

BAB I

PENDAHULUAN

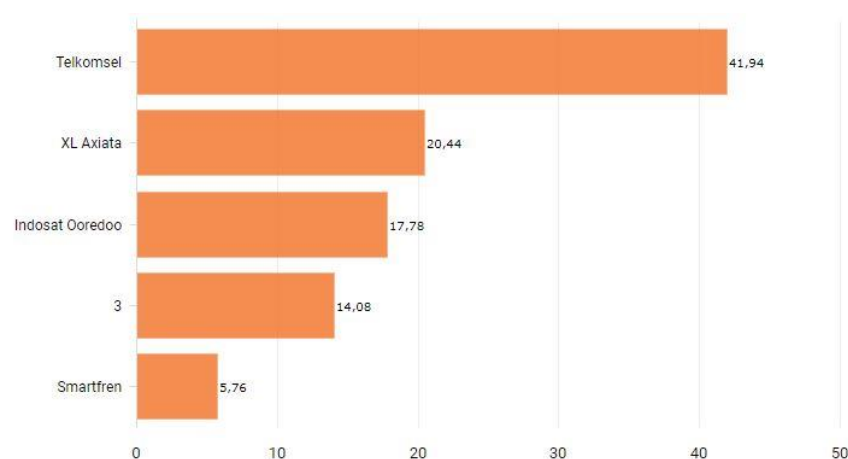
1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, permintaan akan layanan telekomunikasi terus meningkat, tidak terkecuali di desa-desa. Desa Tayur yang terletak di Kecamatan Amuntai Utara ,Kabupaten Hulu Sungai Utara, merupakan salah satu contoh desa di Indonesia yang mengalami perkembangan signifikan dalam hal teknologi telekomunikasi. Menurut (Keller, 2016) *Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.* Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan infrastruktur, desa ini juga mengalami perubahan dalam kebutuhan dan preferensi masyarakatnya terhadap layanan telekomunikasi.

Perkembangan teknologi di era saat ini sudah sangat maju, penggunaan teknologi sudah sangat sulit untuk dihindarkan dalam kehidupan sehari-hari. Namun perkembangan teknologi sangat membantu dan memudahkan pekerjaan ini, ada sebuah teknologi yang berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan informasi dalam waktu yang sangat singkat yaitu teknologi informasi Teknologi informasi dengan cepat berkembang sampai saat ini, dimulai dari ditemukannya internet yang dapat menghubungkan komunikasi diseluruh dunia dalam waktu yang sangat singkat.

Awalnya internet hanya dapat digunakan melalui komputer, namun seiring berjalannya waktu internet dapat digunakan melalui telepon genggam (HP), atau lebih dikenal dengan Smartphone. Dengan adanya internet, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi, baik positif maupun negatif. Untuk menggunakan internet tidak hanya dengan smartphone tetapi juga membutuhkan jaringan selular, beberapa provider jaringan selular yaitu Telkomsel, Three, Indosat, XL, Smartfren dan lain sebagainya. Dengan banyaknya jumlah penyelenggara jaringan selular, maka perusahaan penyelenggara jaringan selular dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan atau kualitas produk karena hal tersebut akan memberikan rasa nyaman dan kepuasan kepada konsumen. Dalam hal ini perusahaan juga harus memiliki strategi yang dapat menarik perhatian konsumen agar konsumen memutuskan untuk memilih membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan penyedia jaringan selular.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Operator Seluler Dalam Persentase



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 9/11/2020

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) untuk mengetahui provider yang digunakan konsumen yaitu 41,94% operator Telkomsel, 20,44% operator XL Axiata, 19,5% operator Indosat, 14,08% operator Three, dan 5,76% operator Smatfren. Survei ini dilakukan pada 11 Januari- 24 Februari 2022 terhadap 7.568 sampel, melalui wawancara dan kuisioner. Setiap perusahaan operator akan berusaha merebut hati pelanggannya. Hal ini menjadi tantangan bagi setiap pelaku bisnis dalam mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan mencapai tingkat keuntungan tertentu.

Kegiatan pemasaran perusahaan dituntut untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal kepada konsumen jika pihak manajemen menginginkan perusahaan berjalan dengan baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, ketetapan dalam menentukan strategi pemasaran sangat penting dalam upaya menjangkau dan mempertahankan pelanggan demi keberhasilan dan kemajuan bisnis suatu perusahaan. Salah satu caranya adalah dengan mengoptimalkan strategi pemasaran perusahaan melalui komponen bauran pemasaran. Penentuan strategi bauran pemasaran yang tepat dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan yang maksimal yaitu tercapainya tingkat penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Perkembangan teknologi jaringan selular terus bergulir dengan pesat dari waktu ke waktu. Kehadiran teknologi 5G yang revolusioner juga telah muncul di depan mata kita. Komitmen Telkomsel untuk terus memberikan pengalaman layanan digital terbaik bagi pelanggan melalui penerapan

teknologi terkini dan terdepan membuat Telkomsel menghadirkan pengalaman 5G pertama di Indonesia melalui Telkomsel 5G Experience Center pada Asian Games 2018 di Jakarta.

Telkomsel juga memberikan layanan digital seperti Lifestyl, Mobile Finance Service, dan digital Banking Layanan digital juga diimbangi dengan kualitas produk yang Telkomsel hadirkan untuk menunjang gaya hidup para pelanggannya. Telkomsel saat ini melakukan upaya dalam memaksimalkan penjualan produknya karena persaingan pasar yang semakin ketat. Telkomsel melakukan berbagai macam strategi untuk dapat mencapai target penjualannya. Strategi yang diambil oleh Telkomsel yaitu dengan Promosi. Menurut Kotler & Armstrong (Ridwansyah 2017:52) dalam (frisel exel Desber, 2023) mengemukakan bahwa “Promosi adalah alat atau aktivitas yang di gunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan”.

Tingginya tingkat kompetisi menjadikan perusahaan Telkomsel mampu bersaing dengan perusahaan operator lain dalam jangkauan jaringan yang luas, kualitas jaringan yang handal, kelengkapan fasilitas produk dan inovasi, kenyamanan pelayanan purna jual, dan tarif yang terjangkau. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menarik kembali pelanggan yang beralih, dan mendapatkan konsumen baru. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami keinginan pasar potensial yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

Strategi untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga produk untuk merangsang respon pasar yang lebih kuat. Harga produk diharapkan mendorong keinginan konsumen untuk menggunakan suatu

produk, serta mengiming-imingi konsumen untuk meninggalkan produk pesaing. Menurut Kotler (2001) dalam kutipam (Suparman, 2018), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa.

Penelitian ini di maksudkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen telkomsel di Desa Tayur. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Telkomsel dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen di desa-desa terutama di desa Tayur.

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Telkomsel di desa Tayur. Beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen meliputi, tetapi tidak terbatas pada:

Dengan melakukan analisis kualitatif yang mendalam tentang faktor-faktor ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Telkomsel dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen di desa Tayur. Maka dari itu penulis ingin melakukan karya tulis dengan judul **“Analisis Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Telkomsel di Desa Tayur Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara”**.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, fokus penelitian sangat penting bagi peneliti sebagai batasan mengenai objek penelitian yang di angkat agar jelas ruang lingkup yang akan di teliti. Oleh karena itu fokus penelitian ini lebih diarahkan pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Telkomsel di Desa Tayur Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Telkomsel di desa Tayur ?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, promosi dan harga terhadap pembelian konsumen Telkomsel di desa Tayur ?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap produk dan layanan Telkomsel di tengah persaingan pasar yang semakin ketat ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Telkomsel di desa Tayur.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Telkomsel di Desa Tayur.

3. Mengetahui pengaruh konsumen terhadap produk dan layanan Telkomsel serta strategi pemasaran yang efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen di Desa Tayur.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Telkomsel

Memahami faktor-faktor yang memengaruhi pembelian konsumen di Desa Tayur untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar di tingkat desa
2. Bagi Pemangku Kepentingan Lainnya.
 - a. Mendapatkan wawasan tentang preferensi dan kebutuhan konsumen di Desa Tayur untuk pengembangan layanan telekomunikasi.
 - b. Memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan di pasar daerah pedesaan
 3. Bagi peneliti/Penulis
 - a. Meningkatkan pemahaman tentang perilaku konsumen dan strategi pemasaran di pasar telekomunikasi desa.
 - b. Memberikan sumbangan dalam pengembangan pengetahuan di bidang pemasaran dan perilaku konsumen di lingkungan daerah pedesaan.