

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, internet merupakan kebutuhan bagi banyak orang karena dapat mengakses dan menemukan segala informasi di seluruh dunia dengan cepat dan mudah. Oleh karena kebutuhan internet yang sangat penting, mengakibatkan peningkatan jumlah pemakai internet setiap tahun selalu meningkat di seluruh dunia. Di Indonesia, peningkatan jumlah pengguna internet dapat dilihat pada tabel berikut :

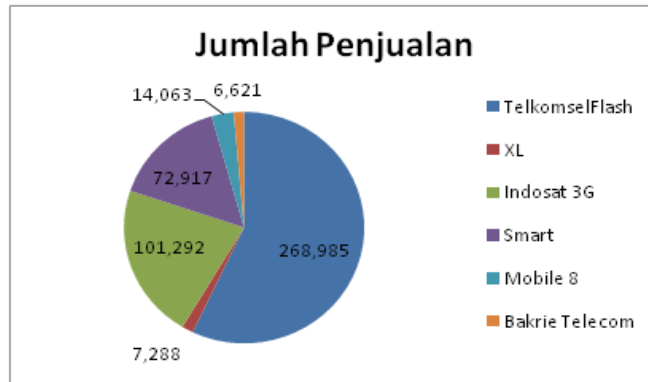
YEAR	Users	Population	% Pen.	GDP p.c. *	Usage Source
2000	2,000,000	206,264,595	1.0 %	US\$ 570	ITU
2007	20,000,000	224,481,720	8.9 %	US\$ 1,280	ITU
2008	25,000,000	237,512,355	10.5 %	US\$ 1,925	APJII
2009	30,000,000	240,271,522	12.5 %	US\$ 1,925	ITU

Note: Per Capita GDP in US dollars, source: United Nations Department of Economic and Social Affairs.

Tabel 1 - 1 : Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

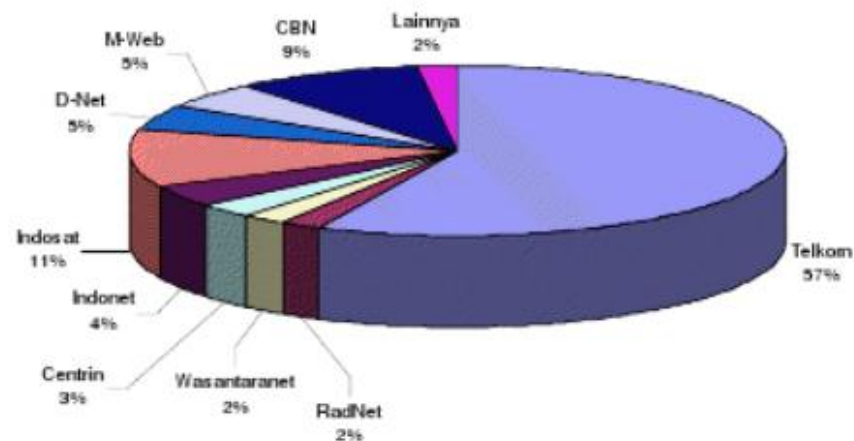
(sumber : <http://www.internetworldstats.com/asia/id.htm>)

Semakin banyak pengguna internet di Indonesia, mengakibatkan banyak Internet Service Provider (ISP) bermunculan. ISP terbaik adalah ISP yang mampu menguasai pasar pengguna internet. Berikut adalah persentase jumlah pengguna provider internet baik wireless dan fixed:



Gambar 1 – 1 : Jumlah Pengguna Internet Service Provider Jenis Wireless

(Source : Tugas Akhir Delusia Ester, 2009)



Gambar 1 – 2 : Persentase Pengguna Internet Service Provider Jenis Fixed

(Source : VISTA, 2005)

ISP dengan penjualan terbanyak adalah Speedy dari PT. Telkom sehingga dijadikan bahan penelitian. Speedy adalah brand dari layanan akses internet end-to-end untuk penggunaan di residensial atau bisnis kecil dan menengah yang berbasis akses kabel tembaga yang menggunakan teknologi Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL). Kecepatan layanan ini sesuai dengan paket layanan yang digunakan dari modem

pelanggan sampai ke BRAS (broadband remote access server) dengan pilihan kecepatan akses 1 Mbps per line.

Walaupun ISP – ISP tersebut menawarkan kualitas yang baik, kondisi broadband di Indonesia saat ini masih jauh dari ideal. Terbukti, tingkat kaburnya pelanggan (churn rate) masih sangat tinggi. Hasil survei Sharing Vision 2009 mengatakan churn pelanggan broadband saat ini mencapai 37% pada semua operator. Angka ini meningkat tajam dari tahun sebelumnya yang hanya 22 persen. Tingginya angka tersebut disebabkan oleh kekecewaan pelanggan pada kualitas layanan operator. (<http://www.hspnet.net/web/cetak.php?id=49>)

Speedy yang selama ini sudah menguasai pasar Internet Broadband di Indonesia tentu tidak ingin pasarnya direbut pesaing. Kelemahan Speedy yang tidak bisa digunakan secara mobile sangat disadari oleh pihak Telkom. Untuk itu PT. Telkom memberikan value added berupa peluncuran paket baru. Hal ini merupakan langkah strategis yang bisa mempertahankan pelanggan supaya tidak lari ke pesaing. Paket baru yang bernama Speedy Multispeed resmi diluncurkan dan menawarkan 4 layanan baru untuk pelanggan Speedy. Berikut adalah tarif yang ditawarkan :



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 Family	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 Game	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.

Tabel 1 - 2 : Tarif Paket Speedy Multispeed

Source : www.telkomspeedy.com

Dalam persaingan pasar selain kualitas, harga layanan juga perlu diperhatikan. Menurut Chief of Sharing Vision, lembaga riset telekomunikasi, Dimitri Mahayana, tarif internet di Indonesia masih terbilang mahal. Idealnya, tarif broadband Rp 50.000 per bulan dengan kualitas koneksi yang stabil. Namun Survey Sharing Vision menyebutkan saat ini rata-rata masyarakat menghabiskan dana Rp 200.000 - Rp 500.000 untuk langganan broadband. (<http://www.hspnet.net/web/cetak.php?id=49>).

Untuk itu sepanjang tahun 2009 - 2010, PT.Telkom terus menurunkan tarif layanan Speedy 20% sejalan dengan program pemerintah yang mengimbau tarif internet turun. Diharapkan dengan diturunkannya tarif, sales speedy akan meningkat hingga mencapai target sebesar 60% dan menjadi 1,7-1,8 juta hingga akhir tahun 2010. (***Vice President Public and Marketing Communication Telkom Edy Kurnia*** oleh www.indonesiantower.com).

Dalam penelitian ini, yang akan diteliti adalah Speedy sebagai ISP terbesar di Indonesia tarif paket baru Family. Pemilihan paket ini berdasarkan layanan yang diberikan yaitu semi unlimited dengan kecepatan 384 kbps dan karena segmen pasar yang ingin diteliti adalah para mahasiswa dan pelajar karena segmen pasar internet terbesar di Indonesia adalah remaja berusia 15 – 19 tahun dan besarnya 64 % dari pengguna internet di Indonesia. (***Source : Hasil riset TNS Indonesia dan Yahoo! Indonesia,*** dikutip oleh <http://mardoto.wordpress.com/2009/03/24/pengguna-internet-di-indonesia-terbanyak-adalah-remaja-bagus-khan-tinggal/>).

Segmen pasar ini sangat sering menggunakan internet walaupun kuota pemakaiannya terbatas. Perilaku mahasiswa dan pelajar yang menggunakan internet hampir setiap hari namun tidak membutuhkan terlalu banyak kuota inilah yang menyebabkan mereka lebih memilih menggunakan layanan internet semi unlimited. Selain itu segmen pasar ini juga memiliki sensitifitas terhadap tarif suatu layanan internet jika

dibandingkan dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal-hal inilah yang mendasari pemilihan paket Family semi unlimited untuk penelitian.

Untuk mengetahui bagaimana kualitas dan tarif layanan Speedy berdasarkan persepsi pelanggan dan pengguna, diadakan survey awal terhadap 30 pelanggan dan pengguna Speedy paket Personal khususnya di daerah Bandung. Paket ini yang diteliti karena awalnya para pelanggan dan pengguna Speedy yang pelajar dan mahasiswa menggunakan paket lama personal yang kemudian harus bermigrasi ke paket baru yaitu Paket Family dengan layanan yang ditawarkan adalah sama. Berikut adalah daftar paket lama yang bermigrasi ke paket baru.

FROM		TO		KETERANGAN
paket lama	tarif	paket baru	tarif	
Cemat	75.000	Limited 1 (15 jam)	75.000	Persetujuan Pelanggan
Time Based	200.000	Limited 2 (50 jam)	145.000	Persetujuan Pelanggan
Personal	200.000	Semi Unlimited 384	195.000	Persetujuan Pelanggan
Profesional	400.000	Semi Unlimited 512	295.000	Persetujuan Pelanggan
Office	750.000	Unlimited 1 Mbps	645.000	Persetujuan Pelanggan
Wamet	1.750.000	Unlimited 2 Mbps	995.000	Persetujuan Pelanggan
		Unlimited 3 Mbps	1.695.000	Persetujuan Pelanggan

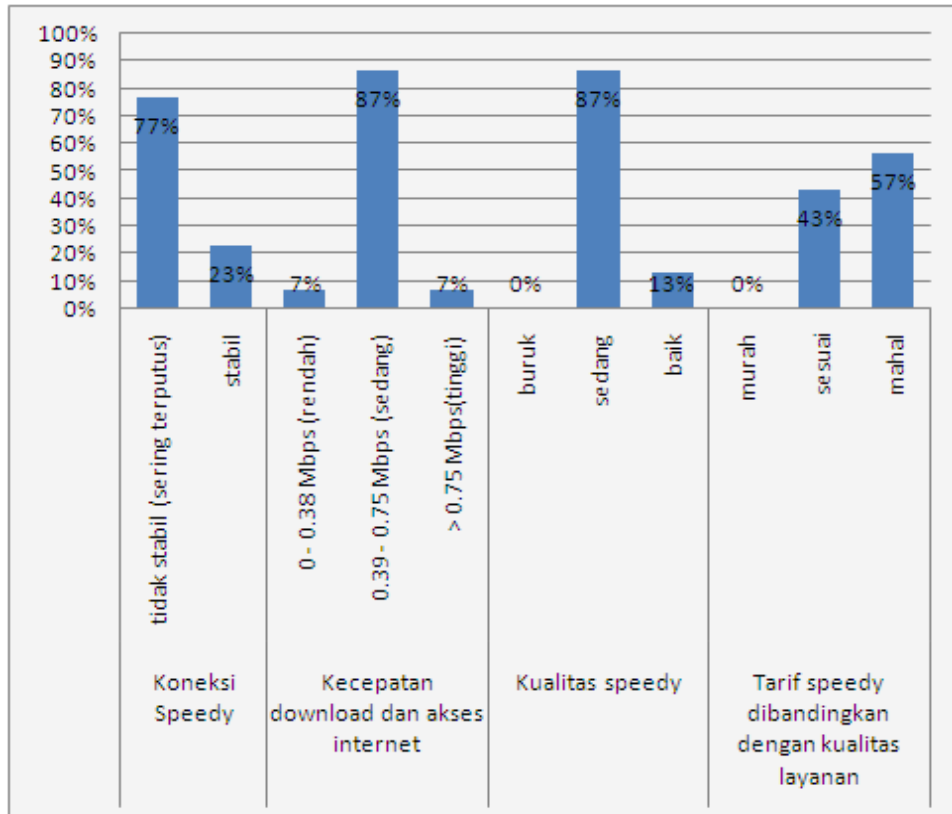
Tabel 1 - 3 : Migrasi Tarif Paket Speedy Multispeed

Source : www.telkomspeedy.com

Pada tabel 1-3 dijelaskan bahwa paket Personal akan bermigrasi ke paket baru Semi Unlimited 384 yang mana merupakan paket Family Semi Unlimited (Tabel 1-2), oleh karena itu pada survey awal pelanggan paket Family dilakukan pada pelanggan dan pengguna Speedy paket Personal.

Berdasarkan hasil survey pada 30 responden, 77 % orang mengatakan koneksi Speedy tidak stabil dan sering terputus, 87 % pengguna mengatakan kecepatan download speedy sebesar 0.39 – 0.75 Mbps (sedang). Untuk kualitas Speedy, 87 % responden mengatakan kualitas Speedy sedang (tidak jelek namun tidak cukup baik untuk

dijadikan pertimbangan untuk tetap berlangganan). Sedangkan untuk kesesuaian tarif dengan kualitas produk, 57 % responden mengatakan bahwa tarif speedy mahal dan 43 % responden mengatakan tarif Speedy sesuai dengan kualitas layanan.



Gambar 1 – 3 : Grafik Survey Awal

Pada grafik survey awal dilihat bahwa permasalahan utama terdapat pada koneksi, kecepatan download dan akses Speedy. Untuk hal ini perusahaan sedang dalam proses perbaikan dan perkembangan performansi layanan, sehingga penelitian ini mengambil permasalahan tarif. Hal ini merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti. Untuk itu PT.Telkom harus dapat menentukan strategi tarif Speedy khususnya paket family semi unlimited yang sesuai dengan value produk bagi pelanggan dan juga profit bagi perusahaan. Sehingga saya mengambil judul “**Usulan Tarif Layanan Speedy paket Family Semi Unlimited Menggunakan Metode Value Based Pricing dan Cost Based Pricing**”

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan diangkat sebagai bahan penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Berapakah mark up price Speedy berdasarkan perhitungan tarif dengan menggunakan metode cost based pricing?
2. Berapakah willingness to pay pelanggan Speedy berdasarkan Price Sensitivity Meter dengan menggunakan metode value based?
3. Bagaimana perbandingan mark up price dengan willingness to pay layanan Speedy?
4. Berapakah tarif layanan Speedy yang lebih optimal dengan mempertimbangkan willingness to pay customer, mark up price, regulasi, dan tarif saat ini produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui mark up price Speedy berdasarkan perhitungan tarif dengan menggunakan metode cost based.
2. Mengetahui willingness to pay pelanggan Speedy berdasarkan Price Sensitivity Meter dengan menggunakan metode value based.
3. Mengetahui perbandingan mark up price dengan willingness to pay layanan Speedy.
4. Mengetahui tarif layanan Speedy yang lebih optimal dengan mempertimbangkan willingness to pay customer, mark up price, regulasi, dan tarif saat ini produk.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi perusahaan (PT.Telkom) :

1. Memberikan informasi kepada perusahaan tentang willingness to pay pelanggan Speedy dan mark up price produk Speedy.
2. Dapat membuat suatu usulan tarif layanan Speedy yang mendekati ekspektasi pelanggan dan juga perusahaan.

Bagi pelanggan dan pengguna Speedy :

1. Mendapatkan tarif layanan Speedy yang sesuai.
2. Meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap penggunaan layanan internet Speedy.

1.5 Batasan Masalah

Untuk memperoleh hasil penelitian yang tidak menyimpang dari topik yang dibahas dan untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas, maka perlu dilakukan beberapa pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Riset dilakukan terhadap pelanggan Speedy Family Semi Unlimited di daerah Bandung.
2. Membandingkan dengan satu kompetitor.