

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa era globalisasi saat ini perkembangan usaha bisnis semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antara perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Pada dasarnya sebuah organisasi bisnis mempunyai tujuan untuk dapat bertahan hidup dan mendapatkan laba yang sangat berkembang. Hal tersebut tentunya dapat dicapai dengan menggunakan strategi yang mampu bersaing dengan perusahaan lain. Saat ini perkembangan usaha bisnis semakin mengalami peningkatan terutama pada jasa layanan telekomunikasi.

Perkembangan dan pertumbuhan usaha pada layanan telekomunikasi semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan gaya hidup masyarakat, pola pekerjaan, serta peningkatan penghasilan masyarakat, terutama pada masyarakat perkotaan. Salah satu bentuk usaha telekomunikasi adalah perusahaan layanan internet. Perusahaan layanan internet menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat di kota Bekasi dalam beberapa tahun terakhir ini, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan layanan internet dituntut perubahan, seperti; perubahan cara pikir, termasuk dalam pemasaran, dimana sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih kepada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan baik dengan para pelanggan.

Suatu perusahaan dapat melakukan komunikasi pemasaran kepada masyarakat, komunikasi pemasaran bertujuan untuk menyebar informasi, mempengaruhi khalayak untuk melakukan pembelian dengan segera serta mengingatkan masyarakat untuk melakukan pembelian kembali. Salah satu

cara untuk melakukan komunikasi pemasaran adalah promosi penjualan. Promosi penjualan dapat dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian pada produk perusahaan.

Selain promosi penjualan hal yang menentukan keputusan pelanggan untuk membeli dan menguji suatu tempat adalah harga. Harga juga menjadi salah satu kunci utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Dengan adanya promosi penjualan yang menarik, dan didukung dengan harga yang sesuai tentu akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen untuk berlangganan dengan perusahaan jasa layanan internet tersebut.

Salah satu perusahaan layanan internet di Bekasi adalah layanan PowerHome yang didirikan oleh PT PowerTel Bekasi. PT PowerTel Bekasi merupakan salah satu perusahaan swasta yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan operator telekomunikasi, industri perbankan, korporasi, content provider, serta layanan internet dengan kapasitas dan tingkat kualitas yang prima. Perusahaan PowerTel menawarkan layanan internet khususnya pada area rumah konsumen yaitu PowerHome dengan menggunakan jaringan metro serat optik yang menghubungkan beberapa lokasi didalam perumahan tersebut. Namun semakin banyak masyarakat yang ingin menggunakan jasa layanan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, perusahaan layanan internet juga semakin meningkat. Hal ini menimbulkan persaingan antara lembaga kursus, khususnya PowerTel. Untuk menghadapi persaingan maka perusahaan layanan internet PowerHome PT PowerTel harus meningkatkan eksistensi perusahaan. Salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan menerapkan strategi promosi yang baik agar bersaing dengan penyediaan jasa yang bergerak dibidang yang sama.

Masyarakat yang berpendapatan tinggi umumnya membeli barang kebutuhan dalam jumlah besar, tetapi hanya beberapa kali satu bulan dan biasanya dari pedagang besar. Keputusan pelanggan dalam memilih layanan internet PowerHome pada PT PowerTel merupakan kunci untuk

meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan seharusnya melakukan promosi penjualan yang efektif agar dapat mencapai pasar sasaran yang diinginkan. Permasalahan di PowerTel Bekasi adalah berkurangnya keputusan konsumen untuk berlangganan layanan internet PowerHome PT PowerTel.

Tabel 1.1

Daftar pelanggan PowerTel bulan Desember 2017- Juni 2018

No	Bulan	Jumlah
1	Januari 2017	377
2	Februari 2017	372
3	Maret 2017	353
4	April 2017	328
5	Mei 2017	301
6	Juni 2017	289
7	Juli 2017	268
8	Agustus 2017	255
9	September 2017	234
10	Oktober 2017	221
11	November 2017	179
12	Desember 2017	150

Sumber : PowerTel Bekasi

Tabel 1.1 menyatakan bahwa pada bulan Januari 2017 jumlah konsumen yang berlangganan layanan internet PowerHome PT PowerHome Bekasi mencapai 377 pelanggan tetapi pada bulan-bulan berikutnya jumlah konsumen yang berlangganan tidak sebanyak pada bulan Desember 2017. Hal tersebut perlu diwaspadai karena mengindikasikan bahwa promosi yang dilakukan oleh PowerHome PT PowerTel Bekasi belum maksimal.

Perusahaan menciptakan produk dengan kualitas yang baik, tetapi apabila calon pembeli tidak diberi tahu adanya produk tersebut, diingatkan atau dibujuk untuk membelinya maka produk tersebut tidak akan dipasarkan dan segala sesuatu akan sia-sia. Salah satu permasalahan dalam promosi

penjualan adalah kurang instan dalam melakukan promosi penjualan dan promosi yang kurang menarik. Faktor promosi penjualan juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Promosi penjualan memiliki spesifikasi keunggulan serta kelemahannya. Memilih variabel variabel promosi penjualan merupakan faktor utama yang harus diperhatikan, sehingga tujuan dari promosi penjualan akan dapat tercapai.

Selain promosi penjualan, untuk mendapatkan produk yang berupa jasa diperlukan upaya pengorbanan konsumen. Bentuk pengorbanan adalah harga yang harus dibayar konsumen pada penyedia jasa. Keberadaan harga menjadi faktor penentu keberhasilan jasa pada target pasar, karena adanya harga memiliki hubungan langsung dengan pendapatan penyediaan jasa. Sulitnya para konsumen untuk mengambil keputusan berlangganan internet di PT PowerTel Bekasi disebabkan karena banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama serta harga jual yang berbeda-beda dari masing-masing perusahaan provider layanan internet. Strategi penetapan harga sesuai dengan yang masyarakat inginkan akan mempengaruhi para konsumen untuk memilih berlangganan internet.

Berdasarkan alasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Layanan Internet PowerHome di PT PowerTel Kota Bekasi”*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah, bahwa:

1. Apakah terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen layanan internet PowerHome di PT PowerTel Bekasi?
2. Apakah terdapat pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen layanan internet PowerHome di PT PowerTel Bekasi ?

3. Apakah terdapat pengaruh promosi penjualan dan harga produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen layanan internet PowerHome di PT PowerTelBekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui, bahwa:

1. Terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen layanan internet PowerHome di PT PowerTel Bekasi
2. Terdapat pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen layanan internet PowerHome di PT PowerTel Bekasi
3. Terdapat pengaruh promosi penjualan dan harga produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen layanan internet PowerHome di PT PowerTel Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Sebagai upaya dan sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teknologi perusahaan PT PowerTel.
2. Bagi Perusahaan
Sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan usaha pada bidang pemasaran khususnya keputusan pembelian pelanggan internet dengan strategi promosi yang dilakukan pada perusahaan tersebut.
3. Bagi Konsumen
Sebagai informasi umum dan sebagai bahan referensi terhadap pemilihan pembelian produk dan jasa yang berkualitas ataupun yang tepat.

1.5 Batasan Masalah

Dengan banyaknya masalah yang harus dihadapi, maka masalah yang akan menjadi fokus penelitian ini yaitu implementasi promosi penjualan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen layanan internet yang diterapkan pada PT PowerTel Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya lima bab, dimana dalam setiap bab hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data, dengan demikian dapat diketahui beberapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang profil perusahaan, tujuan, dan batasan masalah penelitian seperti tercantum pada bab I sesuai dengan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan). Dan saran-saran untuk penulis selanjutnya.

