BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sebagaimana tujuan utama perusahaan pada umumnya, tujuan dari setiap perusahaan *internet access* dapat dipastikan adalah untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Untuk itu, perlu adanya strategi bisnis sesuai dengan kondisi yang sedang dihadapi serta banyaknya pesaing yang dihadapi.

Dari sifat usahanya yang padat teknologi dan padat ilmu pengetahuan, ditambah dengan *target marker* yang sebagian besar merupakan pihak-pihak pengguna teknologi dan ilmu pengetahuan, diperkirakan perusahaan-perusahaan *internet access* melakukan strategi-strategi yang sebelumnya sudah dirancang dan direncanakan sedemikian rupa sebagai bagian dari konsep-konsep strategi modern dan pengalaman para pengambil kebijakan strategis.

Strategi merupakan bagian penting dalam setiap rencana bisnis yang efektif. Dengan menggunakan strategi kompetitif yang efektif, sebuah perusahaan dapat menemukan pasar bagi industrinya dan mempelajari konsumennya. Terdapat tiga strategi generik, yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus (Michael E. Porter : 1994).

Dari ketiga strategi generik tersebut, penulis sangat tertarik untuk mengetahui pengaruh peranan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing

sebagaimana yang diterapkan oleh PT. Telkom Divre III Jabar dan Banten yang membedakan diri dari para pesaingnya melalui keunggulan kualitas produk *internet access* yang dihasilkan sehingga dapat menetapkan harga premium kepada berbagai segmen pasar dan terhindar dari pesaing harga sebagai yang termurah.

Berdasarkan sumber dari perusahaan tersebut menyatakan bahwa strategi bisnis yang diterapkan adalah strategi diferensiasi melalui kualitas *internet access* yang diberikan cepat, desain produk yang menarik, teknologi yang menunjang dengan akses internet yang dapat digunakan dimana saja melalui modem sampai BRAS (*Broadband Remote Access Server*), kemudian produk yang sangat mudah didapat diberbagai toko-toko yang ada, bergaransi satu tahun, pelayanan yang cepat tanggap, serta imej produk yang sudah digunakan oleh banyak pengguna *internet user* diseluruh Indonesia.

Speedy adalah produk layanan *internet access end-to-end* dari PT. Telkom dengan basis teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line* (ADSL), yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan yang dijaminkan sesuai dengan paket layanan yang diluncurkan dari modem sampai BRAS (*Broadband Remote Access Server*). Kelebihan paket *Speedy* dengan beda kecepatan atau *multi speed* adalah paket yang menawarkan perbedaan kecepatan/ *speed* dalam pilihan paketnya.

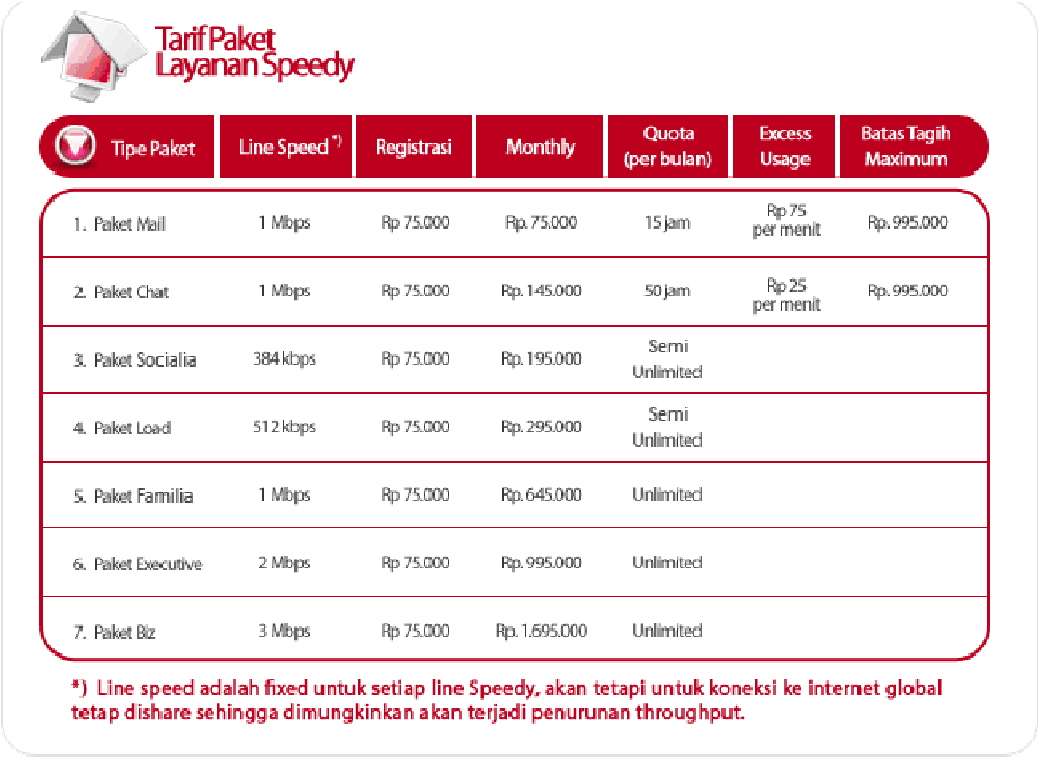
Dengan adanya paket baru *Speedy* tersebut, pertama pelanggan dapat memilih jenis paket layanan sesuai dengan kebutuhannya dimana paket terbaru

menawarkan perbedaan kecepatan dalam pilihan paketnya. Kedua, bila diperhatikan tarifnya turun dengan harga kompetitif. Ketiga, dengan komitmen Telkom terus mengembangkan *Speedy* dan tidak hanya di daerah tertentu, karena Telkom beroperasi di seluruh Indonesia maka Telkom harus menyediakan layanan internet. Selain itu *Speedy* membangun *content-content* dengan divisi multi media. Sementara itu, sesuai dengan *request customer* dari hasil masukan wawancara tentang *Speedy* agar kecepatan ditambah terus. Yang sangat menarik, dengan adanya *facebook* maka pengguna internet terus berkembang, maka Telkom memberikan dengan paket *Speedy Chat*, dengan harga sangat terjangkau, dengan *quota* 50 jam.

Adapun berbagai pilihan paket layanan sesuai dengan kebutuhan di rumah maupun bisnis, baik paket jenis *time based* maupun *unlimited* dengan pilihan kecepatan yang bervariasi sebagaimana digambarkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1

Tarif Paket Layanan Speedy



Tarif Paket Layanan Speedy

Tipe Paket	Line Speed *)	Registrasi	Monthly	Quota (per bulan)	Excess Usage	Batas Tagih Maximum
1. Paket Mail	1 Mbps	Rp 75.000	Rp. 75.000	15 jam	Rp 75 per menit	Rp. 995.000
2. Paket Chat	1 Mbps	Rp 75.000	Rp. 145.000	50 jam	Rp 25 per menit	Rp. 995.000
3. Paket Socialia	384 kbps	Rp 75.000	Rp. 195.000	Semi Unlimited		
4. Paket Load	512 kbps	Rp 75.000	Rp. 295.000	Semi Unlimited		
5. Paket Familia	1 Mbps	Rp 75.000	Rp. 645.000	Unlimited		
6. Paket Executive	2 Mbps	Rp 75.000	Rp. 995.000	Unlimited		
7. Paket Biz	3 Mbps	Rp 75.000	Rp. 1.695.000	Unlimited		

*) Line speed adalah fixed untuk setiap line Speedy, akan tetapi untuk koneksi ke internet global tetap dishare sehingga dimungkinkan akan terjadi penurunan throughput.

1. Paket *MAIL (Limited 15 Jam 1 Mbps)*

   Dengan kecepatan 1 Mbps *downstream* dan 256 kbps *upstream* dan harga yang murah, paket ini ditujukan untuk pengenalan internet atau untuk pengguna yang jarang menggunakan internet tetapi menginginkan koneksi yang cepat.

2. Paket *CHAT (Limited 50 Jam 1 Mbps)*

   Dengan kecepatan 1 Mbps *downstream* dan 256 kbps *upstream* dan harga yang terjangkau, anda dapat melakukan koneksi internet dengan kecepatan tinggi dengan durasi yang lebih panjang.

3. Paket *Socialia (Semi Unlimited 384 kbps)*

   Dengan kecepatan 384 kbps *downstream* dan 96 kbps *upstream* tanpa batas waktu anda dapat berinternet sepuasnya untuk *browsing* maupun *chatting* selama masih dalam batas kuota 3 GB per bulan. Ketika *quota usage* tercapai, kecepatan efektif akan diturunkan menjadi 128 kbps hingga akhir bulan dan akan kembali ke kecepatan semula pada awal bulan berikutnya.

4. Paket *LOAD (Semi Unlimited 512 kbps)*

   Dengan kecepatan 512 kbps *downstream* dan 128 kbps *upstream* tanpa batas waktu anda dapat berinternet sepuasnya untuk *browsing* yang lebih cepat, *download*, maupun *chatting* selama masih dalam batas kuota 3 GB per bulan. Ketika *quota usage* tercapai, kecepatan efektif akan diturunkan menjadi 128 kbps hingga akhir bulan dan akan kembali ke kecepatan semula pada awal bulan berikutnya.

5. Paket *Familia (Unlimited 1 Mbps)*

   Dengan kecepatan 1 Mbps *downstream* dan 256 kbps *upstream* serta alokasi kapasitas ke *gateway* internasional yang lebih besar cocok untuk para profesional atau penggunaan internet yang di *share* hingga ke sekitar 10 pengguna.

6. Paket *EXECUTIVE (Unlimited 2 Mbps)*

   Dengan kecepatan 2 Mbps *downstream* dan 512 kbps *upstream* serta alokasi kapasitas ke *gateway* internasional yang lebih besar cocok untuk keperluan bisnis dan perkantoran dengan penggunaan internet yang di *share* hingga ke sekitar 20 pengguna.

7. Paket *BIZ (Unlimited 3 Mbps)*

   Dengan kecepatan 3 Mbps *downstream* dan 512 kbps *upstream* serta alokasi kapasitas ke *gateway* internasional yang lebih besar cocok untuk keperluan bisnis dan perkantoran dengan penggunaan internet yang di *share* hingga ke sekitar 30 pengguna.

Speedy telah mempunyai pelanggan tetap dari pada pesaingnya. Dibandingkan dengan produk *internet access* lain, *speedy* lebih banyak digunakan oleh para *internet user*, dikarenakan menurut para penggunanya produk *speedy* ini mudah memasangnya, kemudian internet akses yang diberikan cukup cepat serta pembayaran biaya perbulannya yang relatif terjangkau. Adapun demikian kebanyakan dari mereka menilai bahwa *Speedy* masih memiliki kelemahan walaupun dengan tarif lebih murah dibanding dengan kompetitor lainnya. Kelemahan yang dikeluhkan konsumen diantaranya produk *Speedy* ini terkadang selalu loading lama dan terkadang saluran listrik di rumah mereka sering mati mendadak, maka jika sudah seperti ini pihak perusahaan harus cepat tanggap dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Selain itu mereka juga menilai

pemajangan produk *Speedy* di tempat pembelian yang dilakukan oleh perusahaan kurang menarik minat mereka dan sebagian konsumen berpendapat bahwa penyampaian demonstrasi yang dilakukan ketika perusahaan melakukan promosi di mall-mall kurang dimengerti, sehingga mereka tidak paham apa yang disampaikan oleh perusahaan dalam demonstrasi tersebut. Untuk memuaskan konsumen maka PT. Telkom Divre III Jabar dan Banten akan lebih memperhatikan keinginan para pelanggannya dan memberikan yang terbaik agar dapat mempertahankan keungguan bersaingnya pada pihak kompetitor lain dengan cara meningkatkan mutu produk, menawarkan harga yang lebih murah di banding kompetitor lain, serta kualitas pelayanan yang lebih memanjakan pelanggannya lagi.

Oleh sebab itu penerapan strategi diferensiasi yang tepat suatu organisasi bisnis jasa terhadap keunggulan bersaing perusahaan menjadi sesuatu hal yang sangat penting untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi :

“ PENGARUH PENERAPAN STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK *SPEEDY* PT. TELKOM DIVISI REGIONAL III JABAR DAN BANTEN “.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Untuk menyelesaikan masalah yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya, perlu adanya pengidentifikasian masalah sehingga hasil analisa selanjutnya dapat terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dari latar belakang yang penulis paparkan diatas, dapat diidentifikasi permasalahan pada PT. Telkom divisi regional III Jabar dan Banten adalah sebagai berikut :

1. Strategi diferensiasi pada produk *Speedy* yang belum optimal.
2. Keunggulan bersaing pada produk *Speedy* yang belum mampu berprestasi karena semakin banyaknya pesaing PT. Telkom.
3. Penerapan strategi diferensiasi pada produk *Speedy* pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disebutkan diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap strategi diferensiasi pada produk *Speedy* PT. Telkom DIVRE III Jabar dan Banten.
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap keunggulan bersaing pada produk *Speedy* PT. Telkom DIVRE III Jabar dan Banten.
3. Seberapa besar pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *Speedy*.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud penelitian

Maksud dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk memperoleh data yang selanjutnya dianalisis dalam menghasilkan informasi tentang pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *speedy*.

1.3.2. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai strategi diferensiasi pada produk *Speedy* PT. Telkom DIVRE III Jabar dan Banten.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai keunggulan bersaing pada produk *Speedy* PT. Telkom DIVRE III Jabar dan Banten.
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *Speedy*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap, informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya adalah :

1. Bagi penulis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dalam menambah pengetahuan serta memperluas wawasan dalam bidang ilmu pengetahuan ekonomi manajemen dalam bidang bisnis khususnya mengenai pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

2. Bagi perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi diferensiasi serta untuk memberikan sumbangan pemikiran untuk memecahkan masalah yang berhubungan dengan keunggulan bersaing perusahaan sehingga nantinya mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat.

3. Bagi pembaca

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan khususnya ilmu pengetahuan dibidang bisnis dan pemasaran, juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan (referensi) maupun bahan kajian bagi penelitian selanjutnya khususnya mengenai pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan usulan penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada PT. TELKOM Divisi Regional III Jabar dan Banten.

Adapun waktu penelitian sebagaimana digambarkan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.2

Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Keterangan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Usulan Penelitian																				
2	Penyusunan Usulan Penelitian																				
3	Pengambilan Data																				
4	Analisis Data																				
5	Penulisan Laporan																				
6	Sidang																				