

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Internet atau singkatan dari kata (*interconnection-networking*) adalah seluruh jaringan komunikasi yang menggunakan media elektronik, yang saling terhubung menggunakan standar system global. Internet digunakan oleh masyarakat untuk media informasi, alat komunikasi, sarana pendukung kegiatan seperti pendidikan dan ekonomi serta sebagai sarana hiburan. Untuk mempermudah akses internet, PT. Telkom Indonesia memfasilitasi masyarakat dengan produk *Indonesia Digital Home* (IndiHome).

Indihome adalah salah satu produk layanan dari PT Telekomunikasi Indonesia berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*) internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet), dan layanan televisi interaktif (*Usee TV Cable, IP TV*). Karena penawaran inilah Telkom memberi label IndiHome sebagai tiga layanan dalam satu paket (3-in-1) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon.

Produk Indihome ini dikeluarkan berkaitan dengan mulai beralihnya jaringan Telkom dari kabel tembaga (*Speedy*) ke kabel *fiber optic*. Akan tetapi masih banyak calon pelanggan produk Indihome ini yang belum mengetahui berbagai keunggulan Indihome serta fasilitas yang dimiliki dari penggunaan Indihome. Indihome merupakan produk bundling sehingga

harga yang ditawarkan kepada pelanggan juga harga paket sesuai kebutuhan paket yang digunakan oleh pelanggan. Di sisi lain untuk pelayanan jaringan *fiber optic* ini sebagian masyarakat berminat untuk berlangganan Indihome. Hal ini yang perlu diperhatikan oleh pihak PT. Telkom cabang Kraksaan apabila penyaluran Indihome belum maksimal maka untuk melakukan peningkatan pengguna Indihome juga belum berjalan sesuai target yang telah direncanakan.

Dalam penggunaan Indihome untuk pelanggan baru yang ingin berlangganan internet, juga harus berlangganan telepon rumah dan TV kabel UseeTV. Dengan demikian pelanggan harus berlangganan 3 paket sekaligus, tidak bisa hanya internet saja. Otomatis biaya berlangganan yang dikeluarkan oleh pelanggan juga menjadi lebih mahal, karena ada biaya tambahan tersebut. Tentunya ragam paket berlangganan yang tersedia di PT. Telekomunikasi tersebut perlu disosialisasikan kepada seluruh masyarakat supaya masyarakat mengetahui paket langganan dan jenis paket yang ditawarkan oleh Telkom sehingga akan membantu masyarakat dalam memilih paket langganan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Tujuan sosialisasi ini merupakan proses bagi anggota masyarakat untuk mengenalkan program yang dilakukan secara terus menerus dengan harapan bisa diketahui masyarakat lain. Manfaat lain yang bisa digunakan dalam dunia usaha jika menggunakan indihome masyarakat bisa menggunakan untuk membuka usaha seperti usaha outlet pembayaran listrik dan air, bisnis online dan lain sebagainya karena teknologi yang semakin berkembang.

Indihome merupakan produk yang sangat berpotensi yang diluncurkan oleh PT Telkom. Tantangan besar bagi Telkom untuk memilih strategi marketing yang tepat sehingga mampu meningkatkan pemahaman produk tersebut ke pelanggan, meningkatkan penetrasi ke pasar, dan mampu memenangkan persaingan di bisnis layanan multi service. Berdasarkan hasil interview kepada manager PT. Telkom cabang Kraksaan pemasangan Indihome telah mencapai 60% dimana sebagian besar berlokasi di dalam Kraksaan kota. Rencana akan datang yang ingin dicapai oleh PT. Telkom cabang Kraksaan adalah pemasangan yang akan dilakukan bagian wilayah lebih pelosok lagi. Penyaluran yang telah dilakukan memiliki 2 metode yaitu menggunakan penyaluran kabel bawah tanah untuk penyaluran antar kota dan metode kedua menggunakan tiang sebagai penyangga kabel fiber optic. Metode ini digunakan untuk penyaluran di setiap rumah-rumah konsumen.

Melihat Fenomena yang terjadi pada 2 tahun terakhir yaitu adanya pandemi covid-19 yang menyebar, sehingga mengharuskan masyarakat untuk “*stay at home*” untuk menekan angka penyebaran virus covid-19. Sekolah menerapkan pembelajaran daring, beberapa kantor dan instansi menerapkan “*work from home*”. Penerapan ini memberikan dampak yang signifikan terhadap aktivitas masyarakat. Karena tidak dapat melakukan aktivitas di luar lingkungan rumah yang secara tidak langsung memaksa mereka melakukan kegiatan digantikan secara online. Pandemi saat ini sejalan dengan peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap internet.

Kebutuhan masyarakat terhadap internet, mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

**Tabel 1. Penjualan Produk Indihome  
Pada tahun 2017 s/d 2021**

No	Tahun	Jumlah Pengguna	Tingkat Pertumbuhan (%)
1	2017	4.012	2,9%
2	2018	4.344	8,27%
3	2019	4.752	9,39%
4	2020	5.482	15,36%
5	2021	5.933	8,22%

Sumber: PT. Telkom Cabang Kraksaan, 2021

Pada tahun 2018 mengalami peningkatan 9,39% dibandingkan tahun 2017, tahun inilah awal mula pandemi covid-19 mulai menyebar. Pada tahun 2020, mengalami peningkatan yang cukup pesat yaitu 15,36%. Pada tahun inilah puncaknya virus covid-19 sehingga pemerintah melakukan berbagai kebijakan dan upaya menekan penyebaran virus tersebut. Aktifitas banyak dilakukan dirumah, sehinggann permintaan akan internet sangat tinggi. Pada tahun 2021, penggunaan internet masih cukup tinggi dengan tingkat pertumbuhan 8,22% dari tahun sebelumnya, walaupun sudah beberapa yang melakukan aktivitasnya kembali dengan pembatasan.

Dalam menentukan perkembangan usah, maka harus memiliki bayangan di masa yang akan datang untuk menentukan langkah-langkah yang tepat yang bisa diambil. Dalam hal ini menggunakan teori *forecasting* sangat penting.

Dalam peramalan dikenal istilah prakiraan dan prediksi. Prakiraan didefinisikan sebagai proses peramalan suatu variabel (kejadian) di masa

datang dengan berdasarkan data variabel itu pada masa sebelumnya (Herjanto, 2015:78). Metode peramalan yang dapat digunakan yaitu metode *single moving average* dan *weighted moving average*. *Single Moving Average* (SMA) adalah suatu metode peramalan yang diperoleh melalui penjumlahan dan pencairan nilai rata-rata dari sejumlah periode tertentu (Prasetya, 2015:51). Sedangkan Metode *Weighted Moving Average* yaitu metode rata-rata bergerak berbobot menggunakan sejumlah data aktual permintaan yang baru untuk membangkitkan nilai ramalan untuk permintaan di masa yang akan datang (Ambarwati, 2020:427).

Kenyataan menunjukkan bahwa salah satu masalah yang terjadi dalam perusahaan adalah perusahaan belum sepenuhnya mengestimasi atau memperkirakan penjualan unit produk (Indihome). Jika peramalan kurang dari kebutuhan pasar seperti perlengkapan yang akan digunakan untuk pemasangan produk mengalami kekurangan maka konsumen harus menunggu yang cukup lama karena kekurangan bahan unit produk yang digunakan untuk setiap pemasangan produk indihome sehingga akan menyebabkan konsumen mengalami kekecewaan dan akan mengurungkan niatnya kembali untuk memasang produk Indihome.

Disamping itu, faktor pemeliharaan perangkat juga harus di perhatikan agar kualitas produk tetap terjaga dan konsumen tidak mengalami kekecewaan dalam berlangganan produk indihome. Karena beberapa keluhan dari pelanggan dikarenakan kualitas jaringan mengalami penurunan sehingga dapat mengganggu pengguna jaringan yang telah berlangganan.

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan penelitian ini adalah memaksimalkan sebuah sistem peramalan menggunakan metode runtun waktu yang dapat digunakan untuk memprediksi penjualan produk masa mendatang dengan model indihome pada tahun 2022 pada PT. Telkom cabang Kraksaan. Sehingga dapat bermanfaat dalam memprediksi penjualan serta menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan jika terjadi fluktuasi penjualan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul: **“Penerapan Metode *Single Moving Average* Dan *Weighted Moving Average* Dalam Peramalan Penjualan Produk Indihome Pada PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo.”**

## 1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana menerapkan metode peramalan *single moving average* dan *weighted moving average* untuk penjualan produk Indihome di PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo tahun 2022?
- b. Metode manakah yang lebih tepat diantara *single moving average* dan *weighted moving average* dalam peramalan penjualan produk Indihome pada PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo tahun 2022?

### **1.3 Batasan Permasalahan**

Penelitian ini diberi batasan untuk dapat memfokuskan pembahasan yang akan dilakukan agar pokok permasalahan tidak melebar dari yang telah ditentukan, maka peneliti membatasi hanya menggunakan data penjualan produk Indihome PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo (historis) pada 5 tahun terakhir yaitu 2017-2021.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan yang dikemukakan tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk meramalkan penjualan di PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo tahun 2022.
- b. Untuk mengetahui penerapan metode peramalan yang lebih tepat diantara *single moving average* dan *weighted moving average* meramalkan penjualan produk Indihome PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo tahun 2022.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Praktisi

Dapat melakukan peramalan penjualan produk Indihome sehingga membantu perusahaan dalam melakukan kebijakan dalam mempertahankan dan meningkatkan konsumen.

b. Bagi Akademisi

- 1) Sebagai media untuk menyalurkan ilmu yang didapat pada saat perkuliahan.
- 2) Sebagai bahan kepustakaan yang diperlukan bagi Fakultas Ekonomi dan mengembangkan manajemen operasional.

### **1.5 Asumsi**

Sebelum peneliti mengemukakan asumsi dalam penelitian ini, terlebih dahulu peneliti akan mengemukakan pengertian asumsi. Anggapan dasar (asumsi) atau potulat adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik (Arikunto, 2013:104).

Berdasarkan pengertian asumsi di atas, maka untuk mempermudah penelitian, penyusun menentukan asumsi sebagai berikut:

- a. PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo tidak melakukan peramalan penjualan produk Indihome.
- b. PT. Telkom Indonesia Kantor Cabang Kraksaan Kabupaten Probolinggo mengalami peningkatan pada 3 tahun terakhir.