



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi bauran pemasaran biasanya dikenal dengan *Mix Marketing* yang dimana terdiri dari produk (*product*), saluran distribusi/tempat (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*) yang pada hakekatnya strategi ini digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Namun dalam pemasaran jasa atau services marketing, masih terdapat yang lain yaitu proses (*process*), orang (*people*), bukti lingkungan fisik (*physical evidence*). Menurut Belch dan Belch (dalam Dharmawan, 2012:3) pemasaran sebagai fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk kreasi, komunikasi dan penyampaian nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan yang memberikan manfaat bagi organisasi dan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang memiliki hubungan erat dengan organisasi. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan aru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempermosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Dewasa ini, pertumbuhan layanan akses internet menjadi sebuah fenomena yang menarik perhatian. Persaingan yang ketat antar perusahaan penyedia jasa layanan akses internet harus memacu semangat PT. Telekomunikasi Indonesia untuk dapat bersaing secara maksimal. Melalui strategi yang jitu dan mumpuni, diharapkan PT. Telekomunikasi Indonesia dapat menciptakan posisi yang baik dan bernilai dimata masyarakat. Keluaran yang dihasilkan diharapkan dapat mengakomodir semua kebutuhan masyarakat akan layanan akses internet yang cepat, mudah, dan murah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Dari segi produk (*product*), IndiHome merupakan produk yang ditawarkan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia. IndiHome merupakan program *triple play*¹ dari PT. Telekomunikasi Indonesia yang meliputi *internet on fiber* atau *high speed internet* (internet cepat), *phone* (telepon rumah), dan *interactive televisi* (*UseeTV cable*). Berbagai keunggulan IndiHome dan fitur yang dapat membantu konsumen untuk memenuhi kebutuhan berselancar internet dengan aman dan bebas gangguan cuaca.

1) Internet on fiber

Layanan internet super cepat menggunakan fiber optik dari Telkom Indonesia yang memiliki keunggulan, diantaranya internet cepat, internet stabil, internet handal, dan internet canggih. Kabel fiber optik yang mampu mentransfer data (*bandwith*) hingga ratusan *mbps*² baik *upload/download* melampaui kualitas kabel *coax* atau *copper*. Jaringan fiber ini merupakan pembaharuan dari jaringan yang tidak memiliki *bandwith* yang cukup di layanan internet berkecepatan tinggi yang menjadi basis layanan IndiHome. Dibandingkan dengan media penghantar yang lain, kabel fiber optik jauh lebih unggul dalam hal kestabilan jaringan internet. Saat dilakukan berbagi internet atau digunakan secara bersamaan, jaringan internet menggunakan kabel fiber optik sangat stabil, jaringan seperti ini yang diinginkan oleh para *gamers* dan pemilik warnet.

2) Interaktif TV

UseeTV cable merupakan layanan interaktif TV pertama di Indonesia. Saat ini, saluran yang ada sebanyak 99 Saluran TV pilihan, terdiri dari 18 saluran TV lokal dan 81 saluran TV internasional. *UseeTV* menggunakan teknologi *adaptive streaming* yang mana kualitas gambar video disesuaikan dengan kecepatan

¹ *triple play* adalah paket layanan IndiHome yang terdiri dari internet rumah (*fixed broadband internet*), telepon rumah (*fixed phone*) dan TV interaktif (*UseeTV*)

² *Mbps* adalah singkatan dari *Mega bits per second* adalah satuan untuk mengukur kecepatan internet per detik dengan menggunakan satuan *bits*.



internet. Dengan kecepatan internet on fiber 10 mbps memungkinkan untuk menampilkan video dengan resolusi full hd dan 4k.

C

3. Phone

Telepon rumah adalah layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya nelpon lebih murah. Paket telepon rumah IndiHome menawarkan gratis nelpon 1000 menit lokal atau interlokal per bulan baik digunakan untuk lokal dan interlokal. Jaringan fiber telepon rumah sekarang ini mempunyai kualitas suara yang jernih.

Dari segi saluran distribusi/tempat (*place*) yang digunakan PT Telekomunikasi Indonesia dalam memasarkan produknya bersifat langsung, contohnya *direct sales* yang dimana menjual langsung ke lapangan yang menawarkan produk IndiHome di lingkungan yang ramai dikunjungi. Permukiman padat penduduk merupakan basis pemasaran yang cocok untuk diterapkan karena dapat mengakomodir kebutuhan internet disetiap rumah. Ruang publik menjadi pilihan pemasaran yang jitu dimana masyarakat sekarang ini lebih memilih kegiatan outdoor dan melakukan aktifitas diberbagai tempat umum.

Dari segi harga (*price*) yang ditawarkan PT Telekomunikasi Indonesia pada produk IndiHome memiliki harga yang terjangkau yang disesuaikan dengan tingkat perekonomian sekitar. Pada lingkungan yang banyak ditempati oleh mahasiswa atau karyawan/karyawati seperti kos-kosan, perumahan, apartemen sangat membutuhkan internet berkecepatan tinggi untuk memperlancar berbagai kegiatan mereka. Menawarkan program diskon melalui aplikasi dan program *member get member* dapat pula menarik konsumen. Setiap konsumen dapat memilih paket sesuai kemampuan dan keinginan yang dibagi menjadi beberapa paket, diantaranya paket IndiHome *deluxe - triple play*, paket IndiHome *premium - triple play*, paket merdeka edisi

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



berbicara langsung dengan tim pemasaran dilapangan maupun purnajual atau *after sales* jika terdapat keluhan yang dirasakan selama berlangganan.

Dari segi bukti lingkungan fisik (*physical evidence*) sebagaimana bukti visual yang dapat dilihat secara langsung yaitu berupa modem internet yang lebih canggih dan tahan lama. PT. Telekomunikasi Indonesia pun sadar akan kebutuhan perangkat keras agar dapat selalu memenuhi kebutuhan pelanggannya, melalui kerjasama antara PT. Telekomunikasi Indonesia dengan ZTE Corporation, *TV box* dengan merek ZTE berbasis sistem operasi android merupakan perkembangan teknologi terbaru yang dilakukan oleh telkom. Pihak telkom melihat bahwa pembaharuan teknologi dapat menarik pelanggan baru serta dapat memuaskan pelanggan lama sehingga dapat memenuhi kebutuhannya.

Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Tjiptono (dalam Mevita, 2013:2) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Pelanggan yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. PT. Telekomunikasi Indonesia harus memperbaharui seluruh teknologi yang dimiliki agar dapat menjadi selalu yang terdepan dan konsumen menjadi puas dengan kinerja telkom.

Setiap layanan yang diberikan oleh perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia kepada pelanggannya diharapkan dapat menciptakan nilai kepuasan bagi pelanggan sejalan dengan biaya yang telah dikeluarkan untuk memenuhi kepuasan tersebut. Kenyataannya, hal ini berdampak terhadap penjualan yang di dapatkan oleh PT.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta dimiliki IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Telekomunikasi Indonesia dari IndiHome yang menurun akibat ketidakpuasan pelanggan yang diberikan. Memberikan fasilitas pelayanan dan kepuasan total bagi pelanggannya, merupakan pelayanan yang harus mampu memenuhi dan menjawab segala kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan, karena yang terjadi pada kenyataannya adalah seringkali terjadi gangguan jaringan internet, adanya daerah yang belum terjangkau oleh jaringan fiber optik, gangguan karena cuaca pada tayangan *UseTV*, serta lambannya penanganan keluhan pelanggan oleh tim teknisi lapangan. Untuk itu, dari sisi kepuasan pelanggan memang memiliki peranan cukup penting dalam mencapai tingkat kepuasan sebagai tolak ukur daya saing perusahaan.

Seiring dengan adanya perubahan pola komunikasi pelanggan yang semakin familiar dengan media sosial dan aplikasi, maka PT. Telekomunikasi Indonesia meningkatkan pelayanan melalui beberapa media sosial seperti melalui akun *@telkomcare* di twitter atau halaman Telkom *Care* di Facebook dan juga melalui aplikasi *myIndiHome* yang dapat berinteraksi langsung dengan *customer service* untuk mempermudah komunikasi langsung dengan pelanggan dan menunjukkan kualitas pelayanan dan kecepatan dalam merespon pertanyaan, permintaan atau penanganan keluhan pelanggan sehingga pelanggan dilayani dengan baik agar terciptanya perasaan puas dalam benak pelanggan. Hal ini merupakan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan IndiHome di Jakarta Selatan.

PT. Telekomunikasi Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang disingkat BUMN, yang telah memiliki status sebagai perusahaan publik sejak bulan November 1995 yang bertugas menyediakan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum di dalam negeri. Pemerintah berharap bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia mampu menyediakan dan melayani kebutuhan sambungan telekomunikasi di seluruh wilayah Indonesia. Produk baru yang diluncurkan oleh PT. Telekomunikasi

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



1. Untuk mengukur besaran pengaruh pada strategi bauran pemasaran IndiHome terhadap kepuasan pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia di Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia di Jakarta Selatan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh melalui penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

- a. Dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman terhadap ilmu komunikasi yang baik akan pola strategi bauran pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan perusahaan dikalangan masyarakat.
- b. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau acuan bagi peneliti lainnya yang juga memiliki ketertarikan untuk meneliti topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan penjelasan mengenai kepuasan pelanggan dari perusahaan pada pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia atas penerapan strategi bauran pemasaran.

Hak Cipta, Dilindungi Undang-Undang

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

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.