1995 PT Telkom mendirikan PT Telkomsel. Awalnya PT Telkomsel mengeluarkan produk berupa kartu untuk layanan telekomunikasi nirkabel sebanyak satu produk saja yaitu Kartu Halo, kemudian berlanjut pada tahun 1997 Telkomsel meluncurkan produk kartu telekomunikasi nirkabel lagi dengan nama Kartu simPATI, dan pada tahun 2004 Telkomsel meluncurkan lagi kartu telekomunikasi nirkabel lainnya yaitu Kartu As.

Ditahun yang sama juga kartu ini diperkenalkan di Kota Kupang, adapun Kartu As ini diperkenalkan sebagai kartu yang memiliki fitur-fitur sangat terjangkau bagi pelanggan dibanding kedua produk Telkomsel yang lainnya. Dengan memakai slogan “Pas Buat Semua”, Kartu As diharapkan bisa menguasai pasar kalangan muda dan menengah ke bawah, walaupun tidak menutup kemungkinan untuk siapa saja bisa menggunakannya. Pulsa Kartu As prabayar merupakan produk yang dihasilkan Telkomsel guna mendukung kinerja dari Kartu As selaku produk telekomunikasi nirkabel yang menjangkau dan memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi

dengan tarif percakapan mendekati tarif telepon rumah, dengan kata lain Kartu As adalah telepon rumah yang dapat dibawa kemanapun pengguna beraktivitas dengan biaya pulsa mendekati biaya telepon rumah. Dengan tarif yang lebih murah tersebut, Telkomsel telah membantu masyarakat dalam efisiensi finansial di bidang telekomunikasi. Dengan jumlah pelanggan yang masih menggunakan produk Kartu As terhitung dari tahun 2004 sebanyak kurang lebih 32 juta pelanggan di seluruh Indonesia, sebanyak 1,4 juta pelanggan di Provinsi NTT, dan sebanyak 112.938 pelanggan di Kota Kupang.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengguna atau Pelanggan Kartu As di Wilayah Kota Kupang

Bulan	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Jan	773	777	488	594	777
Feb	540	639	673	610	762
Mar	690	706	500	748	822
Apr	624	418	670	704	805
Mei	598	587	483	621	898
Jun	477	677	706	613	736
Jul	797	781	720	789	617
Agst	679	607	861	718	735
Sept	581	804	507	692	816
Okt	754	821	593	730	709
Nov	766	849	756	723	769
Des	788	400	769	759	704
Jumlah	8067	8066	7726	8301	9150

Sumber : Telkomsel GraPARI NTT

Dari Tabel 1.1 di atas bisa dilihat bahwa fenomena yang terjadi pada Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2018 tentang pengguna kartu telekomunikasi nirkabel Kartu As mengalami fluktuasi. Jika dilihat pada Tahun 2015 dan 2016 pengguna Kartu As di Kota Kupang mengalami penurunan, dari angka 8067 pada Tahun 2014 berkurang menjadi 8066 pada Tahun 2015, menurun lagi menjadi 7726 pengguna Kartu As pada Tahun 2016, dan setelah itu mulai membaik dengan naik ke jumlah 8301 pengguna Kartu As di Tahun 2017 dan pada berikutnya yaitu di Tahun 2018 meningkat menjadi 9150 pengguna Kartu As. Fenomena ini terjadi dikarenakan produk Kartu As belum mengeluarkan fitur-fitur terbaru yang bisa membuat masyarakat Kota Kupang tertarik untuk menggunakan jasa dari Kartu As tersebut, sehingga tingkat kepercayaan kepada Kartu As cenderung statis yang membuat pengguna jenuh dan menjadi kurang diminati oleh masyarakat yang belum menggunakan jasa Kartu As. Sementara produk saingan yang sejenis baik dari satu perusahaan yaitu Telkomsel maupun bukan dari Telkomsel, ramai-ramai mengeluarkan fitur-fitur terbaru (salah satu contoh yaitu menggunakan teknologi 4G untuk kecepatan internet mobile) untuk menarik minat masyarakat supaya menggunakan jasa kartu telekomunikasi nirkabel milik mereka. Adapun juga alasan lain yaitu kurang maksimalnya bagian pemasaran melakukan kegiatan marketing untuk lebih membuat khalayak ramai makin percaya akan produk Kartu As. Tetapi setelah penurunan tersebut, Kartu As pada Tahun 2017 akhirnya mengeluarkan fitur-fitur yang menarik perhatian masyarakat seluruh Indonesia tidak terkecuali di Kota Kupang, dengan mengeluarkan fitur seperti pengalihan sistem kerja kartu dari 3G ke

4G, Telepon Murah ke sesama atau dan ke operator lain, Paket Data yang kuotanya besar tapi harganya murah sesuai dengan ciri khas Kartu As, juga ada fitur family dimana ketika pengguna membeli paket data, selain kuotanya yang besar, juga ada gratis telepon dan SMS ke sesama atau dan ke operator lain, ditambah masa berlakunya fitur tersebut sampai 30 hari sejak fitur diaktifkan. Sehingga tidak dipungkiri penjualan produk Kartu As dari 2 (dua) Tahun terakhir yaitu Tahun 2017 sampai dengan Tahun 2018 melonjak drastis yang berdampak pada tingginya pengguna kartu As. Pihak Telkomsel juga sudah memberi peningkatan kerja dalam menjangkau seluruh pelanggan dengan menyediakan mitra kerja dalam pendistribusian pulsa Kartu As hingga ke daerah-daerah wilayah Provinsi NTT, termasuk juga seluruh wilayah Kota Kupang. Khusus di Kota Kupang, harga yang ditetapkan oleh Telkomsel untuk produk Kartu As dan pulsanya terjangkau karena Telkomsel memberikan harga yang sama di seluruh Indonesia, walaupun pada prakteknya harga untuk membeli pulsa Kartu As pada mitra Telkomsel dijual dengan variasi harga yang lebih dari standar harga karena sesuai dengan keinginan penjualnya (mitra kerja). Akan tetapi harga pulsa yang dipatok masih terbilang wajar dan masih diterima oleh masyarakat. Dan juga jika kita berbicara soal jaringan, pemancar yang didirikan oleh pihak PT Telkom selaku satu-satunya pemilik *Tower* di Indonesia dengan nama tiangnya yaitu TBG (Tower Bersama Grup), juga masuk sampai di Kota Kupang dan sudah menjangkau seluruh pelosok wilayah Kota Kupang sehingga saluran distribusi sinyal untuk mendukung penggunaan Kartu As sebagai sarana komunikasi dapat terjadi dengan lancar. Dengan semakin

meningkatnya perkembangan teknologi dewasa ini, semakin tinggi pula tingkat kebutuhan masyarakat di Kota Kupang terhadap berbagai macam jenis barang telekomunikasi nirkabel termasuk Kartu As Prabayar. Kebutuhan dan permintaan yang sangat tinggi tersebut mengakibatkan Telkomsel di Kota Kupang tidak terlepas dari situasi persaingan dengan berbagai jenis produk lainnya. Dengan berlatar belakang salah satu jenis layanan telekomunikasi yang tergolong sudah sangat dikenal dan dipercaya di mata masyarakat luas, bagi pihak perusahaan harus tetap menjaga kepercayaan ini sehingga dapat memasuki arena persaingan yang semakin kompetitif yang kian menajam dalam dunia bisnis saat ini. Bagi pihak perusahaan itu sendiri mau tidak mau, suka tidak suka harus tetap menghadapi ini sebagai suatu realitas dan menyikapinya dengan suatu pola pengembangan sistem manajemen yang lebih moderen sehingga dapat menguasai pasar dan usaha dapat berkelanjutan.

Naik turunnya permintaan terhadap produk pulsa Kartu As Prabayar pada telkomsel di Kota Kupang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain seperti faktor harga, pendapatan konsumen, dan frekuensi komunikasi.

Sehubungan dengan faktor-faktor tersebut dan uraian diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pulsa Kartu As Prabayar di Kota Kupang”.

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Apakah pendapatan konsumen, harga Pulsa Kartu As, serta frekuensi komunikasi secara simultan berpengaruh terhadap permintaan Pulsa Kartu As di Kota Kupang ?
2. Apakah pendapatan konsumen, harga Pulsa Kartu As, dan frekuensi komunikasi secara parsial berpengaruh terhadap permintaan Pulsa Kartu As di Kota Kupang?

1.3 Tujuan Penulisan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari harga produk Pulsa Kartu As, pendapatan konsumen, dan frekuensi komunikasi secara simultan terhadap permintaan Pulsa Kartu As prabayar di Kota Kupang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk Pulsa Kartu As, pendapatan konsumen, dan frekuensi komunikasi secara parsial terhadap permintaan Pulsa Kartu As prabayar di Kota Kupang.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan ini yakni :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari harga pulsa, pendapatan konsumen, dan frekuensi komunikasi terhadap permintaan pulsa Kartu As di Kota Kupang.

2. Sebagai bahan informasi bagi PT Telkomsel dalam mengembangkan usahanya dan juga sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian di masa yang akan datang.
3. Secara praktis, bagi penulis untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya di lapangan.
4. Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan.
5. Sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian di masa yang akan datang.