

# BAB I

## Pendahuluan

### A. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang modern seperti saat ini, komunikasi telah menjelma menjadi kebutuhan utama dan manusia sebagai makhluk sosial yang terus bergerak mengikuti perkembangan zaman. Telepon adalah salah satu alat komunikasi yang paling dibutuhkan oleh manusia, dan dapat ditemui dimana saja, mulai dari rumah, kantor, sekolah, tempat hiburan, dan lain lain. Telepon yang awalnya menggunakan kabel kini telah berkembang menjadi telepon tanpa kabel atau lebih dikenal sebagai telepon seluler.

Gairah industri digital Indonesia kini sudah berkembang begitu pesat. Gejala ketergantungan masyarakat Indonesia akan internet cepat membuat segalanya bisa dilakukan dengan smartphone. Tidak mengherankan jika digitalisasi menjadi begitu erat, mulai dari lingkungan rumah tangga, tempat kerja, hingga yang berhubungan dengan kehidupan sosial. Kondisi seperti inilah yang menjadi pemicu semangat PT. Indosat Ooredoo untuk bisa memberi akses digital cepat, murah, dan bisa dinikmati oleh semua kalangan, baik untuk pribadi hingga pelaku bisnis. Untuk mendukung usaha tersebut, PT. Indosat Ooredoo menawarkan berbagai macam produk dan jasa dengan jaminan kemudahan, akses ke dunia digital yang lebih baik, serta dengan tarif yang terjangkau. Dengan jaringan dan layanan 4G plus, PT. Indosat Ooredoo bertekad menjadi pionir dunia digital di tanah air sehingga bisa memberi layanan yang lebih baik pada masyarakat.

Setiap telepon seluler membutuhkan kartu prabayar untuk dapat dioperasikan dan digunakan, banyak kartu prabayar yang muncul sebagai pemain baru dalam pasar kartu prabayar, salah satunya adalah kartu prabayar IM3 Ooredoo. Selama 5 tahun terakhir, kartu





prabayar Indosat Ooredoo telah menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, terutama dalam jumlah pelanggan, hal ini dapat dilihat dari data (*financial highlights*) berikut:

Tabel 1.1  
Jumlah pelanggan Kartu prabayar IM3 ooredoo periode 2013 – 2015

Tahun	2013	2014	2015
Pelanggan	58,5 juta pelanggan	54,9 juta pelanggan	68,5 juta pelanggan

Sumber : Indosat Ooredoo

Pada tahun 2014 IM3 Ooredoo telah banyak membuka gerai di Indonesia hingga saat ini di antaranya : Jakarta (Mall Ambassador, Sarinah, Mangga Dua, Rawamangun, Pondok Indah, Roxy, karawang(Jl. Achmad Yani), Bekasi (Mall Metropolitan), BSD serpong(Jl. Raya Serpong Banten ( Bintaro, Karawaci), Bandung (Asia Afrika, BEC, ), Tasikmalaya(Komplek Plaza Asia), Solo (Jl. Slamet Riyadi), Malang ( Jl. Jaksa Agung Suprpto), Medan (Medan Fair Plaza), Palembang (Jl. Angkatan 45), Samarinda (Jl.R.E.Martadinata), Pontianak ( Jl. A.Yani), Makassar (Graha Slamet Riyadi), Manado (Mega Mas).  
(<https://indosatooredoo.com/en/business/support/gerai>).

Kartu prabayar IM3 Ooredoo merupakan produk dari PT Indosat Tbk yang sekarang berganti nama menjadi PT Indosat Ooredoo Tbk yang bergerak melayani pelanggan di bidang jasa telekomunikasi internasional yang pertama di Indonesia. Dalam persaingan antara kartu prabayar yang semakin ketat dan kompetitif, sangatlah krusial bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Karena melalui strategi pemasaran yang tepat, perusahaan tidak hanya dapat memenagkan persaingan dengan para pesaingnya saja, tetapi juga dapat membangun loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 75) bauran pemasaran ialah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang terdiri dari empat komponen,

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip atau seluruh atau sebagian isi tanpa mengizinkan penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yaitu produk, harga, tempat, dan promosi yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran.

PT. Indosat Ooredoo selaku produsen produk IM3 Ooredoo sudah melakukan berbagai macam upaya untuk menghadapi persaingan ini, khususnya dalam memberikan layanan terbaik lewat aspek produk dan harga. Kualitas produk yang ditawarkan dari kartu prabayar IM3 Ooredoo diantaranya dengan memberikan fitur dan layanan yang tersedia di dalam kartu yaitu mulai dari sms (*short message service*), transfer pulsa, *Messenger Package*, Paket internet, *combo freedom*, dan produk-produk lainnya.

Harga suatu produk dapat menunjukkan dan mempengaruhi bagaimana konsumen itu loyal jika suatu produk ditawarkan dengan harga yang wajar dan mempengaruhi konsumen agar melakukan pembelian secara konsisten, itu berarti konsumen tersebut telah merasa puas akan produk atau jasa yang telah dibelinya dan bukan tidak mungkin konsumen akan menjadi loyal. Strategi harga yang diberikan melalui produk IM3 Ooredoo yaitu dengan memberikan nominal pengisian pulsa mulai dari lima ribu rupiah hingga ratusan ribu rupiah, hal ini dimaksudkan memberikan banyak pilihan kepada konsumen agar harga nominal pulsa isi ulang IM3 Ooredoo terjangkau oleh semua lapisan masyarakat. Kartu perdana IM3 Ooredoo dijual dengan harga relatif murah menyediakan voucher sms atau *electric* dengan harga yang terjangkau di kalangan apapun.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa masalah yang telah teridentifikasi, yaitu :

1. Strategi apa saja yang sudah dilakukan IM3 Ooredoo untuk memperoleh loyalitas pelanggan ?





2. Apakah produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar IM3 Ooredoo

?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar IM3 Ooredoo

?

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan lebih menitik beratkan pada pertanyaan berikut :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar IM3 Ooredoo

?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar IM3 Ooredoo

?

### D. Batasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis akan membatasi aspek-aspek penelitian yang akan dilakukan, diantaranya :

1. Obyek penelitian adalah loyalitas pelanggan kartu prabayar IM3 Ooredoo.
2. Subyek penelitiannya adalah konsumen pengguna kartu prabayar IM3 Ooredoo.
3. Wilayah penelitian terbatas di Bekasi kota Harapan Indah.
4. Periode penelitian adalah januari 2017 - juli 2017.

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Apakah produk dan harga



variabel-variabel bauran pemasaran atau ingin melakukan penelitian sejenis

lainnya.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

