

SKRIPSI

ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN PROVIDER INTERNET RUMAH PT. TELKOM WITEL MAKASSAR

NURUL ULFAYANI



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN PROVIDER INTERNET RUMAH PT. TELKOM WITEL MAKASSAR

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

NURUL ULFAYANI

A11116505



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN PROVIDER INTERNET RUMAH PT. TELKOM WITEL MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

NURUL ULFAYANI

A11116505

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

Makassar, 2 Agustus 2021

Pembimbing I



Dr. Sri Undai Nurbayani, SE., M.Si.
NIP.19660811 199103 2 001

Pembimbing II



Dr. Sultan Suhab, SE., M.Si.
NIP.19691215 199903 1 002

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si.
NIP.19690413 199403 1 003

SKRIPSI

ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN PROVIDER INTERNET RUMAH PT. TELKOM WITEL MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

NURUL ULFAYANI
A11116505

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **2 Agustus 2021**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	TandaTangan
1.	Dr. Sri Undai Nurbayani, SE., M.Si.	Ketua	1..... 
2.	Dr. Sultan Suhab, SE., M.Si	Sekretaris	2..... 
3.	Drs. A. Baso Siswadharma, M.Si	Anggota	3..... 
4.	Dr. Agussalim, SE., M.Si	Anggota	4..... 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si
NIP.19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : **Nurul Ulfayani**
Nomor Pokok : A11116505
Program Studi : Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis UNHAS
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa Skripsi dengan judul ***Analisis Determinan Penerimaan Provider Internet Rumah PT. Telkom Witel Makassar*** adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak Cipta pihak lain. Apabila dikemudian hari Skripsi karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 2 Agustus 2021

Yang Menyatakan



(Nurul Ulfayani)

A11116505

PRAKATA



-Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. atas berkah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam selau tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan suri tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan di akhirat. Sehingga penulis diberi kekuatan untuk merampungkan skripsi yang berjudul **“ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN PROVIDER INTERNET RUMAH PT. TELKOM WITEL MAKASSAR”**. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Dengan rasa hormat yang sangat paling dalam, penulis mengucapkan beribu – ribu terima kasih kepada kedua orang tua sekaligus mentor penulis, Muhammad Rijal dan Mulhaeri Yunus yang dimana rasa terima kasih pun tidak cukup untuk menggambarkan dorongan, bantuan, perjuangan serta kasih sayang keduanya. Serta rasa terima kasih diberikan juga kepad saudara penulis, Muhammad Alifyadi yang telah memberi dukungan serta bantuan dalam penelitian walaupun kadang kami seperti kucing dan tikus di rumah.

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya juga diberikan kepada beberapa pihak atas motivasi dan bantuan untuk penelitian ini, yakni kepada:

- ❖ Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina Palubuhu, M.A. selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
- ❖ Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM. Selaku Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.

- ❖ Ketua Departemen Ekonomi Pembangunan Bapak Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si. dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si. selaku sekretaris Departemen Ekonomi Pembangunan, serta seluruh dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih untuk segala perhatian, pengertian, nasehat, arahan, serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Departemen Ekonomi Pembangunan.
- ❖ Ibu. Dr. Sri Undai Nurbayani, SE., M.Si, selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Sultan Suhab, SE.,M.Si selaku pembimbing II sekaligus penasehat akademik yang telah meluangkan waktu dalam memberikan arahan, segala pemikiran, ide, bantuan dan nasehat serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Bapak Drs. Andi Baso Siswadarma, M.Si., dan Bapak Dr. Agussalim, SE, M.Si. selaku dosen penguji yang memberikan perspektif baru mengenai penelitian skripsi serta menjadi dorongan untuk memberikan hasil yang terbaik.
- ❖ Segenap Pegawai akademik, kemahasiswaan dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah membantu dalam pengurusan administrasi selama masa studi penulis.
- ❖ Bapak, Ibu dan segenap kakak-kakak pegawai pada Kantor PT. Telkom Witel Makassar yang telah memberikan izin dan membantu peneliti dalam proses pengumpulan data guna penyelesaian skripsi ini.
- ❖ Teman-teman angkatan 2016 “SPHERE” yang memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis di masa perkuliahan sampai selesainya tugas sakhir ini.
- ❖ Sahabat STG (Ade, Adel, Anggi, Caca, Cindy, Dea, Deby, Ines, Itin, Naya, Nisa) yang telah melengkapi masa hidup penulis dengan penuh tawa dan air mata, dan selalu mendukung penulis serta menurunkan mental penulis.
- ❖ K8 (Ayu, Ey, Gita, Kifli, Keke, Mega, Widi) yang telah memberi warna dan bantuan pada hari-hari saya di dunia perkuliahan sejak maba sampai selesainya tugas akhir ini.
- ❖ Alda Pangara (Alda dan Mila) yang selalu bikin susah saya di

kampus dan mendengarkan cerita tidak penting saya selama ini serta segala bantuan dan ceritanya selama ini.

- ❖ SBB dan Lupus especially Marjan yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada saya walupun kadang dengan cara verbal yang tidak sopan wkwk
- ❖ Andi Afiq Fauzan yang yang selalu menjadi tempat keluh kesah saya walupun kadang menguji kesabaran saya dan selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini
- ❖ Last but not least, terima kasih buat diri saya sendiri. Terima kasih sudah berjuang dan kuat dalam menjalani lika-liku dunia perkuliahan. Semangat Ulfa buat next chapter hihhi

Akhir kata, tiada kata yang patut peneliti ucapkan selain doa, semoga Allah Azza WaJalla memberikan balasan dengan sebaik-baik balasan dan senantiasa melimpahkan Ridho dan Berkah-Nya atas amalan kita, dan menjadikan kita sebagai golongan orang yang dimasukkan ke dalam surga-Nya yang tertinggi.

Amin ya Robbal' Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 2 Agustus 2021

ABSTRAK

Analisis Determinan Penerimaan Provider Internet Rumah PT. Telkom Witel Makassar

Nurul Ulfayani
Sri Undai Nurbayani
Sultan Suhab

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor penerimaan provider internet rumah PT. Telkom Witel Makassar di masa sebelum pandemi dan pandemi berlangsung. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data kurun waktu (*time series*) dari bulan Januari 2019 sampai bulan Maret 2021 yang diperoleh dari PT. Telkom Witel Makassar. Data dianalisis dengan menggunakan Path Analisis (*analisis jalur*) menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan provider internet rumah PT. Telkom Witel Makassar pada bulan Januari 2019-Maret 2021. Dampak Covid-19 berpengaruh secara tidak langsung terhadap penerimaan PT. Telkom Witel Makassar melalui jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan. Non price determinants yaitu dampak Covid-19 lebih berpengaruh terhadap penerimaan PT. Telkom Witel Makassar.

Kata Kunci: Harga, Dampak Covid-19, Penerimaan Provider Internet Rumah
PT. Telkom Witel Makassar

ABSTRACT

Analysis Determinants of Revenue Home Internet Provider at PT. Telkom Witel Makassar

Nurul Ulfayani
Sri Undai Nurbayani
Sultan Suhab

This Research Aims To Analyze *the effect of the* revenue Home Internet Provider at PT. Telkom Witel Makassar in the period before the pandemic and the pandemic. This study uses secondary data on time-series data in period of January 2019 to March 2021 from PT. Telkom Witel Makassar. The data were processed using Path Analysis using SPSS program. The results showed that the price of IndiHome had a positive and significant effect of the revenue home internet provider at PT. Telkom Witel Makassar in January 2019-March 2021. The impact of Covid-19 has an indirect effect at PT. Telkom Witel Makassar through the number of costumers and amount of usage. Non-price determinants is the impact of Covid-19 have more influence on the revenue at PT. Telkom Witel Makassar.

Keywords: Price, Impact of Covid-19, Revenue of Home Internet Provider PT. Telkom Witel Makassar

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1 Teori Penerimaan	9
2.1.2 Teori Permintaan	12
2.1.3 Pergeseran Kurva Permintaan.....	14
2.1.4 Faktor Penentu yang Bukan Harga (Non-Price Determinants)	16
2.1.5 Dampak COVID-19.....	17

2.2 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.2.1 Hubungan Harga dengan Jumlah Pelanggan	19
2.2.2 Hubungan Harga dengan Jumlah Penggunaan	19
2.2.3 Hubungan Harga dengan Penerimaan Provider Internet Rumah	19
2.2.4 Hubungan Dampak Covid-19 dengan Jumlah Pelanggan....	20
2.2.5 Hubungan Dampak Covid-19 dengan Jumlah Pelanggan....	20
2.2.6 Hubungan Dampak Covid-19 dengan Penerimaan Provider Internet Rumah.....	21
2.2.7 Hubungan Jumlah Pelanggan dengan Penerimaan Provider Internet Rumah.....	21
2.2.8 Hubungan Jumlah Penggunaan dengan Penerimaan Provider Internet Rumah.....	22
2.3 Tinjauan Empiris.....	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	26
2.5 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	29
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.2.1 Jenis Data	29
3.2.2 Sumber Data	29
3.3 Metode Pengambilan Data.....	30
3.4 Model Analisis Data.....	30
3.5 Definisi Operasional.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Perkembangan Variabel Penelitian.....	33
4.1.1 Perkembangan Harga IndiHome (Januari 2019–Maret 2021)	33

4.1.2 Perkembangan Dampak Covid-19 (Januari 2019-Maret 2021)	35
4.1.3 Perkembangan Jumlah Pelanggan IndiHome (Januari 2019– Maret 2021)	36
4.1.4 Perkembangan Jumlah penggunaan IndiHome (Januari 2019– Maret 2021)	39
4.1.5 Perkembangan Penerimaan Provider Internet Rumah PT. Telkom Witel Makassar (Januari 2019-Maret 2021)	42
4.2. Hasil Estimasi Variabel-Variabel Penelitian	45
4.3 Pembahasan	58
4.3.1 Pergeseran Kurva Pada Permintaan IndiHome	58
4.3.2 Faktor Penentu yang Bukan Harga (Non-Price Determinants) pada Penerimaan PT. Telkom Witel Makassar	58
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Penerimaan Provider Internet Rumah PT. Telkom Witel Makassar	59
4.3.4. Pengaruh Dampak Covid-19 Terhadap Penerimaan Provider Internet Rumah PT. Telkom Witel Makassar	62
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN DATA PENELITIAN	62
Lampiran 1. Data Penelitian	62
Lampiran 2. Data Regresi	63
Lampiran 3. Surat Penelitian	69
Lampiran 4. Biodata Penulis	71

DAFTAR GRAFIK

Grafik	halaman
4.1 Perkembangan Harga IndiHome (Januari 2019–Maret 2021)	34
4.2 Perkembangan Jumlah Pelanggan IndiHome (Januari 2019- Maret 2021).....	37
4.3 Perkembangan Jumlah penggunaan IndiHome (Januari 2019– Maret 2021).....	40
4.4 Perkembangan Penerimaan Provider Internet Rumah PT. Telkom Witel Makassar(Januari 2019-Maret 2021).....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1.1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018.....	2
1.2 Tingkat Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2018.....	3
1.3 Kontribusi Pengguna Internet per Provinsi di Sulawesi-Maluku- Papua dari Seluruh Pengguna Internet Tahun 2018.....	5
2.1 Kurva Permintaan	15
2.2 Kerangka Fikir Konseptual.....	27
4.1 Skema Signifikansi.....	55
Lampiran Surat.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
4.1 Hasil Interpretasi Data	52
4.2 Hasil Estimasi Tidak Langsung	56
4.3 Hasil Estimasi Total Pengaruh	57
Lampiran Data Penelitian	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan sebuah media yang digunakan dengan tujuan mentransfer data/informasi baik dalam memperolehnya maupun memberikan informasi kepada orang lain serta dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat dikatakan sangat pesat dan terus berevolusi sehingga saat ini membawa perubahan pada manusia dalam mencapai suatu informasi dengan mudah dan cepat dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Teknologi sangat erat kaitannya dengan internet, sehingga teknologi internet telah menjadi kebutuhan manusia. Internet pada mulanya digunakan hanya sebataskeperluan militer sekitar pertengahan abad 19. Tetapi dengan kemajuan hardware dan software zaman sekarang internet menjadi kebutuhan primer, utama dan penting dalam segala bidang. Dengan internet kita sangat mudah untuk mengakses suatu informasi serta berkomunikasi dengan orang lain pada jarak jauh. Disamping itu, penggunaan internet dapat diakses melalui jaringan telepon seluler. Adapun jaringan internet lainnya ialah WAN (*Wide Area Network*), LAN (*Local Area Network*), Wireless LAN dan Wifi (*Wireless Fidelity*) yang dapat diakses melalui komputer serta handphone yang dilengkapi fitur wifi.

Wifi merupakan teknologi komunikasi nirkabel yang memanfaatkan gelombang radio untuk menghubungkan dua perangkat atau lebih gelombang frekuensi yang tinggi untuk terhubung ke internet. Frekuensi yang digunakan oleh teknologi wifi berada pada spektrum 2,4 Ghz. Wifi biasanya terdapat pada tempat publik seperti lingkungan pendidikan, lingkungan kerja, cafe/restaurant, taman dan tempat umum lainnya. Wifi mempunyai kemampuan akses internet dengan kecepatan hingga 11 Mbps. Kita tidak membutuhkan kabel untuk terhubung ke jaringan wifi. Namun kita harus berada pada daerah yang mempunyai sinyal wifi. Daerah yang mempunyai sinyal wifi adalah daerah yang berada pada radius 100 meter dari titik akses yang sering disebut hotspot. Dengan teknologi ini masyarakat dapat memperoleh informasi terkait dengan proses pembelajaran, pengalaman atau instruksi lainnya.

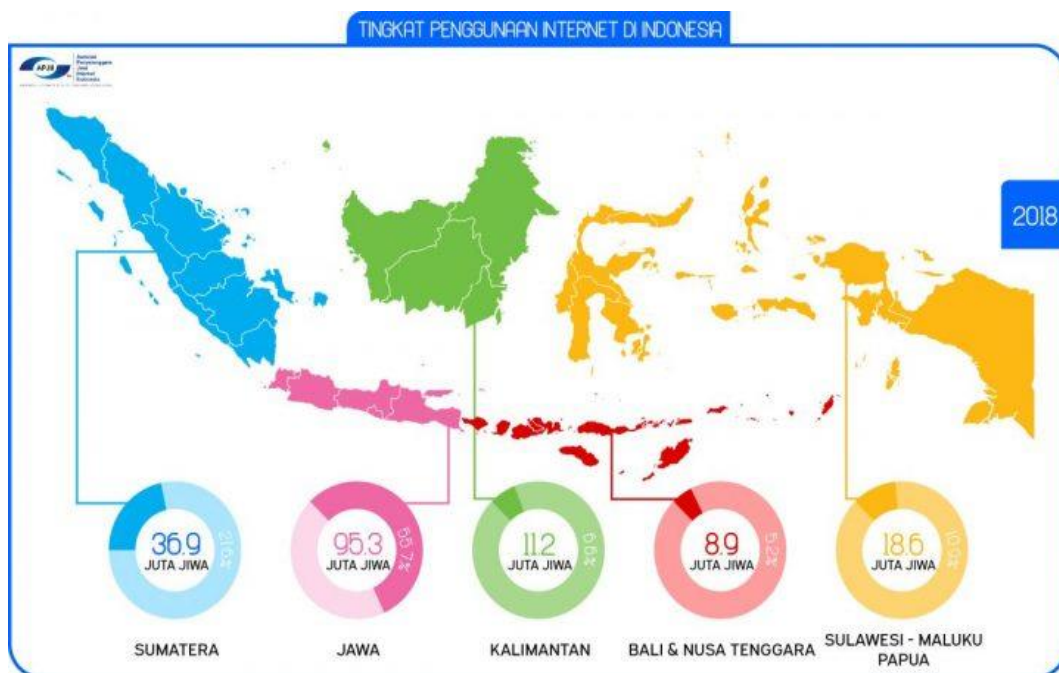
Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Pada tahun 2018, jumlah pelanggan internet sebesar 171,17 juta yang dimana pengguna internet mencapai 64,8% dari jumlah total penduduk Indonesia yang mencapai 264.16 juta. Pertumbuhan pengguna internet dari tahun 2017 ke 2018 mengalami kenaikan sebesar 21.91 juta pengguna. Hal ini didukung karena banyaknya penggunaan data Internet untuk media sosial, transaksi online, munculnya e-commerce yang berdampak pada sektor telekomunikasi.

Gambar 1.2 Tingkat Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2018



Sumber : Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Gambar diatas menunjukkan tingkat penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2018. Posisi pertama diduduki oleh Pulau Jawa sebanyak 95.3 juta jiwa pengguna internet, disusul oleh Pulau Sumatera 26.9 juta jiwa lalu Pulau Sulawesi-Maluku Papua sebanyak 18.6 juta jiwa, Pulau Kalimantan sebanyak 8.9

juta jiwa dan kedudukan terakhir Bali dan Nusa Tenggara yakni 8.9 juta jiwa pengguna internet.

Pertumbuhan ekonomi merupakan tolak ukur dalam keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara. Salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi berasal dari sektor informasi dan komunikasi.

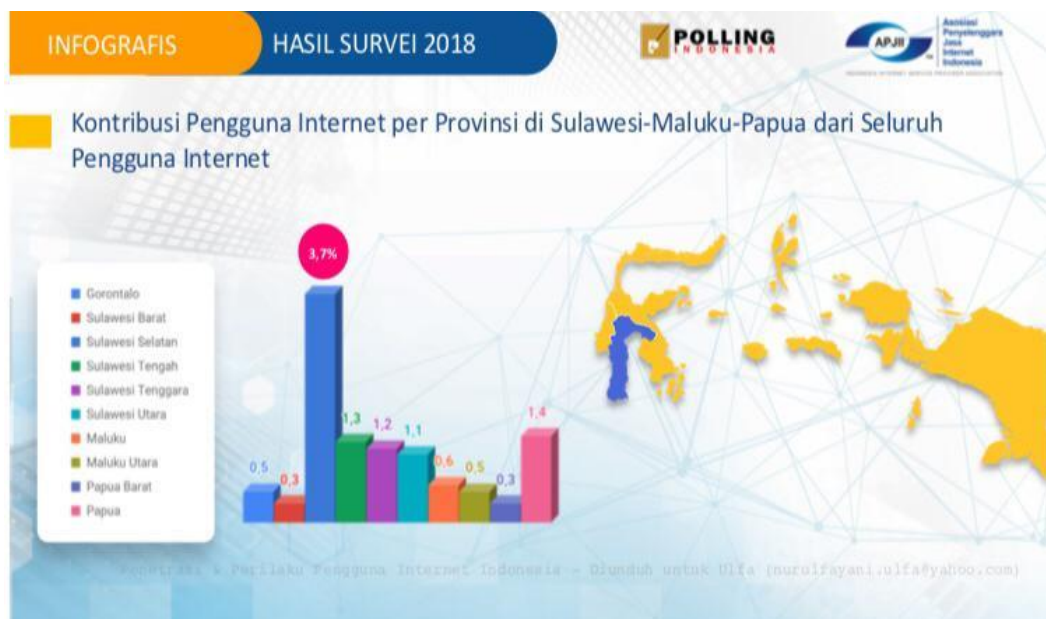
Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk atau jasa yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk atau jasa yang dijual suatu usaha membutuhkan tambahan modal untuk membeli barang atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan suatu usaha yaitu harga/tarif serta promosi. Harga/tarif merupakan salah satu faktor yang penting serta berpengaruh terhadap tingkat permintaan atas suatu produk. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk (Kotler, 1991) oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut (Basu Swastha dan Irawan, 2001). Dalam menetapkan strategi harga bisa dilakukan dengan potongan harga, premi pembayaran, kebijakan harga dan geografis. Sedangkan promosi suatu usaha meliputi promosi penjualan, pemasaran langsung,

periklanan dan penjualan personal. Program pemasaran tersebut digunakan perusahaan untuk menarik minat dan keinginan para konsumen terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam perusahaan jasa, promosi yang digunakan adalah promosi melalui internet, papan reklame, radio serta berbagai media lainnya.

Ketertarikan masyarakat Indonesia mengakses informasi melalui internet membuat pelaku usaha penyedia layanan internet di Indonesia meluncurkan provider internet yang dapat digunakan di perangkat masing-masing. Mulai dari Provider Sim Card maupun Provider Internet rumah.

Gambar 1.3 Kontribusi Pengguna Internet per Provinsi di Sulawesi-Maluku-Papua dari Seluruh Pengguna Internet Tahun 2018



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Gambar di atas merupakan kontribusi pengguna internet per Provinsi di Sulawesi-Maluku-Papua dari seluruh pengguna internet pada tahun 2018. Sulawesi Selatan berada pada peringkat pertama pengguna internet terbanyak per Provinsi di Sulawesi-Maluku-Papua yaitu sebesar 3,7% dari total pengguna internet di Indonesia.

Pada awal tahun 2020 ini dunia dikejutkan oleh munculnya wabah virus Corona (Covid-19) yang membuat kepanikan dimana-mana. Ratusan ribu manusia terinfeksi serta ribuan lainnya meninggal dunia. Sama seperti dengan Negara lain, pemerintah Indonesia telah memberikan himbauan-himbauan kepada masyarakat dalam mengatasi wabah ini agar kehidupan dapat berjalan efektif dan efisien. Akan tetapi penyebaran virus Corona membawa dampak pada perekonomian Indonesia dari berbagai sektor.

Selain membawa dampak pada beberapa sektor, pandemi ini juga berdampak pada terbatasnya pergerakan manusia. Akibatnya kita harus menerapkan social distancing dan physical distancing sehingga teknologi informasi dan komunikasi memiliki peranan yang sangat penting, sekaligus sebagai solusi untuk mengatasi pembatasan tersebut, diantaranya dalam urusan pemerintahan, pendidikan (online class), bisnis, ekonomi (work from home), kesehatan dll.

Di tengah pandemi Covid-19, Ekonomi Sulawesi Selatan Tahun 2020 mengalami kontraksi sedalam -0,70 persen dari tahun sebelumnya di karena kan perekonomian Sulawesi Selatan berdasarkan besaran Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku pada tahun 2020 Rp 504,48 triliun. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi nya dicapai oleh Lapangan

Usaha Informasi dan Komunikasi yang tumbuh 10,84 persen. Hal ini dibuktikan salah satunya pada triwulan III-2020 perekonomian Sulawesi Selatan mencapai Rp 133,02. Dimana dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi juga dicapai oleh Lapangan Usaha Informasi dan Komunikasi yang tumbuh 12,20 persen.

Salah satu penyedia jasa provider internet rumah di Kota Makassar yaitu PT. Telkom Witel Makassar dengan produk IndiHome. IndiHome merupakan produk Telkom yang resmi diluncurkan pada tahun 2015. Salah satu wilayah Regional Telkom yaitu Sulawesi Selatan yang menjadi pusat dari wilayah Regional VII kawasan Indonesia Timur yang berlokasi tepatnya di Kota Makassar yang mengalami peningkatan pelanggan yang menggunakan IndiHome sekitar 40 persen dari keseluruhan kawasan wilayah Indonesia Timur. Maka dari itu PT. Telkom terus melakukan berbagai strategi guna meningkatkan pelanggan mereka

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Analisis Determinan penerimaan Provider Internet Rumah PT. Telkom Witel Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap penerimaan provider internet rumah PT. Telkom Witel Makassar baik secara langsung maupun tidak langsung melalui jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan ?
2. Apakah dampak Covid-19 memberi dampak terhadap penerimaan provider internet rumah PT. Telkom Witel Makassar baik secara langsung maupun tidak langsung melalui jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana harga terhadap penerimaan provider internet rumah PT. Telkom Witel Makassar baik secara langsung maupun tidak langsung melalui jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan.
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak Covid-19 terhadap penerimaan provider internet rumah PT. Telkom Witel Makassar baik secara langsung maupun tidak langsung melalui jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat, antara lain:

1. Dapat memberikan masukan dan informasi bagi pihak yang berkaitan dengan usaha provider internet rumah.
2. Sebagai referensi yang diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca yang tertarik untuk meneliti hal yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Teori Penerimaan

Penerimaan adalah terjemahan dari revenue yaitu suatu konsep yang menghubungkan antara jumlah barang yang diproduksi dengan harga jual per unitnya. Konsep penerimaan tentu saja dipandang dari sisi permintaan karena tidak semua barang yang ditawarkan akan menjadi penerimaan. Selain itu, penerimaan adalah penerimaan produsen dari hasil penjualan outputnya. Terdapat tiga konsep penting tentang revenue yang perlu diperhatikan untuk analisis perilaku produsen.

1. Total Revenue (TR), yaitu total penerimaan produsen dari hasil penjualan outputnya. Pada total penerimaan ini berdasarkan kumpulan dari semua hasil-hasil penjualan yang telah dilakukan selama ini. Dengan demikian, akan terjadi kenaikan Total penerimaan pada pasar persaingan sempurna karena para pelaku ekonominya melakukan tindakan monopoli, namun hal itu bisa saja akan menurun akibat persaingan.

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan perusahaan

Q = Jumlah produk yang dihasilkan

P = Harga jual per unit

2. Amount of Revenue (AR), merupakan rata-rata penerimaan dari per kesatuan produk yang dijual atau yang dihasilkan, yang diperoleh dengan jalan membagi hasil total penerimaan dengan jumlah satuan barang yang dijual.

$$AR = \frac{TR}{Q} = \text{Patau } AR = P$$

Keterangan :

AR = Penerimaan rata-rata

TR = Total penerimaan perusahaan

Q = Jumlah produk yang dihasilkan

P = Harga jual per unit

3. Marginal Revenue (MR), yaitu tambahan penerimaan yang diperoleh dari tambahan penjualan satu unit output. Dalam pasar persaingan sempurna MR ini adalah konstan dan sama dengan harga (P), dan berimpit dengan kurva AR atau kurva permintaan, bentuk kurvanya horizontal. Dalam pasar persaingan tidak sempurna MR, menurun dari kiri atas kekanan bawah dan nilainya dapat berupa positif, sama dengan nol, dan negatif.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \text{ atau } MR = TR'$$

Keterangan :

MR = Penerimaan Marjinal

TR = Total penerimaan perusahaan

Q = Jumlah produk yang dihasilkan

Total penerimaan akan naik apabila: a) jumlah barang yang terjual naik, harga tidak berubah b) jumlah barang yang terjual tetap, tetapi harga naik dan c)

baik jumlah barang yang terjual maupun harga kedua-duanya naik. Oleh karena sifat penerimaan berhubungan dengan unit barang yang dijual maka bila perusahaan tidak menghasilkan dan menjual barang maka tentu saja perusahaan nol. Akan tetapi terkadang ada juga kasus di mana penerimaan yang justru akan makin menurun seiring bertambahnya jumlah penjualan, hal ini tentu saja dikarenakan faktor permintaan atas barang dan juga karena faktor keberhasilan promosi. Dalam istilah matematis penerimaan yang semakin lama semakin menurun nilainya seiring dengan bertambahnya penjualan adalah penerimaan fungsi kuadrat, dimana penerimaan ini memiliki nilai ekstrim.

Secara teoritis penerimaan perusahaan bergantung pada kondisi pasar yang dihadapinya. Bila yang dihadapinya adalah pasar persaingan sempurna maka besarnya penerimaan sangat bergantung pada jumlah barang yang dijual saja (*elastis sempurna*) atau karena tingkat harga saja (*inelastis sempurna*). Sedangkan pada kondisi monopoli maka penerimaan bergantung pada tingkat harga dan jumlah yang terjual.

Tingkat penerimaan perusahaan bergantung pada derajat elastisitas permintaan produk yang dijual. Bila derajat elastisitas bersifat inelastis sempurna maka untuk meningkatkan penerimaan, perusahaan akan berusaha terus menaikkan harga jual produknya. Sebaliknya bila derajat elastisitas bersifat elastis sempurna, maka untuk meningkatkan penerimaan haruslah memperbanyak penjualan. Bila permintaan produknya bersifat inelastis maka untuk meningkatkan penjualan perusahaan sebaiknya menaikkan harga jual, sebaliknya bila permintaan bersifat elastis maka sebaiknya perusahaan menurunkan harga jual untuk meningkatkan penjualan.

2.1.2 Teori Permintaan

Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan. (Sugiarto, 2005)

Seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhannya, pertama kali yang akan dilakukan adalah pemilihan atas berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Selain itu juga dilihat apakah harganya sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Jika harganya tidak sesuai, maka ia akan memilih barang dan jasa yang sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Sifat hubungan antara suatu barang dengan harganya dalam hukum permintaan bersifat kebalikan atau negatif, artinya jika suatu barang naik, permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang, dan sebaliknya jika harga suatu barang turun, permintaan barang tersebut akan meningkat (Mankiw, 2012). Berkenan dengan harga, hubungan antara harga dan jumlah barang yang dikonsumsi adalah negatif. Semakin tinggi harga, maka akan semakin rendah jumlah barang yang diminta begitupun sebaliknya.

Menurut Karl E. Case and Ray C. Fair (1999) Ada beberapa faktor penentu yang mempengaruhi fungsi permintaan konsumen terhadap barang tertentu, yaitu: 1). Harga barang itu sendiri. Sesuai dengan hukum permintaan, bahwa perubahan harga suatu barang akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta. Hal ini dapat diilustrasikan yaitu apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan naik. 2). Pendapatan konsumen. Faktor ini

merupakan faktor penentu yang paling penting dalam permintaan suatu barang, pada umumnya semakin besar pendapatan semakin besar pula permintaan. 3). Selera atau pola preferensi konsumen pada umumnya dari waktu ke waktu mengalami perubahan. Naiknya intensitas keinginan seseorang terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. 4).Hargabarang-barang lain yang ada kaitannya. Barang-barang konsumsi pada umum nya mempunyai kaitan penggunaan antara yang satu dengan yang lain. Kaitan penggunaan antara kedua barang konsumsi pada dasarnya dibedakan menjadi dua, yaitu saling mengganti (substituted relation) dan saling melengkapi (complementarity relation). Dua barang dikatakan mempunyai hubungan yang saling mengganti apabila naiknya salah satu harga barang mengakibatkan naiknya permintaan terhadap barang yang lain.

Menurut Rasyaf (2000), semakin meningkatnya pendapatan masyarakat menyebabkan permintaan akan produk-produk yang bermutu tinggi akan semakin meningkat. Seiring dengan meningkatnya penghasilan masyarakat menyebabkan peningkatan pembelian terhadap suatu barang atau produk yang lebih baik.

Hubungan antara harga satuan komoditas (barang dan jasa) yang mau dibayar pembeli dengan jumlah komoditas tersebut dapat disusun dalam suatu tabel yaitu daftar permintaan.Data yang diperoleh dari daftar permintaan tersebut dapat digunakan pula untuk menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu komoditas dengan jumlah komoditas tersebut yang diminta dalam suatu kurva permintaan perlu dibedakan antara permintaan dan jumlah barang yang diminta (Sugiarto, 2005).

Melalui kurva permintaan dapat menggambarkan hubungan antara harga dan suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli (Sadono Sukirno, 2002). Permintaan yang dimaksud disini bukan jumlah barang yang diminta akan tetapi permintaan yang menggambarkan keadaan keseluruhan dari hubungan antara harga dan jumlah permintaan, sedangkan jumlah barang yang diminta dimaksudkan sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu.

Dalam menaksir kurva permintaan, masalah penting yang dihadapi dalam setiap penelitian empiris adalah bagaimana melaksanakan asumsi ceteris paribus, dimana dalam meneliti hubungan antara harga barang dan jumlah yang diminta maka teori mengharuskan agar kita menganggap pendapatan, harga-harga barang lain dan faktor yang lainnya tetap. Jika semua faktor ini tidak dianggap tetap maka kombinasi-kombinasi harga dan jumlah yang diminta akan terletak pada banyak kurva permintaan yang berbeda. (Nicholson, 1978).

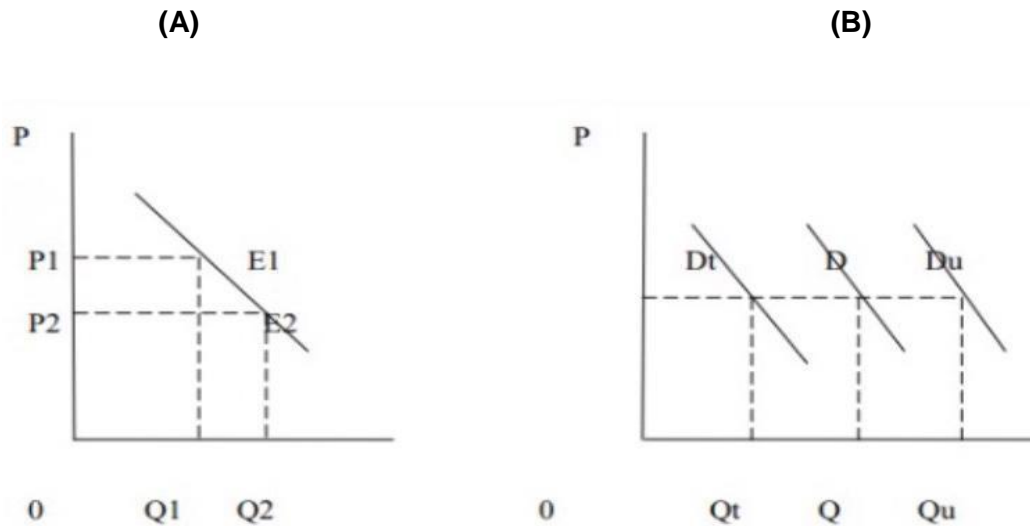
2.1.3 Pergeseran Kurva Permintaan

Kurva permintaan digambarkan dengan anggapan ceteris paribus, jika faktor-faktor lain berubah, maka kurva permintaan juga akan mengalami perubahan/pergeseran. Kurva permintaan dapat berubah karena adanya pergeseran titik pada kurva permintaan yang disebabkan oleh perubahan harga barang itu sendiri dan ini mengakibatkan perubahan jumlah barang yang diminta (change in quantity demanded). Gerakan kurva permintaan yang dimaksudkan disini adalah :1). Gerakan di dalam kurva permintaan karena perubahan jumlah yang diminta dan 2). Gerakan di dalam kurva permintaan karena perubahan permintaan karenavariabel lain selain harga.Pada kurva A menyebabkan

terjadinya perubahan jumlah yang diminta sedangkan pada kurva B menyebabkan terjadinya perubahan permintaan.

Gambar 2.1

Pergeseran Kurva Permintaan



Kurva A menunjukkan adanya perubahan jumlah yang diminta dari Q_1 ke Q_2 , yang disebabkan karena adanya penurunan harga barang yang bersangkutan dari P_1 ke P_2 . Hal ini yang menyebabkan terjadinya pergerakan di kurva permintaan tersebut, dari titik E_1 ke E_2 . Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan jumlah yang diminta adalah pencerminan adanya perubahan harga barang itu sendiri.

Kurva B menunjukkan adanya pergeseran permintaan pada kurva permintaan, dimana terdapat pergeseran ke kanan yang berarti meningkat (dari D ke D_u), dan pergeseran ke kiri berarti menurun (dari D ke D_t).

Pergeseran seluruh kurva permintaan seperti inilah yang disebut dengan perubahan permintaan. Ada banyak faktor yang menyebabkan pergeseran kurva permintaan tersebut. Diantaranya adalah : 1). Tingkat pendapatan masyarakat

(income). 2). Selera masyarakat terhadap barang tersebut (taste). 3). Harga barang lain, khususnya barang-barang pelengkap dari barang-barang pengganti. Walaupun sebenarnya bukan tiga hal itu saja yang menyebabkan perubahan permintaan, tetapi ketiga hal itulah yang paling mempengaruhi secara umum. Hal-hal lain selain ketiga penyebab perubahan permintaan itu misalnya distribusi pendapatan masyarakat, jumlah penduduk, pandangan ke depan dan sebagainya (Suherman,1998).

2.1.4 Faktor Penentu yang Bukan Harga (Non-Price Determinants)

Harga bukan satu-satunya variabel ekonomi yang mempengaruhi permintaan. Permintaan juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor non-harga lainnya, yang sering disebut faktor penentu yang mendasari. Diantaranya sebagai berikut :

- 1). Kebutuhan Konsumen. Jika suatu barang atau jasa adalah suatu kebutuhan, dengan asumsi konsumen memiliki pendapatan yang cukup, maka konsumen akan memenuhi kebutuhannya. Semakin besar kebutuhan suatu produk, semakin besar pula permintaannya.
- 2). Loyalitas Merek. Konsumen dapat menjadi loyal pada merek tertentu dan merek akan memberi kepercayaan konsumen dan mengambil sebagian risiko dari pembelian.
- 3). Faktor Alam. Dampak cuaca baik atau buruk dan faktor alam lainnya dapat berdampak besar pada permintaan suatu barang atau jasa.
- 4). Branding. Penjual dapat menggunakan iklan, diferensiasi produk, kualitas produk, layanan pelanggan, dan sebagainya untuk

menciptakan citra merek yang kuat sehingga pembeli memiliki preferensi yang kuat untuk barang mereka.

2.1.5 Dampak COVID-19

Menurut World Health Organization (WHO), COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Coronavirus adalah suatu kelompok virus yang menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis coronavirus diketahui menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga yang lebih serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Virus baru dan penyakit awal mulanya di Wuhan, Tiongkok dan dimulai pada bulan Desember 2019. Covid-19 ini sekarang menjadi sebuah pandemi yang terjadi di banyak negara seluruh dunia.

Penyebarannya melalui kontak langsung fisik manusia ditularkan melalui mulut, hidung dan mata. Upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19 dilakukan pemerintah dan lembaga keagamaan dengan menerbitkan beberapa peraturan untuk dipatuhi oleh masyarakat.

Memasuki bulan September WHO melaporkan secara global ada 28.584.158 kasus Covid-19 yang dikonfirmasi termasuk 916.955 kematian. Untuk wilayah Indonesia Satgas Penanganan Covid-19 Indonesia melaporkan hingga awal September total kasus positif Covid-19 sebesar 218.382. Sedangkan untuk kota Makassar total kasus yang dikonfirmasi pada Sulsel Tanggap Covid-19 sebesar 7.107 kasus.

Dampak wabah Covid-19 terlihat hampir di seluruh sektor kehidupan masyarakat. Aktivitas sosial dilarang dan ditunda sementara waktu,

melemahnya ekonomi, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur dengan ketat, pariwisata ditutup, pusat perbelanjaan sepi pengunjung dan ditutup sektor informal seperti; ojek online, sopir angkot, pedagang kaki lima, Pedagang keliling, UMKM dan kuli kasar penurunan pendapatan. Pusat–pusat perdagangan, seperti mal, pasar tanah abang yang biasanya ramai dikunjungi oleh masyarakat mendadak sepi dan saat ini ditutup sementara. Sektor pariwisata mengalami penurunan, pemerintah menutup tempat wisata, tempat hiburan. Bekerja dan belajar pun dilakukan di rumah secara online.

Pemerintah Pusat melalui Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 membuat empat strategi yang akan secara konsisten dilakukan: 1). Kebijakan *physical distancing* sebagai strategi dasar demi mengatasi pandemi Virus Corona COVID-19. 2). Penelusuran kontak (*tracing*) dari kasus positif yang dirawat dengan menggunakan *rapid test* atau tes cepat. Di antaranya adalah pada orang terdekat, tenaga kesehatan yang merawat pasien COVID-19, serta pada masyarakat di daerah yang ditemukan kasus banyak. 3). Edukasi dan penyiapan isolasi secara mandiri pada sebagian hasil *tracing* yang menunjukkan hasil tes positif dari *rapid tes* atau negatif dengan gejala untuk melakukan isolasi mandiri 4). Isolasi Rumah Sakit, yang dilakukan kala isolasi mandiri tidak mungkin dilakukan, seperti karena ada tanda klinis yang butuh layanan definitif di Rumah Sakit.

2.2 Hubungan Antar Variabel

Pada sub-bahasan ini akan membahas hubungan antara harga, dampak Covid-19, jumlah pelanggan, jumlah penggunaan terhadap penerimaan provider internet rumah.

2.2.1 Hubungan Harga dengan Jumlah Pelanggan

Harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Fungsi harga membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa.

Dapat disimpulkan bahwa harga akan mempengaruhi jumlah pelanggan dari setiap provider internet rumah. Apabila harga naik/turun maka jumlah pelanggannya pun akan berpengaruh terhadap provider tersebut.

2.2.2 Hubungan Harga dengan Jumlah Penggunaan

Harga internet rumah juga akan mempengaruhi jumlah penggunaan internet masyarakat, karena apabila harga internet rumah turun maka jumlah penggunaan internet rumah akan naik. Karena besarnya rasa seseorang ingin melakukan komunikasi dan mendapat informasi secara terus-menerus. Begitupun sebaliknya. Jumlah penggunaan internet dihitung melalui megabyte/second. Apabila megabyte/second internet semakin tinggi maka kecepatan mengakses internet juga semakin cepat. Para penyedia provider menetapkan harga layanan internet sesuai dengan kecepatan jaringan dalam mengakses internet.

2.2.3 Hubungan Harga dengan Penerimaan Provider Internet Rumah

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen hadapi oleh konsumen. Harga merupakan faktor yang sangat penting dalam

menentukan corak pendapatan. Menurut *Sukirno (2000)* pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut.

Oleh karena itu dari sisi pelaku usaha provider internet, ada hubungan (asosiasi) antara tingginya pendapatan mereka dengan besarnya permintaan yang ditentukan oleh harga yang diterapkan provider internet rumah. Jika pendapatan meningkat maka garis pendapatan akan bergeser ke kanan. Sedangkan dari sisi konsumen, jika pendapatan tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga internetrumah akan menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit. Dengan perkataan lain, kemampuan pendapatan yang diterima konsumen untuk membeli barang-barang menjadi bertambah kecil dari sebelumnya.

2.2.4 Hubungan Dampak Covid-19 dengan Jumlah Pelanggan

Dampak Covid-19 membuat masyarakat sangat bergantung dengan layanan internet. Dimana semua kegiatan komunikasi, hiburan, ekonomi, pendidikan yang awalnya dilakukan secara tatap muka sekarang dilakukan dengan secara virtual melalui media sosial yang dihubungkan dengan internet. Hal ini memicu terjadinya peningkatan jumlah pelanggan internet karena banyaknya kegiatan yang dilakukan secara virtual dan himbauan physical distancing.

2.2.5 Hubungan Dampak Covid-19 dengan Jumlah Pelanggan

Data yang diterima Kementrian Informasi dan Komunikasi Indonesia selama pandemi menunjukkan adanya peningkatan jumlah penggunaan akses internet dan pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang aktivitas harian

masyarakat seperti work from home, online school dan kegiatan virtual lainnya dan diperkirakan pemanfaatan internet akan terus meningkat seiring memasuki tatanan new normal Covid-19.

2.2.6 Hubungan Dampak Covid-19 dengan Penerimaan Provider Internet

Rumah

Selama pandemi berlangsung, komunikasi yang dipakai ialah komunikasi menggunakan percakapan media social maupun konferensi video sehingga melonjaknya permintaan layanan internet rumah dan akan mempengaruhi penerimaan provider internet rumah. Salah satu faktor untuk menarik perhatian konsumen ialah menggunakan promosi baik di media cetak, media tv dan media suara dengan memberikan potongan harga sesuai dengan kecepatan jaringan dan fitur lainnya.

2.2.7 Hubungan Jumlah Pelanggan dengan Penerimaan Provider Internet

Rumah

Jumlah pelanggan suatu provider akan mempengaruhi penerimaan provider internet rumah. Apabila suatu provider memiliki jumlah pelanggan yang banyak/kurang maka akan berpengaruh pada penerimaan mereka. Dimana jumlah pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor seperti tarif, kecepatan jaringan internet, dan fitur-fitur lainnya. Konsumen bebas memilih provider sesuai dengan tingkat daya beli mereka dengan mempertimbangkan fitur-fitur yang ditawarkan provider.

2.2.8 Hubungan Jumlah Penggunaan dengan Penerimaan Provider Internet Rumah

Penerimaan provider internet rumah juga dipengaruhi oleh banyaknya jumlah penggunaan internet seseorang. Apabila seseorang menggunakan internet yang banyak maka penggunaan rata-rata internet nya (MBps) juga tinggi. Hal ini disebabkan MBps timbul karena adanya kecepatan jaringan dalam mengakses internet. Tak bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat menyukai apabila mengakses internet dengan kecepatan jaringan yang cepat, sehingga jumlah penggunaan juga akan berdampak pada pembelian jasa internet rumah yang akan menunjang penerimaan provider internet rumah.

2.3 Tinjauan Empiris

Rosita Komara Dewi (2014) dengan judul penelitian “Pengaruh Pendapatan dan Harga Paket terhadap Permintaan Internet” Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh faktor pendapatan dan harga paket terhadap permintaan internet. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis. Sampel sebanyak 231 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survey eksplanatori dengan menggunakan angket sebagai alat pengumpul data dan teknik menggunakan regresi linier berganda, dalam analisis data menggunakan bantuan program SPSS 20.0 for Windows. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,801 atau 80,10%, artinya besarnya sumbangan (kontribusi) variabel bebas pendapatan (X_1), dan harga paket (X_2) terhadap variabel dependen permintaan internet (Y) sebesar 80,10%, dan sisanya sebesar 19,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Berdasarkan penelitian diatas, secara simultan maupun secara parsial

variabel pendapatan dan harga paket berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan internet.

Eka Rahmawan (2010) Penelitian ini berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Internet Speedy di Surakarta" dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan pelanggan, jumlah anggota keluarga dan tarif Internet Speedy terhadap permintaan Internet Speedy di Surakarta. Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh kuesioner yang diajukan kepada responden yaitu pelanggan Internet Speedy di wilayah Surakarta. Selain itu juga terdapat data sekunder. Untuk kepentingan pengolahan data digunakan software SPSS 12.0. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel jumlah anggota keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan Internet Speedy. Tarif Internet Speedy berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Internet Speedy. Sedangkan variabel pendapatan pelanggan berpengaruh positif terhadap permintaan Internet Speedy namun tidak signifikan pada tingkat 5%. Tidak signifikannya pendapatan pelanggan dapat disebabkan karena alternatif pilihan akses Internet yang semakin beragam yang ditawarkan berbagai operator telepon.

M.R. Narayana (2005). Penelitian ini berjudul "Permintaan Pelanggan untuk Layanan Telekomunikasi Karnataka dan Goa" tujuan penelitian ini untuk mengetahui deskripsi dan analisis sifat dan faktor penentu akses dan permintaan penggunaan untuk layanan telekomunikasi di Karnataka dan Goa. Layanan telekomunikasi meliputi layanan dasar dan nilai tambah pada telepon tetap dan seluler. Penentu permintaan rumah tangga dan probabilitas untuk berlangganan rumah tangga ke telekomunikasi layanan diperkirakan (dengan model logit binomial) berkenaan dengan sosial, ekonomi, dan karakteristik latar belakang

demografis. Permintaan agregat diperkirakan (berdasarkan data panel model) dengan menggunakan data distrik telekomunikasi/pendapatan pada variabel pendapatan dan non-pendapatan. Data rumah tangga dikumpulkan di Negara Bagian Karnataka atau Goa. Implikasi dari bukti-bukti ini disorot dalam hal meningkatkan permintaan untuk layanan telekomunikasi, memengaruhi pertumbuhan ekonomi (terutama di daerah pedesaan) melalui pengembangan telekomunikasi, menghubungkan dampak permintaan untuk layanan dasar pada layanan bernilai tambah, dan menggambar untuk kebijakan kompetitif yang efektif untuk penyediaan layanan telekomunikasi publik di daerah pedesaan dan perkotaan. Hasil keseluruhan, temuan, dan kesimpulan adalah kontribusi untuk desain nasional dan permintaan yang berorientasi kebijakan telekomunikasi regional di Karnataka dan Goa.

Chit 'Jna Amary K, Kusnendi, Navik Istikomah (2018). Penelitian ini berjudul "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Dalam Menggunakan Paket Mobile Internet (Survey Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan 2014)" Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan paket mobile internet. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan 2014 yang menggunakan mobile internet. Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah survey eksplanatori. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 4494 orang dengan 367 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan program Eviews 7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan gaya hidup sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan. Hasil tersebut memiliki arti bahwa semakin meningkatnya harga dan semakin

meningkatnya gaya hidup konsumen, maka permintaan konsumen terhadap paket mobile internet pun akan meningkat.

Dra. Roslinda Sagala, M.Si (2016). Penelitian Ini Berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pengguna Hotspot (WIFI) (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara)”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh cakupan sinyal hotspot(wifi), kemudahan akses hotspot (wifi), kecepatan akses hotspot (wifi), dan kenyamanan akses hotspot(wifi) dan secara parsial berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Jumlah sampel sebanyak 45 responden, metode pengumpulan data melalui kuisisioner dan dokumentasi, metode analisis data dengan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Jangkauan sinyal hotspot (wifi). Variabel tersebut memiliki pengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan pengguna hotspot (wifi) di Fakultas Ekonomi St. Thomas Universitas Katolik Sumatera Utara. Kemudahan akses hotspot (wifi) terbukti berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan pengguna hotspot (wifi) di Fakultas Ekonomi St. Thomas Universitas Katolik Sumatera Utara. Mahasiswa cukup puas dengan kecepatan akses hotspot(Wifi). Variabel tersebut terbukti berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan pengguna hotspot (wifi). di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik St. Thomas Sumatera Utara. Mempengaruhikenyamanan akses hotspot (wifi) pada tingkat kepuasan pengguna hotspot (wifi).

Kadek Arie Fiantara, Candra Fajri Ananda (2020). Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Provider Internet IndiHome Wilayah Denpasar” Dalam penelitian ini menggunakan model path analysis, data primer diolah dan serta metode survei sebagai alat pengambilan

sampel. Sample penelitian ini menggunakan rumah tangga pengguna IndiHome. Tujuan penggunaan analisis jalur dalam penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh lain di luar dependen serta independen yakni harapan masyarakat sebagai variabel antara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga IndiHome, harga barang substitusi secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap harapan masyarakat. Kemudian pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga IndiHome berpengaruh signifikan terhadap permintaan IndiHome di wilayah Denpasar, sedangkan harga barang substitusi tidak berpengaruh signifikan terhadap IndiHome. Harapan masyarakat sebagai variabel intervening dapat menjadi jembatan harapan masyarakat terhadap kepuasan layanan internet yang telah disediakan IndiHome.

2.4 Kerangka Konseptual

Sesuai dengan teori permintaan seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhannya melihat apakah harga sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Jika harganya tidak sesuai, maka ia akan memilih barang dan jasa yang sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

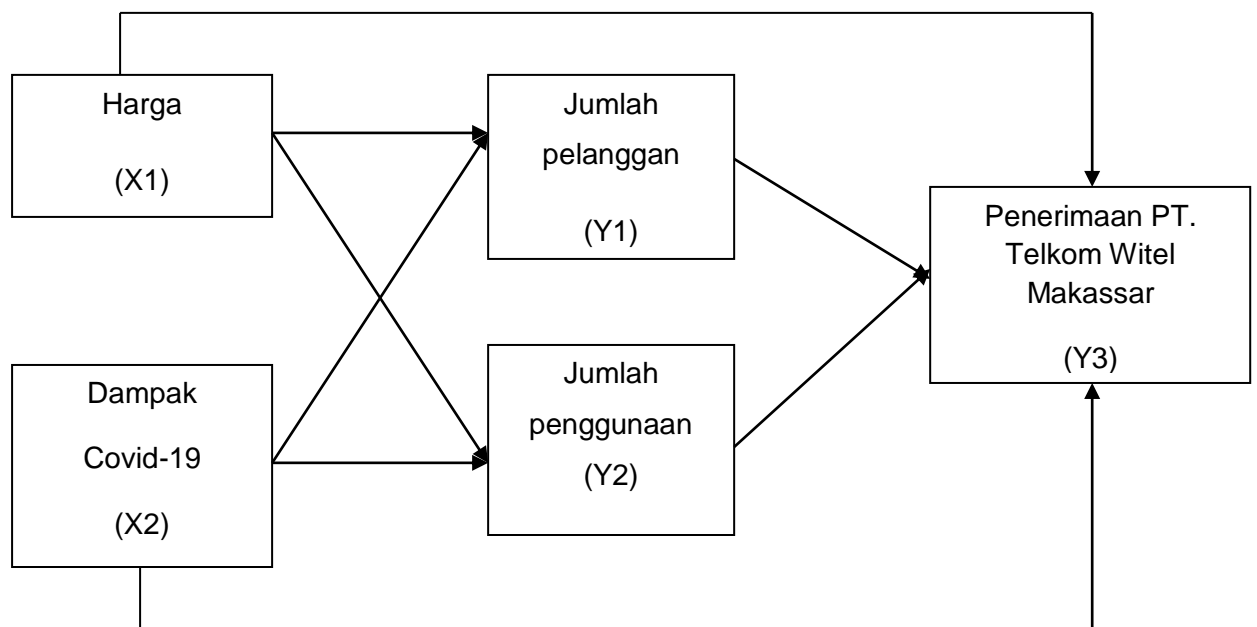
Penerimaan atau Revenue adalah semua penerimaan produsen dari hasil penjualan barang atau outputnya. Penerimaan dari hasil penjualan barang/jasa sangat melekat dengan harga, dengan kata lain harga termasuk salah satu faktor yang akan mempengaruhi pendapatan provider internet nantinya.

Sejak pandemi berlangsung semua kegiatan dilakukan di rumah dengan kata lain untuk menunjang kegiatan sehari-hari berlangsung maka dilakukan secara virtual/online. Peningkatan jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan

layanan internet semakin meningkat mengingat tidak adanya kegiatan tatap muka yang berlangsung.

Berdasarkan dengan landasan teori diatas maka penelitian ini mencoba menganalisis faktor yang dianggap dapat mempengaruhi penerimaan provider internet rumah PT. Telkom Witel Makassar yaitu harga dan dampak Covid-19 sebagai variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel independen antara lain jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan.

Gambar 2.2 Kerangka Pikir



2.5 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori dan penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini yaitu :

1. Di duga harga berpengaruh positif terhadap penerimaan PT. Telkom Witel Makassar rumah baik secara langsung maupun tidak langsung melalui jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan.
2. Di duga dampak Covid-19 memberi dampak terhadap penerimaan PT. Telkom Witel Makassarbaik secara langsung maupun tidak langsung melalui jumlah pelanggan dan jumlah penggunaan.