
Pengaruh Permintaan Sambungan Telpon Terhadap Peningkatan Pemakaian Pulsa

Andi Mappelawa^{1*)}; Mahmud²⁾; Andi Irwan³⁾

^{1,2)} Manajemen, STIE Pelita Buana Makassar

³⁾ Manajemen, STIM LPI Makassar

wawaandiwawa@gmail.com*

ABSTRAK

Bisnis telekomunikasi adalah bisnis yang tidak akan mengalami kejenuhan permintaan. Gejala ini dapat dilihat dari negara-negara maju yang telah mapan secara ekonomi. Bisnis telekomunikasi adalah bisnis yang sangat relevan dengan semua fenomena global atau globalisasi, oleh karena itu PT. Telkom Kancatel dituntut untuk melakukan pembenahan serta perbaikan diberbagai segi, salah satu adalah pelayanan jasa telekomunikasi terhadap masyarakat. Sejalan dengan itu, bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan satuan sambungan telepon pada PT. Telkom Kancatel Takalar, serta mengetahui peningkatan jumlah pemakaian pulsa dan memperkirakan kebutuhan pemakaian pulsa pada masa yang akan datang. Metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Analisis data yang digunakan yaitu analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah permintaan satuan sambungan telepon sangat mempengaruhi jumlah produksi pulsa. Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh permintaan sambungan telepon terhadap peningkatan pemakaian pulsa pada Kancatel Takalar telah terbukti secara menyeluruh atau dengan kata lain apabila jumlah permintaan satuan sambungan telepon ditingkatkan maka akan mempengaruhi juga jumlah pemakaian pulsa.

Kata Kunci: *Permintaan Sambungan Telpon, Pemakaian Pulsa.*

ABSTRACT

Telecommunication business is a sector that will not experience demand saturation. This phenomenon can be observed in economically developed countries. The telecommunications industry is highly relevant to all global phenomena or globalization, hence PT. Telkom Kancatel is required to make improvements and enhancements in various aspects, one of which is the provision of telecommunications services to the community. In line with this, the purpose of this research is to identify the factors that influence the demand for telephone connections at PT. Telkom Kancatel Takalar and to estimate the increase in pulse usage and predict the future pulse usage needs. The research method employed is a quantitative research approach. The data analysis used is correlation analysis. The research findings indicate that the number of demands for telephone connections significantly affects the amount of pulse production. The hypothesis stating that there is an influence of telephone connection demand on the increase in pulse usage at Kancatel Takalar has been proven comprehensively, or in other words, if the number of demands for telephone connections is increased, it will also affect the amount of pulse usage.

Keywords: *Demand for Telephone Connections, Pulse Usage*

1. Pendahuluan

Di negara yang sedang berkembang, pembangunan ekonomi merupakan keharusan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Telekomunikasi menjadi salah satu sektor yang strategis dalam pembangunan tersebut. Indonesia, sebagai negara yang sedang berkembang, mengakui pentingnya pembangunan di berbagai bidang, termasuk telekomunikasi. Telekomunikasi memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan ekonomi, kelancaran pemerintahan, memperkuat persatuan bangsa, dan memperluas lapangan kerja.

Kancatel, sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi, memiliki tugas utama dalam membangun dan mengembangkan infrastruktur telekomunikasi secara bertahap di seluruh wilayah. Dalam hal ini, Kancatel harus meningkatkan efisiensi operasionalnya untuk meningkatkan pendapatan dan mampu mengikuti perkembangan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah. Peningkatan kualitas pelayanan jasa telekomunikasi sangat penting untuk memenuhi tuntutan masyarakat, yang umumnya menginginkan peningkatan mutu layanan.

Pemasaran melibatkan semua orang dalam perusahaan yang bekerja untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, orientasi ini semakin disadari sebagai kunci peningkatan manajemen pemasaran untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya (Swastha & Handoko, 2002). Adapun Definisi manajemen penjualan dikemukakan oleh Komisi Definisi dari Asosiasi Pemasaran Amerika dalam Kotler (2014), yaitu perencanaan, pengarahan, dan pengawasan personal selling, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, supervisi, pembayaran, dan motivasi sebagai tugas yang diberikan pada para tenaga penjualan.

Sebagai perusahaan dalam pasar monopoli, PT. TELKOM pada awalnya hanya fokus pada peningkatan jumlah sarana dan prasarana dari waktu ke waktu, tanpa memperhatikan upaya untuk meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat pengguna. Misalnya, dengan memberikan himbuan kepada pengguna agar menggunakan telepon dengan benar, berbicara sesuai kebutuhan, dan lain sebagainya. Selain itu, jenis produksi jasa telekomunikasi yang ditawarkan juga masih terbatas pada telekomunikasi telepon.

Riset ini memiliki tujuan untuk menunjang pembangunan telekomunikasi di Indonesia dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom Kancatel. Dengan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sambungan telepon dan penggunaan pulsa, PT. Telkom dapat mengoptimalkan produksi pulsa dan mempersiapkan infrastruktur yang dibutuhkan. Telekomunikasi memiliki peran penting dalam mengatasi kesenjangan, menjadi penggerak pembangunan, dan mendukung persaingan global. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dalam memberikan pemahaman yang lebih baik tentang permintaan dan penggunaan jasa telekomunikasi, serta memberikan landasan untuk peningkatan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.

Namun, pemahaman tentang pemasaran dan manajemen penjualan menjadi semakin penting bagi PT. TELKOM. Penelitian ini akan memberikan kontribusi yang berharga dalam menghubungkan konsep-konsep pemasaran dan manajemen penjualan dengan industri telekomunikasi. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sambungan telepon dan penggunaan pulsa, PT. TELKOM dapat merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif, mengoptimalkan distribusi dan promosi jasa telekomunikasi, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Dewi, et al., (2023) mengatakan bahwa kepuasan dan loyalitas merupakan aspek penting yang menjadi fokus bagi para pemasar saat ini. Dengan demikian, riset ini tidak hanya berkontribusi dalam pengembangan infrastruktur telekomunikasi, tetapi juga dalam pengembangan aspek pemasaran dan manajemen penjualan. Dengan meningkatkan hubungan dengan masyarakat pengguna melalui peningkatan kualitas pelayanan, PT. TELKOM dapat mencapai tujuan pemasaran.

2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan dalam menganalisis konsep atau teori tentang pengaruh jumlah permintaan satuan sambungan telepon terhadap jumlah produksi pulsa PT. Telkom Kancatel Takalar dan faktor-faktor pendukungnya. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel permintaan sambungan telepon dan produksi pulsa dengan menggunakan analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

Untuk pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung pada PT. Telkom Kancatel Takalar

sebagai obyek penelitian. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada pimpinan dan karyawan PT. Telkom untuk mendapatkan data yang relevan dan pasti.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dalam bentuk informasi lisan maupun tertulis, sedangkan data kuantitatif diperoleh dan disajikan dalam bentuk angka-angka. Sumber data yang digunakan meliputi data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara langsung dengan pihak terkait di PT. Telkom Kancatel Takalar, serta data sekunder berupa dokumen dan informasi tertulis terkait penelitian ini.

Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif untuk membahas konsep atau teori tentang pengaruh jumlah permintaan satuan sambungan telepon terhadap jumlah produksi pulsa PT. Telkom Kancatel Takalar dan faktor-faktor pendukungnya. Selain itu, digunakan analisis kuantitatif berupa analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan antara permintaan sambungan telepon dan produksi pulsa, sedangkan analisis koefisien determinasi digunakan untuk menguji keakuratan hubungan tersebut. Uji t juga dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi (Sugiyono, 2014).

3. Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui keterkaitan antara jumlah satuan sambungan telepon dengan jumlah produksi pulsa yang terdapat di Takalar maka dapat dilihat pada tabel perhitungan korelasi di bawah ini :

Tabel 1. Hasil Analisis Korelasi

Periode (Bulan)	Jumlah SST Pelanggan (x)	Jumlah Produksi Pulsa (y)	XY	x ²	y ²
Juni	63,9	2090,3	133570,17	4083,21	4369354,09
Juli	65,3	2186,6	142784,98	4264,09	4781219,58
Agustus	65,7	2180,4	143252,28	4316,49	4754144,18
September	66,4	2160,2	143437,28	4408,96	4666464,04
Oktober	67,7	2304,4	156007,88	4583,29	5310259,36
Nopember	68,5	2200,4	150727,4	4692,25	4841760,16
Desember	69,2	2317,0	160336,4	4788,64	5368489
Jumlah	$\sum x = 466,7$	$\sum y = 15439,3$	$\sum xy = 1030116,39$	$\sum x^2 = 31136,93$	$\sum y^2 = 34091690,41$

Sumber: Data Sekunder di Olah, 2023

Diketahui :

$$\begin{aligned} \sum x &= 466,7 \\ \sum y &= 15.439,3 \\ \sum xy &= 1.030.116,39 \\ \sum y^2 &= 34.091690,41 \\ \sum x^2 &= 31.136,39 \end{aligned}$$

Rumus Korelasi ::

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dimana :

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah periode (Bulan)
- x = Jumlah Permintaan Satuan Sambungan
- y = Jumlah produksi Pulsa Lokal

Perhitungan :

$$\begin{aligned} r &= \frac{7(1.030.11,39) - (466,7)(15.439,3)}{\sqrt{7(31.136,93) - (466,7)^2} \cdot \sqrt{7(34.091.690,4) - (15.439,3)^2}} \\ &= \frac{5.293,42}{6.352,99} \\ &= 0,8332 \text{ atau } 83,32 \% \end{aligned}$$

Dengan melihat hasil koefisien korelasi yang dicapai yakni $r = 0,8332$ atau $83,32\%$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan antara jumlah satuan sambungan telepon dengan jumlah produksi pulsa atau hubungan x dan y kuat dan positif.

Untuk mengukur pengaruh antara jumlah satuan sambungan telepon dengan jumlah produksi pulsa maka digunakan koefisien determinan, yaitu :

$$r^2 = (0,8332)^2 = 0,6942 \text{ atau } 69,42 \%$$

Untuk melakukan pengujian korelasi antara jumlah satuan sambungan dengan jumlah produksi pulsa apakah saling berhubungan atau tidak, maka menggunakan uji-t. Adapun rumus uji-t adalah sebagai berikut.

$$t_o = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dimana t mengikuti fun-gsi t dengan derajat kebebasan (df) = $n - 2$. Dengan memasukkan r (koefisien korelasi) kedalam rumus uji-t, maka akan diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$t_o = \frac{1,8559}{0,5577} = 3,3277$$

Untuk dapat mengetahui pengujian korelasi satuan sambungan telepon dengan jumlah produksi pulsa apakah saling berhubungan atau tidak, maka menggunakan pedoman sebagai berikut:

1. Apabila t hitung (t_o) lebih besar dari t tabel berarti hasil koefisien korelasi significant (saling berhubungan).
2. Apabila t hitung (t_o) lebih kecil dari t tabel, maka berarti hasil koefisien korelasi tidak significant (tidak berhubungan).

Dengan menggunakan derajat keyakinan sebesar 95 % atau $\alpha = 0,05$ maka hasil yang didapat adalah :

$$\begin{aligned}t &= \alpha (n - 2) \\t &= 0,05 (7 - 2) \\t &= 0,05 (5) \dots\dots\dots(\text{tabel distribusi } t) \\t &= 2,015\end{aligned}$$

Dari perhitungan yang terdapat di atas kita mendapatkan hasil t hitung (t_o) sebesar 3,3277 sedangkan t tabel (t_1) sebesar 2.015 atau dengan kata lain t_o lebih besar dari t_1 . Hal ini berarti bahwa perhitungan yang menyatakan hubungan korelasi kuat dan positif dapat diterima.

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara jumlah satuan sambungan telepon PT. Telkom Kancatel Takalar dengan jumlah produksi pulsa di Takalar. Artinya, semakin meningkatnya permintaan satuan sambungan telepon, akan berdampak pada peningkatan jumlah produksi pulsa yang ada di wilayah Takalar.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa permintaan satuan sambungan telepon mempengaruhi penggunaan pulsa seperti riset oleh Prayitno (2006), serta Sembeng, et al., (2016). Dalam konteks ini, penelitian tersebut menguatkan hubungan antara permintaan sambungan telepon dengan kebutuhan penggunaan pulsa di PT. Telkom Kancatel Takalar. Disamping itu, menurut Husna & Sari (2022) sesungguhnya banyak faktor yang dapat mempengaruhi berhasil tidaknya peningkatan volume penjualan, salahsatunya adalah strategi pemasaran (marketing strategy). Faktor-faktor tersebut diantaranya seperti demografi, kondisi perekonomian, sosial dan kebudayaan, politik dan hukum, teknologi, kompetitor, marketing mix, Sumber Daya Manusia, kebijakan pemerintah setempat, kondisi eksternal dan internal perusahaan dan lain-lain yang kesemuanya dapat mempengaruhi strategi pemasaran.

Temuan dari riset ini didukung oleh analisis korelasi yang menunjukkan adanya keterkaitan yang signifikan antara variabel permintaan sambungan telepon dan produksi pulsa. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penggunaan pulsa di PT. Telkom Kancatel Takalar, serta memberikan landasan untuk peningkatan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara jumlah permintaan satuan sambungan telepon dengan jumlah produksi pulsa di PT. Telkom Kancatel Takalar. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan sambungan telepon secara signifikan mempengaruhi peningkatan penggunaan pulsa. Hasil perhitungan korelasi dan uji t menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan dan dapat diterima.

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis merekomendasikan beberapa langkah yang dapat diambil oleh PT. Telkom Kancatel Takalar:

1. Meningkatkan fasilitas rangkaian penyambung untuk mengantisipasi peningkatan produksi pulsa di masa yang akan datang. Hal ini akan memastikan ketersediaan infrastruktur yang memadai untuk memenuhi permintaan sambungan telepon yang meningkat.
2. Memberikan insentif kepada pelanggan yang dapat menghasilkan pulsa yang cukup tinggi, seperti biaya pasang baru gratis, pemberian bonus, atau diskon khusus. Hal ini akan mendorong penggunaan telepon secara maksimal oleh pelanggan, sehingga meningkatkan permintaan sambungan telepon dan penggunaan pulsa.
3. Mengoptimalkan pemasaran jasa telekomunikasi dengan memanfaatkan sarana dan fasilitas yang ada serta memperluas daerah pemasaran ke wilayah yang memiliki potensi yang lebih besar. Selain itu, perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam hal pelayanan dan pengetahuan teknis, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Dengan mengimplementasikan rekomendasi ini, diharapkan PT. Telkom Kancatel Takalar dapat meningkatkan efisiensi operasional, memenuhi permintaan yang meningkat, dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat pengguna jasa telekomunikasi.

Referensi

- Dewi, A. R. S., Fachmi, M., & Ilyas, G. B. (2023). Increasing Customer Satisfaction and Loyalty in E-Commerce: A Case Study of Costumer Tokopedia in Makassar City. In *7th International Conference on Accounting, Management and Economics (ICAME-7 2022)* (pp. 723-729). Atlantis Press.
- Husna, A., & Sari, N. I. M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Volume Penjualan Pulsa Telkomsel pada Gradien Ponsel Peureulak Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 1-9.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13, Jilid 2). Prenhalindo: Jakarta.
- Prayitno, B. (2006). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Meningkatnya Permintaan Telepon Di Wilayah Surabaya Barat. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 5(12), 246-266..
- Sembeng, L. L., Sumarauw, J., & Raintung, M. (2016). Pengaruh Promosional Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Halo Pada Pt. Telkomsel Grapari Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). *Manajemen pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.*

