

BAB I

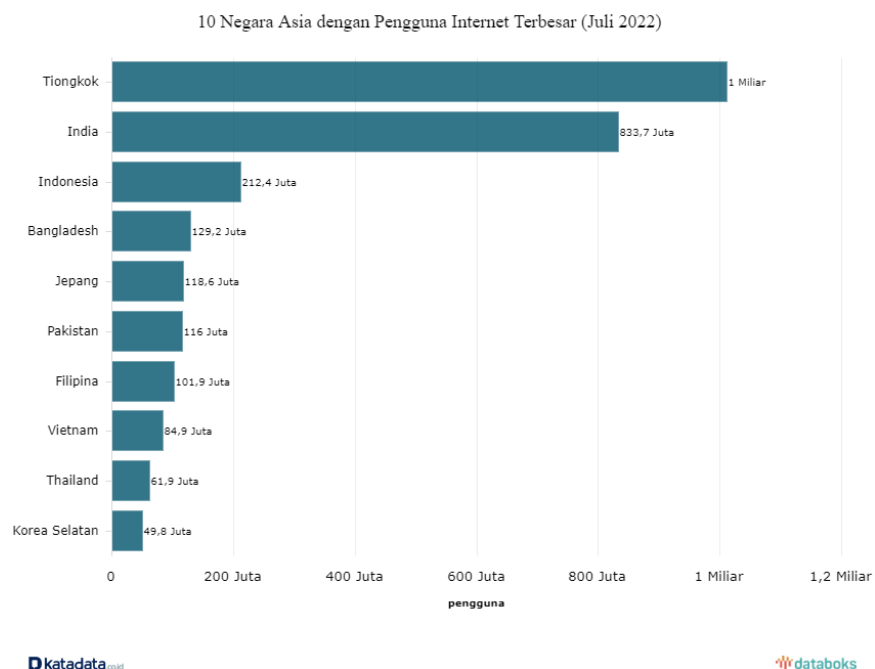
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman sudah tidak bisa lagi di pungkiri, terbukti dengan kemudahan manusia dalam melakukan berbagai aktivitas sehari-hari. Hal tersebut dikarenakan pertumbuhan teknologi yang semakin pesat hingga terkadang manusia tidak menyangka akan kecanggihannya. Hal tersebut pasti memiliki dampak pengaruh dalam segi dan bidang apapun, termasuk penyebaran informasi. Pada zaman sebelum kecanggihan teknologi penyebaran informasi masih menggunakan cara tradisional, salah satunya masih menggunakan media tulis seperti koran ataupun majalah, namun dengan perkembangan teknologi yang canggih seperti sekarang penyebaran informasi sudah semakin mudah dan cepat yaitu dengan menggunakan media elektronik seperti televisi, handphone, internet dan lainnya.

Informasi sendiri Menurut Anggraeni dan Irviani (2018:13) menjelaskan bahwa “informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima”. Pengertian informasi menurut (Tukino, 2020) informasi merupakan sebuah data yang dikelola menjadi sesuatu yang lebih bernilai tinggi bagi penerima guna untuk membantu membuat sebuah pengambilan keputusan. Informasi yang menyebar menggunakan media elektronik akan lebih cepat dan akan lebih mudah bagi pemberi informasi maupun penerima. Pemberi akan mudah menyampaikan informasinya dan penerima akan cepat mengetahui pesan informasi yang disampaikan.

Namun tentunya semua yang berbasis elektronik pasti menggunakan jaringan internet, Bahkan media televisi pun saat ini juga sudah menggunakan jaringan internet. Internet sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit. Seiring berjalannya waktu pengguna internet semakin bertambah banyak jumlahnya.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Asia

Sumber : www.katadata.co.id

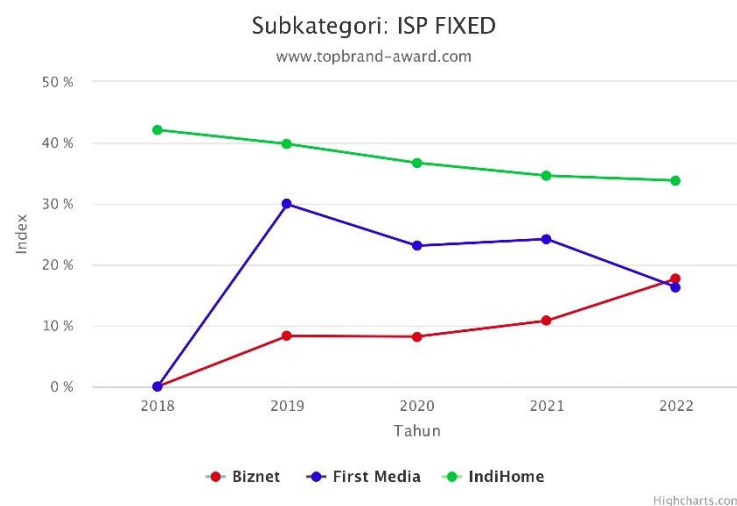
Gambar 1.1 adalah data grafik jumlah pengguna jaringan internet di Benua Asia. Grafik tersebut berisi 10 negara teratas dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Asia. Negara Tiongkok menduduki urutan pertama dalam pengguna internet di Benua Asia, Berdasarkan data Internet World Stats, Negeri Panda ini

memiliki 1,01 miliar pengguna internet pada Juli 2022, persentasenya mencapai 69,8% dari total penduduknya. Di urutan kedua ditempati India, yakni 833,71 juta pengguna (59,59%). Indonesia masuk di urutan ketiga terbesar di Asia yakni dengan 212,35 juta pengguna internet atau mencapai (76,5%) dari total jumlah penduduknya. Hal tersebut menunjukkan betapa tingginya pengguna internet di Indonesia.

Hal ini menimbulkan peluang yang besar bagi perusahaan jasa penyedia layanan internet. Tentu saja para pengguna internet tidak langsung begitu saja bisa menggunakan internet. Seseorang yang ingin menggunakan internet harus terlebih dahulu membeli pada perusahaan jasa penyedia layanan internet atau biasa disebut provider. Penyedia jasa Internet (PJI) (Internet service provider disingkat ISP) adalah perusahaan atau badan yang menyediakan jasa sambungan Internet dan jasa lainnya yang berhubungan, biasanya perusahaan penyedia jasa internet juga melayani jasa tv berlangganan (TV cable) dan lainnya, kebanyakan perusahaan penyedia jasa internet merupakan perusahaan telepon.

Perusahaan penyedia jasa dalam bidang telekomunikasi yang ada di Indonesia cukup banyak, salah satunya adalah PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom). PT. Telkom saat ini menjadi salah satu perusahaan yang mendominasi industri telekomunikasi di Indonesia. Telkom merupakan salah satu perusahaan jasa telekomunikasi yang memiliki keunggulan penggunaan teknologi fiber optik, dimana mampu memberikan kecepatan internet yang tinggi. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam produk layanan untuk mempermudah masyarakat Indonesia berkomunikasi dan merasakan manfaat dari adanya perkembangan

teknologi. Salah satu produknya yang dihasilkan oleh Telkom adalah Indihome (Indonesia digital home), Telkom Indonesia menciptakan Indihome pada tahun 2015.yang merupakan layanan dalam bentuk internet berbasis WiFi (Wireless Fidelity), telepon rumah dan Tv Cable (UseeTv) dengan beragam pilihan paket yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan rumah tangga. Karena penawaran inilah Telkom memberi label IndiHOME sebagai tiga layanan dalam satu paket (3-in-1) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon. juga dilengkapi dengan konten seperti layanan portal musik digital dan Home Automation.



Gambar 1. 2 Grafik Top Brand Index Perusahaan Provider di Indonesia

Sumber : www.topbrand-award.com

Namun di tengah berjalannya perusahaan PT Telkom yang semakin besar karena perkembangan dan peningkatan pengguna internet tentu membuat perusahaan Telkom menghadapi banyak tantangan dan ancaman. Seperti pada gambar 1.2 menurut sumber dari situs top brand award, Top Brand Award sendiri adalah Lembaga yang bertujuan untuk membuat laporan mengenai indeks berbagai

macam brand pada kategori tertentu setiap tahunnya didasarkan pada 3 parameter pengukuran, antara lain : Top of mind yakni merek yang pertama kali disebutkan oleh para responden pada saat kategori produk disebutkan. Yang kedua last usage adalah merek terakhir yang telah digunakan oleh para responden dalam siklus pembelian berulang. Parameter terakhir yaitu future intention, adalah indikator pelanggan menggunakan kembali di waktu yang akan datang. Dalam gambar grafik tersebut yaitu Indihome yang merupakan produk dari PT Telkom terlihat memang masih selalu menjadi pemegang urutan pertama dalam provider penyedia layanan jasa internet tetapi mengalami penurunan berturut-turut selama 5 tahun, yaitu pada tahun 2018-2022.

Tabel 1. 1 Presentase Pengguna Indihome

Tahun	IndiHome
2018	42.1%
2019	39.8%
2020	36.7%
2021	34.6%
2022	33.8%

Sumber : www.topbrand-award.com

Seperti pada table 1.1 yang dimana presentase pengguna produk indihome dalam 5 tahun terakhir terus mengalami penurunan. Pada tahun 2018, indeks

indihome sebesar 42,1%, lalu pada 2019 indeks sebesar 39,8%, pada tahun 2020 indeks turun menjadi 36,7%, berikutnya tahun 2021 indeks juga mengalami penurunan menjadi 34,6%. dan pada akhirnya tahun 2022 indeks menurun lagi pada angka 33,7%. Tentu tidak sedikit masalah yang terjadi yang membuat hal tersebut terjadi, seperti bermunculan perusahaan serupa yang membuat PT telkom harus bersaing agar produknya tetap eksis. PT Telkom juga harus menyesuaikan dengan beberapa aturan yang di keluarkan pemerintah, seperti aturan tarif dasar harga. Harga memiliki pengaruh kepada konsumen, apalagi konsumen Indonesia terkenal cukup sensitif tentang harga suatu barang atau produk yang akan di beli.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Selain permasalahan harga PT Telkom juga menghadapi permasalahan yang lainnya.

Tabel 1. 2 Daftar Perbandingan Harga Provider Di Indonesia

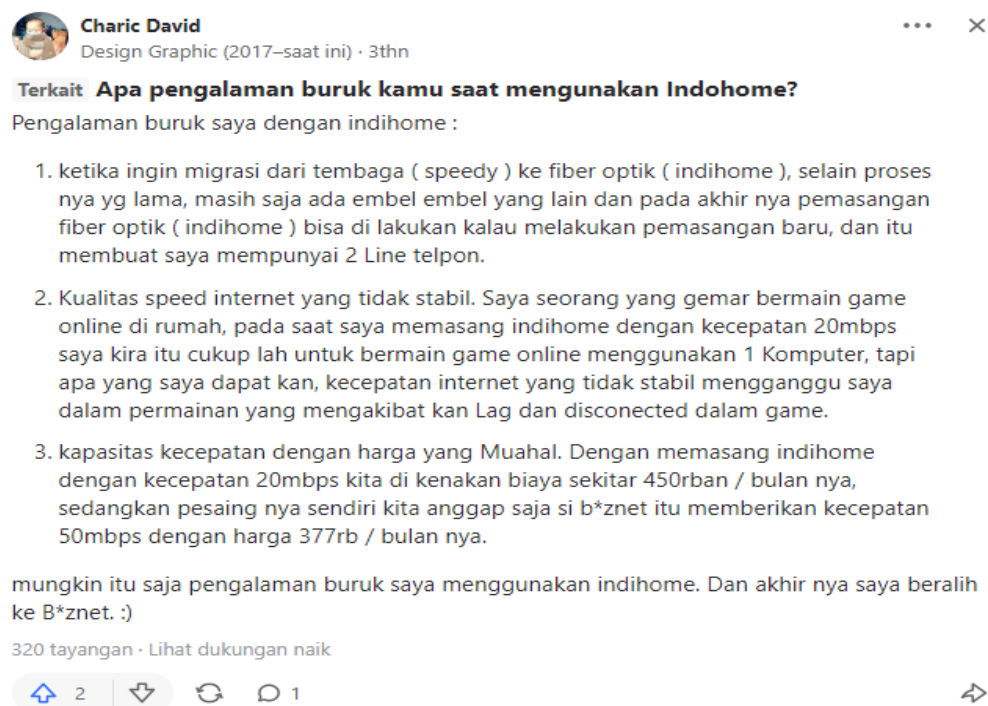
Nama	Harga	Kecepatan	Paket
Indihome	Rp. 300 – 945	10 - 100 Mbps	Internet, TV, Telepon
First Media	Rp. 361 – 3.129	15 - 300 Mbps	Internet, TV, Streamtainment
Biznet	Rp. 325 – 600	75 – 150 Mbps	Internet, TV, Telepon

Sumber: www.gawaiso.com

Seperti pada tabel 1.2 yang berisi daftar harga, kecepatan jaringan dan pilihan paket terdapat 3 produk teratas dari jasa penyedia layanan internet di Indonesia, yang pertama ada produk dari PT Telkom yakni indihome dengan pilihan internet, tv kabel dan telepon. Kecepatan jaringan indihome sebesar 10-100 mbps dengan harga mulai 300 hingga 945 ribu per bulannya. Di urutan kedua ada first media dengan pilihan internet, tv kabel hingga streamtainment. Kecepatan jaringan first media berkisar 15-300 mbps yang di banderol dengan harga 360 ribu hingga 1 juta 129 ribu per bulannya. Yang terakhir ada provider biznet yang memiliki pilihan yakni internet, tv kabel dan telepon yang memiliki kecepatan jaringan sebesar 75-150 mbps dengan harga 325-600 ribu per bulannya.

Penurunan presentase pengguna indihome juga di sebabkan karena faktor produk pesaing yang memiliki kecepatan jaringan lebih cepat dan harga lebih murah. Banyak pengguna indihome yang sering mengeluhkan kecepatan jaringan yang lemot dan juga keluhan berupa harga indihome yang cenderung meningkat dan tidak sesuai dengan kesepakatan awal saat perjanjian berlangganan antara pengguna dan sang penyedia jasa. Seperti pada tabel 1.2 indihome yang memiliki harga hingga 900 ribu hanya memiliki kecepatan jaringan sebesar 10-100 mbps sedangkan produk pesaing ada yang memiliki kecepatan jaringan 300 mbps. Dari hal tersebut tentu konsumen akan memilih produk yang memiliki kualitas yang baik.

Menurut Kotler dan Keller (2021:37) mengklaim bahwa kualitas produk adalah kapasitas produk untuk menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, dan presisi yang berada dalam suatu produk. Perusahaan harus selalu berusaha terus mencoba untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa mereka karena pelanggan yang puas cenderung membeli barang yang sama lagi. Meskipun suatu produk tersebut di rasa memiliki harga yang cukup tinggi konsumen akan melakukan tindakan pembelian jika manfaat produk yang akan di terima di rasa sesuai dengan biaya yang di keluarkan, hal tersebut di sebut persepsi harga. Cambell pada Cockril dan Goode (2010:368) dalam Bayu Rifa'I 2019 menyatakan bahwa persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh penting dalam reaksi konsumen kepada harga. Karena itulah persepsi harga menjadi alasan seseorang membuat keputusan untuk membeli.



Gambar 1. 3 Pengalaman Pengguna Provider Indihome

Sumber: www.id.quora.com

Seperti pada gambar 1.3 yang berisi pengalaman dari pengguna provider indihome, yang mengatakan bahwa lamanya proses penggantian produk indihome dari seri lama ke seri baru dan akhirnya pun jika ingin menggunakan produk seri baru konsumen harus mengeluarkan biaya lagi. Selanjutnya di katakan bahwa kualitas jaringan indihome yang tidak stabil, tentu hal tersebut merugikan bagi pengguna, mengganggu aktivitas mengingat zaman sekarang banyak aktivitas yang sudah berbasis digital yang tentunya membutuhkan jaringan internet. Dan yang terakhir pengguna mengatakan harga indihome tinggi dibandingkan harga para pesaingnya yang di mana memiliki kecepatan jaringan yang lebih cepat dan stabil. Dan akhirnya pengguna indihome tersebut memutuskan beralih untuk menggunakan produk lainnya dari pesaing.



Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna Indihome

Sumber: www.cnbcindonesia.com

Seperti pada gambar 1.4 indihome yang merupakan produk dari PT Telkom tersebut memiliki masalah tentang produknya, yaitu koneksi jaringan yang lemot dan tidak stabil. Hal tersebut bukanlah hal yang asing bagi para pengguna indihome karena sudah sering terjadi. Banyak sekali pengguna indihome yang mengeluhkan hal tersebut, tentunya hal demikian cukup merugikan bagi para pengguna karena banyak aktivitas yang terganggu karena akibat dari hal tersebut.

Mengingat pada zaman saat ini hampir semua aktivitas sudah berbasis digital yang dimana membutuhkan jaringan internet. Hal ini juga bisa menjadi bukti terkait penurunan indeks indihome pada lima tahun terakhir berturut turut di top brand index. Jika hal tersebut terus terjadi tanpa adanya usaha perbaikan dari PT Telkom tentunya akan menjadi ancaman serius bagi perusahaan. Masyarakat lama kelamaan akan dapat menilai bahwa produk indihome adalah produk yang kurang bagus. Ini tentu akan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat. Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2019, p.184) Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya.

Berdasarkan uraian fenomena yang telah dipaparkan di atas. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Provider Indihome Di Sidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian provider indihome di sidoarjo?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian provider indihome di sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian provider indihome di sidoarjo
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian provider indihome di sidoarjo

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Agar dapat menjadi tolak ukur sejauh mana dapat menarapkan ilmu yang di dapat semasa perkuliahan dan mendapat ilmu dari hasil penelitian.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini agar dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah atau memiliki topik yang serupa.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan sebagai masukan untuk perusahaan sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.