

**ANALISA FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN
TELEPON PERSONAL LINE**

(STUDY KASUS PT TELKOM KANDATEL MEDAN DIVRE I SUMATERA)

TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Melengkapai Tugas-tugas
Dan Syarat-syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Teknik**

Oleh :
BASUKI
NIM : 02 815 0049



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2005**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/1/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/1/24

ANALISA FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN TELEPON PERSONAL LINE

(STUDY KASUS PT TELKOM KANDATEL MEDAN
DIVISI REGIONAL I SUMATERA)

TUGAS AKHIR

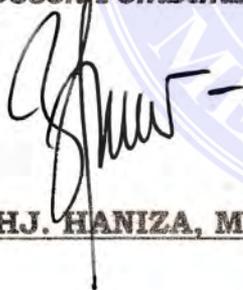


Oleh :
BASUKI
NIM : 02 815 0049

Disetujui :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Ir. HJ. HANIZA, MT


Ir. KAMIL MUSTAFA, MT

Mengetahui :

Dekan

Ketua jurusan


Drs. DADAN RAMDAN, MEng, MSc


Ir. KAMIL MUSTAFA, MT

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Tanggal Lulus : 28 JUN 2009

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/1/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/1/24

RINGKASAN

Basuki, " ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN JASA TELEPON PERSONAL LINE DI AREA LAYANAN KANTOR DAERAH TELEPON MEDAN", di bawah bimbingan Ir. Hj. Haniza, MT sebagai pembimbing I dan Ir. Kamil Mustafa, MT sebagai pembimbing II.

Kebutuhan komunikasi tidak dapat dielakan dari kebutuhan pokok lainnya sekalipun kebutuhan pokok rumah tangga diluar komunikasi semakin melangit, hal ini yang menjadikan ketertarikan untuk menentukan judul diatas dengan menguji data-data lapangan yang diperoleh dengan sampling.

Tujuan penelitian ini adalah menguji kebenaran teori-teori yang telah diperoleh dalam perkuliahan dikelas sekaligus membantu meyakinkan manajemen PT. TELKOM Kantor Daerah telepon Medan Divisi regional I Sumatera bahwa segmen Personal Line pelanggan PT. TELKOM masih memberikan kontribusi benefit terhadap perusahaan disamping segmen Corporasi.

PT. TELKOM di Kantor Daerah Telepon Medan memberikan produk service ke pelanggan berupa Layanan Telepon baik Mobile maupun tetap, View berupa televisi kabel, layanan Internet dan Jasa Service lainnya seperti pusat penelitian dan pengembangan telekomunikasi dan lain-lain.

Dalam tulisan ini penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan konsomen berpengaruh nyata terhadap penggunaan pulsa telepon Personal Line di Kota Medan.
2. Apakah jumlah tanggungan keluarga mempengaruhi penggunaan pulsa telepon Personal Line.
3. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan

Dari hasil analisa data yang diperoleh penulis maka hasil akhirnya adalah :

bahwa variabel tingkat pendapatan berhubungan positif dan nyata berpengaruh terhadap permintaan pulsa telepon, variabel jumlah tanggungan keluarga berhubungan positif dan nyata berpengaruh terhadap permintaan pulsa telepon. Apabila keduanya digabungkan secara bersama-sama kedua variabel tersebut sangat nyata pengaruhnya terhadap pulsa telepon Personal Line di Kota Medan.

Dengan selesainya penelitian ini maka hasilnya dapat sebagai referensi agar dalam merencanakan pengembangan di segmen Personal Line tidak menimbulkan ketidak efisien dalam infestasi bahkan sebaliknya dapat meningkatkan profit dari segmen Personal Line ini.



ABSTRACTION

Basuki "ANALYSIS FACTORS INFLUENCING USAGE OF SERVICE PHONE PERSONAL LINE IN AREA SERVICE OFFICE AREA PHONE MEDAN" as counsellor of I Ir. Hj. Haniza, MT and of Ir. Kamil Mustafa, MT as counsellor II.

Requirement of avoidance communications cannot from requirement of other fundamental even if requirement of household fundamental out side communications progressively sky, this matter which become interest to determine title above with testing data obtained field with sampling.

Target of this research to test the truth of theory which have been obtained in lecturing of class at the same time assist to assure PT. Managemen. TELKOM Office Area phone Medan Division of Regional I Sumatera that Personal Line segman customer of PT. TELKOM still give contribution of benefit to company beside Corporation segmen.

PT. TELKOM in Office Area Phone Medan give product of service to customer in the form of good Service Telephone of Mobile and also remain to, View in the form cable television, service of internet service and of service other like telecommunications centre of research and development and is others.

In this article of writer identify the following problem :

1. Do earnings of consumer have an effect on reality to usage of pulsa phone Personal Line in Town Medan.
2. Do amount of family responsibility influence usage of pulsa phone Personal Line.
3. Is factor influencing usage of service phone Personal Lin Town Medan.

From result of obtained by data analysis is writer hence its and result :

That variable mount earning correlate real and positive have an effect on to request of telephone pulsa, variable of is a mount of family responsibility correlate real and positive have an effect on to request of telephone pulsa. If both joined by together both the variable very real its influence to pulsa phone Personal Line in Twon Medan.

Finished it him this research hence its result earn as reference in expectation of planning development in segment of Personal Line do not generate effisien in infestasi that on the contrary can improve profit of segment of Personal this Line.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim

Puji sukur penulis panjatkan kehadirat Allah yang selalu memberikan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini, sebagai salah satu persyaratan untuk menempuh ujian sarjana. Tugas sarjana ini disusun berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis dengan judul "FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN JASA TELEPON PERSONIL LINE DI AREA LAYANAN KANTOR DAERAH TELEPON MEDAN".

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah penulis terima, kiranya sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas sarjana ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus ikhlas penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs Dadan Ramdan, M.Eng, MSc selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
2. Ibu Ir. Hj. Haniza, MT selaku Pembantu Dekan I Fakultas Teknik Universitas Medan Area. yang sekaligus sebagai pembimbing 1.
3. Bapak Ir. Kamil Mustafa, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area yang sekaligus sebagai Pembimbing 2.
4. Bapak / Ibu Staff Pengajar Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area yang telah memdidik dan membina penulis selama ini.
5. Pimpinan dan seluruh staff PT. TELKOM Kantor Daerah Telekomunikasi Medan yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di Kantor ini.
6. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas sarjana ini tidak terlepas dari kekurangan- kekurangan, oleh karena itu penulis mohon maaf atas kekurangan yang ada. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan dimasa mendatang dan kiranya tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 24 Juni 2005

Penulis

BASUKI



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1. Latar Belakang	I-1
I.2. Identifikasi Masalah	I-3
I.3. Batasan dan Perumusan Masalah	I-4
I.3.1. Batasan Masalah	I-4
I.3.2. Rumusan masalah	I-4
I.4 Tujuan dan Manfaat	I-4
I.4.1. Tujuan	I-4
I.4.2. Manfaat	I-5
BAB.II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	II-1
II.1. Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Indonesia.	II-1
II.2. Lokasi Perusahaan	II-7
II.3. Struktur Organisasi	II-8
II.4. Jumlah Karyawan, Jam Kerja dan Pengupahan ..	II-12

II.5. Produk Keluaran	II-13
BAB III LANDASAN TEORI	III-1
III.1 Uraian Teoritis	III-1
III.1.1. Pengaruh Permintaan	III-1
III.1.2. Elastisitas Permintaan	III-3
III.1.3. Teori Penawaran	III-5
III.1.4. Keseimbangan Pasar	III-7
III.1.5. Surplus Konsumen	III.8
III.1.6. Tarif Jasa Pelayanan	III.10
III.2 Kerangka Konseptual	III.15
III.3 Hipoteses	III.16
BAB IV METODE PENELITIAN.....	IV-1
IV.1 Tempat dan Waktu Penelitian	IV-1
IV.2 Data Sumber	IV-1
IV.3 Teknik Pengumpulan Data	IV-1
IV.4 Teknik Analisa Data	IV-2
IV.5. Diskripsi Daerah Penelitian.....	IV-3
IV.5.1. Keadaan Geografis Kota Medan	IV-3
IV.5.2. Keadaan Demografis Kota Medan	IV-4
IV.5.3. Diskripsi Kecamatan medan Barat	IV-4
IV.5.4. Diskripsi Kecamatan Medan Helvetia.....	IV-4
 BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	 V-1
V.1 Pengumpulan Data.....	V-1

V.2. Pengolahan Data.....	V-17
---------------------------	------

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
II-1 Grafik permintaan terhadap sesuatu barang	II-2
II-2 Grafik penawaran terhadap sesuatu barang	II-6
II-3 Grafik keseimbangan pasar	II-7
II-4 Surplus konsumen dalam grafik	II-10
II-5 Satuan sambungan telepon di Kota Medan	II-16
IV-1 Pengujian koefisien parameter β_1 dengan menggunakan kurva normal	IV-41
VI-2 Pengujian koefisien parameter β_2 dengan menggunakan kurva normal	IV-43
IV-3 Uji F terhadap jumlah permintaan pulsa telepon personal line di Kota Medan	IV-44
IV-4 Pengujian koefisien parameter β_1 dengan menggunakan Kurva Normal	IV-50
IV-5 Pengujian koefisien parameter β_2 dengan menggunakan Kurva Normal	IV-51
IV-6 Uji F terhadap jumlah permintaan pulsa telepon rumah tangga di Kecamatan Medan Barat	IV-53
IV-7 Pengujian koefisien parameter β_1 dengan menggunakan Kurva Normal	IV-59
IV-8 Pengujian koefisien parameter β_2 dengan menggunakan Kurva Normal	IV-60
IV-9 Uji F terhadap jumlah permintaan pulsa telepon personel line ...	IV-61

BAB VI ANALISA DAN EVALUASI	VI-1
VI.1. Analisa	VI-1
VI.1.1 Analisis pengaruh penggunaan pulsa Telepon personal line di Kota Medan ...	VI-1
VI.1.2 Analisis pengaruh penggunaan pulsa Telepon personal line di Medan Barat ..	VI- 8
IV.4.3 Analisis pengaruh penggunaan pulsa Telepon personal line di Medan Helvet..	VI-14
VI.2. Evaluasi	VI-21
VI.2.1 Evaluasi pengaruh penggunaan pulsa Telepon personal line di Kota Medan ...	VI-21
VI.2.2 Evaluasi pengaruh penggunaan pulsa Telepon personal line di Medan Barat ..	VI- 24
IV.2.3 Evaluasi pengaruh penggunaan pulsa Telepon personal line di Medan Helvet..	VI-26
 BAB VII Kesimpulan dan Saran	 VII-1
VII.1. Kesimpulan	VII-1
VII.2. Saran	VII-2

DAFTAR TABEL

TABEL		Halaman
III – 1Perkiraan konsumen dan perusahaan yang mendapatkan keuntungan	III-14
V- 1Jumlah penduduk kota Medan menurut kecamatan tahun 2003.....	V-1
V-2Jumlah penduduk di kota Medan pada setiap kecamatan menurut jenis kelamin dan sex ratio tahun 2003	V-3
V-3 Prosentase total pertumbuhan penduduk menurut kabupaten / kotamadya di Propinsi Sumatera Utara tahun 1980 – 2000	V-4
V-4 Kecamatan Medan Barat menurut jumlah penduduk, luas daerah dan kepadatan penduduk tahun 2003	V-5
V-5 Perkembangan jumlah penduduk kecamatan Medan Barat menurut kelurahan tahun 2003	V -6
V-6 Jumlah penduduk kecamatan Medan Barat pada setiap kelurahan menurut jenis kelamin tahun 2003	V-7
V-7 Jumlah penduduk Kecamatan Medan Barat untuk setiap kelurahan menurut golongan usia tahun 2003	V-8
V-8 Jumlah rumah tangga dan rata-rata jumlah anggota keluarga di Kecamatan Medan Barat tahun 2003	V-9
V-9 Pengelompokan jenis pekerjaan yang digeluti oleh masyarakat di Kecamatan Medan Barat tahun 2003	V-10
V-10 Jumlah satuan sambungan telepon di Kecamatan Medan Barat menurut kelurahan dan kelompok tahun 2003	V-11
V-11 Kecamatan Medan Helvetia menurut jumlah penduduk, luas daerah dan kepadatan penduduk tahun 2003	V-12
V-12 Perkembangan jumlah penduduk Kecamatan Medan Helvetia	

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/1/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/1/24

	menurut kelurahan tahun 2000-2003	V-13
V-13 Jumlah penduduk Kecamatan Medan Helvetia pada setiap kelurahan menurut jenis kelamin tahun 2003	V-14
V-14 Jumlah rumah tangga dan rata-rata jumlah anggota keluarga di Kecamatan Medan Helvetia tahun 2003	V-15
V-15 Pengelompokan jenis pekerjaan yang digeluti oleh masyarakat di Kecamatan Medan Helvetia tahun 2003	V-15
V-16 Jumlah sambungan telepon di Kecamatan Medan Helvetia menurut kelurahan dan kelompok tahun 2003	V-17
VI-1 Hasil perhitungan regresi linier berganda di Kota Medan	VI-2
VI-2 Hasil perhitungan regresi linier berganda di Kec. Medan Barat	VI-8
VI-3 Hasil perhitungan regresi linier berganda di Kecamatan Medan Helvetia	V-15



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
III-1 Grafik permintaan terhadap sesuatu barang	III-2
III-2 Grafik penawaran terhadap sesuatu barang	III-6
III-3 Grafik keseimbangan pasar	III-7
III-4 Surplus konsumen dalam grafik	III-10
III-5 Hubungan antara tariff pulsa dengan pengguna Telepon.....	III-16
VI-1 Pengujian koefisien parameter β_1 dengan menggunakan kurva normal	VI-4
VI-2 Pengujian koefisien parameter β_2 dengan menggunakan kurva normal	VI-6
VI-3 Uji F terhadap jumlah permintaan pulsa telepon personal line di Kota Medan	VI-7
VI-4 Pengujian koefisien parameter β_1 dengan menggunakan Kurva Normal	VI-11
VI-5 Pengujian koefisien parameter β_2 dengan menggunakan Kurva Normal	VI-12
VI-6 Uji F terhadap jumlah permintaan pulsa telepon rumah tangga di Kecamatan Medan Barat	VI-13
VI-7 Pengujian koefisien parameter β_1 dengan menggunakan Kurva Normal	VI-17
VI-8 Pengujian koefisien parameter β_2 dengan menggunakan Kurva Normal	VI-19
VI-9 Uji F terhadap jumlah permintaan pulsa telepon personel line ...	VI-20

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN:

1. Daftar pembayaran telepon, Tingkat kepadatan penduduk dan Jumlah tanggungan keluarga.



BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Masalah Latar Belakang

Kehidupan masyarakat yang semakin modern dewasa ini disebabkan oleh kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (**IPTEK**), memungkinkan masyarakat sekarang ini melakukan berbagai aktivitas yang pada generasi sebelumnya tidak dapat dilakukan. Perkembangan ini menyebabkan tuntutan semakin banyak dan semakin menginginkan kemudahan-kemudahan dalam melakukan kegiatan sehari-hari, baik di rumah-rumah, perkantoran, di tempat-tempat perbelanjaan di pabrik-pabrik dan diberbagai tempat lainnya.

Salah satu dari barang-barang yang memberikan kemudahan bagi masyarakat adalah pesawat telepon, di mana pesawat telepon merupakan alat telekomunikasi yang paling banyak dipakai dan paling dibutuhkan oleh masyarakat pada saat ini karena berbagai kemudahan yang didatangkan oleh kehadiran alat tersebut.

Telekomunikasi termasuk salah satu alat yang menentukan kelangsungan hidup bangsa yang tidak saja diperlukan dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia untuk melaksanakan komunikasi dengan sesamanya atau dengan bangsa-bangsa lain, akan tetapi lebih dari itu telekomunikasi juga merupakan prasarana persatuan dan kesatuan bangsa. Tidak banyak yang menyadari setelah bangsa Indonesia tidak ada sistem atau perangkat lunakpun yang

memiliki kemampuan mempererat persatuan dan kesatuan bangsa, melebihi sarana telekomunikasi. Oleh karena itu, bagi bangsa Indonesia telekomunikasi bukanlah sekedar prasarana ekonomi dan atau pembangunan saja, tetapi juga merupakan prasarana nasional yang ikut menentukan dalam menjamin kelangsungan hidup bangsa.

Kota Medan sebagai salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk yang besar serta memiliki tingkat kemajuan yang cukup tinggi di Indonesia. Kemajuan yang telah diraih Kota Medan ini tidak terlepas dari ketersediaan berbagai sarana dan prasarana yang sangat mendukung kemajuan tersebut. Salah satu prasarana tersebut adalah ketersediaan jaringan komunikasi telepon yang lengkap dan canggih, sehingga sangat mendukung kelancaran kegiatan perekonomian di daerah ini.

Salah satu penyedia jasa telepon di Kota Medan adalah PT. Telkom yang melayani berbagai kebutuhan jasa telekomunikasi domestik dan luar negeri. Jasa telekomunikasi domestik yang disediakan adalah seperti :jasa sambungan telepon, Mobile Phone, Cable Televisi, Internet, service telekomunikasi lainnya. Sedangkan untuk jasa telekomunikasi keluar negeri adalah Telkom International Call dengan kode akses 017 dan Telkom Global dengan kode akses 017.

Konsumen pemakai jasa telekomunikasi PT. Telkom diklasifikasikan kedalam tiga kelompok yaitu kelompok Corporate line, Personal Line dan sosial.

Di antara ketiga kelompok tersebut yang paling banyak menjadi konsumen adalah kelompok Personal Line.

Pelaksanaan penagihan telepon di Indonesia dilakukan berdasarkan tarif pulsa yang dilakukan, ditambah biaya abondemen dan pajak. Dari unsur pengenaan biaya tersebut di atas maka pengenaan tarif pulsa menjadi suatu hal yang paling utama dalam penagihan biaya pemakaian telepon .

Dari hasil penelitian pendahukuan diketahui bahwa rumah tangga sangat berhati-hati dalam hal pemakaian telepon dihubungkan dengan tarif pulsa. Sikap kehati-hatian tersebut selain dilandasi biaya ekonomi juga dilandasi dengan kepentingan-kepentingan dalam penggunaan telepon. Adanya berbagai kepentingan atas tarif telepon ini menjadi landasan bagi penulis untuk mengadakan penelitian dengan judul "Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Jasa Telepon Personal Line di Kota Medan".

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan sebelumnya maka dapat dibuat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah pendapatan konsomen berpengaruh nyata terhadap penggunaan pulsa telepon Personal Line di Kota Medan.
2. Apakah jumlah tanggungan keluarga mempengaruhi penggunaan pulsa telepon Personal Line.

3. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan

1.3. Batasan dan Perumusan Masalah

1.3.1. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan kemampuan analisis, biaya dan tenaga, serta untuk mempertajam penelitian ini maka penulis membatasi masalah penelitian pada ruang lingkup tentang pengaruh tarif pulsa terhadap penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan pada Kecamatan Medan Barat dan Medan Helvetia.

1.3.2. Rumusan Masalah

Sedangkan rumusan masalah penelitian ini adalah : “Apakah Faktor-Faktor yang mempengaruhi penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan”.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pokok penelitian yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan terhadap penggunaan pula jasa telepon Personal Line pada Kecamatan Medan Barat dan Kecamatan Medan Helvetia.

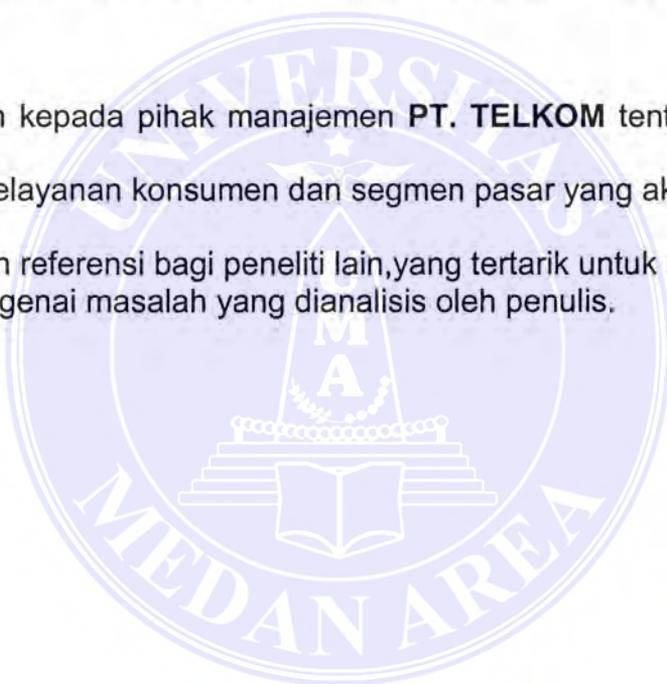
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh jumlah tanggungan keluarga terhadap penggunaan pulsa telepon Personal Line.
- c. Untuk mengetahui pengaruh tarif pulsa terhadap penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan.

I.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Dapat menambah wawasan bagi penulis dan ilmu pengetahuan dibidang penelitian.
- b. Memberi saran kepada pihak manajemen **PT. TELKOM** tentang bagaimana peningkatan pelayanan konsumen dan segmen pasar yang akan dilayaninya.

Sebagai dasar dan referensi bagi peneliti lain, yang tertarik untuk memperdalam pembahasan mengenai masalah yang dianalisis oleh penulis.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

II.1. Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, atau lebih dikenal dengan nama PT. TELKOM, adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang khusus bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi, dengan menyediakan sarana dan pelayanan jasa telekomunikasi kepada masyarakat luas sampai ke pelosok daerah.

Cikal bakal berdirinya PT. TELKOM dimulai dari suatu badan usaha bernama *Post-en Telegrafdienst* sebuah perusahaan swasta yang menyelenggarakan jasa-jasa pos dan telekomunikasi yang didirikan dengan *Staatsblad No. 52* tahun 1884. Penyelenggaraan telekomunikasi di Hindia Belanda pada waktu itu diselenggarakan oleh swasta sampai dengan tahun 1905 tercatat ada 38 perusahaan telekomunikasi dan pada tahun 1906 diambil alih oleh pemerintah Hindia Belanda berdasarkan *Staatsblad No. 395* Tahun 1906. Sejak saat itu berdirilah *post, Telegraf en Telefoondients* atau *PTT-Dient*, yang kemudian ditetapkan sebagai perusahaan negara berdasarkan *Staatsblad No.419* Tahun 1927.

Jawatan PTT berlangsung sampai dengan keluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (Perpu) NO.19 Tahun 1960 yang menetapkan jawatan PTT tetap menjadi perusahaan negara. Kemudian

berdasarkan Peraturan Pemerintah RI (PP) No. 240 Tahun 1961, Jawatan PTT berubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pos dan Telekomunikasi.

Dalam perkembangannya PN Pos dan Telekomunikasi dibagi menjadi dua perusahaan negara yaitu PN Pos dan Giro berdasarkan PP No.29 tahun 1965 dan PN Telekomunikasi yang diatur dalam PP No. 30 tahun 1965. Kemudian berdasarkan PP No. 36 tahun 1974 resmi berdiri Perusahaan Umum Telekomunikasi yang populer dengan sebutan PERUMTEL. Dalam peraturan tersebut PERUMTEL dinyatakan sebagai penyelenggara telekomunikasi untuk umum baik hubungan telekomunikasi dalam negeri maupun hubungan telekomunikasi luar negeri, yang saat itu juga diselenggarakan oleh PT. Indonesia Satellite Corporation (INDOSAT) yang masih berstatus perusahaan asing, bagian dari Amerika Cable & Radio Corporation, sebuah perusahaan di negara bagian Delaware, Amerika Serikat. Seluruh saham PT. INDOSAT dengan modal asing tersebut dibeli oleh negara Republik Indonesia dan selanjutnya dikeluarkan PP No. 53 Tahun 1980 yang isinya tentang perubahan atas PP No. 22 Tahun 1947.

Berdasarkan PP No. 53 Tahun 1980, PERUMTEL ditetapkan sebagai badan usaha yang berwenang menyelenggarakan jasa telekomunikasi untuk umum dalam negeri dan INDOSAT sebagai badan usaha untuk penyelenggaraan jasa telekomunikasi luar negeri.

Memasuki Repelita V pemerintah merasakan perlunya percepatan pembangunan sektor telekomunikasi diseluruh wilayah negara RI serta memberikan kewenangan kepada perumtel untuk mencari dana dan mengelolah manajemen perusahaan sendiri maka berdasarkan PP No. 25 Tahun

1991, bentuk perusahaan Umum dialihkan menjadi perusahaan Perseroan (PERSERO) Telekomunikasi Indonesia Tbk atau dikenal dengan TELKOM.

Pada tahun 1995 terjadi perubahan besar-besaran di lingkungan internal PT TELKOM yakni dengan memberikan kesempatan kepada swasta ikut serta membangun fasilitas telekomunikasi di Indonesia perubahan tersebut adalah **Restrukturisasi Internal dan Pola Kerja Sama Operasi (KSO).**

Restrukturisasi Internal

Restrukturisasi dimaksudkan untuk menjadikan pengelolaan perusahaan efisien dan efektif, karena terjadi pemisahan antara bidang usaha utama (*Core Business*), bidang usaha terkait, dan bidang usaha penunjang. Bidang usaha utama PT. TELKOM adalah menyelenggarakan jasa telepon lokal dan jarak jauh dalam negeri. Bidang usaha terkait adalah penyelenggaraan jasa yang masih terkait dengan jasa telekomunikasi seperti jasa Sistem Telepon Bergerak Selular (STBS), sirkit langganan, telex, penyewaan transponder satelit, VSAT (*Very Small Aperture Terminal*) dan jasa nilai tambah tertentu. Bidang usaha terkait ini ada yang diselenggarakan PT. TELKOM dan sebagian diselenggarakan dengan membentuk perusahaan patungan. Bidang usaha penunjang adalah bidang usaha yang menunjang terselenggaranya bidang usaha utama dan bidang usaha terkait.

Sebagai hasil restrukturisasi, sejak 1 Juli 1995 PT. TELKOM terdiri dari 7 Divisi Regional dan 1 Divisi Network yang mengelola bidang usaha utama dan beberapa Divisi Pendukung untuk mendukung terselenggaranya bidang usaha

utama, seperti Divisi Riset TI, Divisi Atelir, Divisi Pelatihan, Divisi Properti atau Divisi Sistem Informasi.

Perkembangan terakhir berdasarkan Keputusan Direksi, mulai tanggal 13 Desember 1996, PT. TELKOM menambah 2 (dua) divisi, yaitu Divisi Multimedia dan Divisi Pembangunan. Divisi Multimedia yang mengelola jasa multimedia dan network provider dimasukkan sebagai pengelola jasa bidang usaha utama, sedangkan Divisi Pembangunan termasuk Divisi Pendukung.

a. Divisi Regional

Divisi Regional merupakan pengganti struktur Wilayah Usaha Telekomunikasi (WITEL) sebagai operator telekomunikasi yang memiliki daerah operasional pada wilayah teritorial tertentu, yaitu menyelenggarakan jasa telepon lokal dan mendapat sebagian dari jasa telepon Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) dan Sambungan Langsung Internasional (SLI) melalui perhitungan interkoneksi.

Divisi Regional mewakili wilayah sebagai berikut :

1. *Divisi Regional I*, meliputi seluruh Sumatera dan sekitarnya;
2. *Divisi Regional II*, meliputi wilayah Jabotabek ditambah Serang, Karawang dan Purwakarta;
3. *Divisi Regional III*, meliputi daerah Jawa Barat kecuali Serang, Bogor, Karawang dan Purwakarta;
4. *Divisi Regional IV*, meliputi daerah Jawa Tengah dan DI. Yogyakarta;

5. *Divisi Regional V*, meliputi daerah Jawa Timur;
6. *Divisi Regional VI*, meliputi seluruh Kalimantan dan sekitarnya;
7. *Divisi Regional VII*, meliputi kawasan Timur Indonesia, yang terdiri dari seluruh Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Timor Timur dan Irian Jaya.

b. Divisi Network

Divisi Network menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh dalam negeri (SLJJ) melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional. Pelanggan Divisi Network utamanya adalah untuk kepentingan internal PT. TELKOM, namun apabila memungkinkan dapat melayani kepentingan eksternal PT. TELKOM.

c. Divisi Multimedia

Divisi yang mengelola jasa multimedia dan network provider untuk melayani masyarakat, langganan dan internal PT. TELKOM, Internet Provider, Corporate Customer. Divisi ini bertanggung jawab untuk menyiapkan bisnis masa depan yang ditandai dengan adanya konvergensi telepon, televisi kabel (*video communication*) dan internet (*computer communication*).

d. Divisi Pendukung

Adapun yang termasuk Divisi Pendukung, adalah :

1. Divisi Riset dan Teknologi Informasi (RisTI)

Divisi yang melaksanakan Riset dan Pengembangan Teknologi Telekomunikasi dan Informasi untuk kepentingan internal PT. TELKOM, baik

riset pengembangan produk baru, standarisasi perangkat, grand scenario technology dan uji kaji laboratorium.

2. Divisi Atelir

Divisi yang berfungsi sebagai Pusat Perbengkelan (Repair Center) bagi kepentingan PT. TELKOM, meliputi pengetesan dan perbaikan (Repair) Modul, penyediaan Suku Cadang perangkat dan konsultasi teknis.

3. Divisi Sistem Informasi

Divisi yang menyediakan sistem informasi, baik untuk kepentingan PT. TELKOM maupun pihak lain. Produk-produk layanan yang dihasilkan antara lain Software, Management Information System, Sistem Informasi Kastemer (SISKA), Billing, Corporate Database, Interkoneksi Billing dan Proses Telepon Selular.

4. Divisi Pelatihan

Divisi yang menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi pegawai PT. TELKOM untuk menunjang terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas, profesional dan berintegritas.

5. Divisi Properti

Divisi yang mengelola properties (tanah, gedung dan sarana lainnya) milik PT. TELKOM yang tidak berkaitan dengan alat produksi. Pengelolaan properties ini utamanya ditujukan untuk kepentingan PT. TELKOM, namun bila memungkinkan dapat melayani pihak lain.

6. Divisi Pembangunan

Divisi yang melaksanakan pembangunan konstruksi jaringan, konsultasi pembangunan, desain proyek dan pengadaan untuk kepentingan PT. TELKOM. Divisi ini tidak menangani pembangunan yang menjadi tanggung jawab Mitra KSO.

Pola Kerja Sama Operasi (KSO)

KSO merupakan pola kerjasama telekomunikasi di Divisi Regional atau disebut Unit KSO antara PT. TELKOM dengan suatu konsorsium swasta atau Mitra KSO yang terdiri dari beberapa investor dalam dan luar negeri dan penyelenggaraan jasa telekomunikasi sesuai dengan perjanjian dan sebagai kompensasinya berhak mengoperasikan sarana telekomunikasi dengan mendapatkan bagian pendapatan selama waktu yang telah ditentukan, yaitu 15 (lima belas) tahun sejak perjanjian KSO ditandatangani.

Divisi Regional yang dikelola Mitra KSO adalah Divisi Regional I, II, III, IV, VI dan VII. Adapun maksud dan tujuan KSO, adalah :

- Mempercepat pembangunan telekomunikasi
- Memperoleh alih teknologi dari Operator Kelas Dunia yang tergabung dalam Mitra KSO
- Meningkatkan kemampuan berkompetisi dalam era pasar bebas.

II.2. Lokasi Perusahaan

PT. TELKOM Kandatel Medan berlokasi di jalan Prof. HM Yamin SH No. 13 Medan, dimana wilayah pelayanannya meliputi Kodya Medan, Binjai dan Lubuk Pakam.

II.3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kesatuan kerangka yang ditetapkan untuk proses manajerial, system dan pola tingkah laku yang muncul dan terjadi dalam praktek penyelenggara organisasi dan manajemen. Struktur organisasi juga akan memberikan gambaran skematis tentang hubungan kerja sama antara orang-orang yang ada dalam suatu badan usaha guna mencapai tujuan akhir yang telah ditetapkan. Oleh karena itu melalui penciptaan stuktur organisasi diharapkan perusahaan akan dapat mengkoordinir semua aktivitas perusahaan. Hal ini sangat penting karena berhubungan dengan pemberian tugas,wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang terlibat langsung dalam proses produksi maupun pengambil keputusan.

PT TELKOM Kandatel Medan merupakan salah satu Kandatel dibawah Divisi Regional I Sumatera,yang dalam operasional bekerja sama dengan pola KSO dengan konsorsium PT Pramindo Ikat Nusantara dan France Telkom mengelola sarana telekomunikasi di Sumatera,dengan struktur organisasinya sebagai berikut :

a. KAKANDATEL

KAKANDATEL (Kepala Kantor Daerah Telekomunikasi) bergantung jawab terhadap pencapaian target bisnis dan pelayanan jasa telekomunikasi kepada masyarakat dalam wilayah Kodya Medan,Binjai dan Lubuk Pakam. Peran KAKANDATEL lebih diarahkan pada kegiatan manajerial,pengambilan

kebijakan yang bersifat strategis dengan berorientasi kepada kebutuhan dan kepuasan pelanggan Telkom.

b. WAKAKANDATEL

WAKAKANDATEL (Wakil Kepala Kantor Daerah Telekomunikasi) bertugas membantu KAKANDATEL dalam upaya pencapaian target perusahaan yang diarahkan pada kegiatan intern operasional organisasi. Secara khusus WAKAKANDATEL bertanggung jawab menjamin kelancaran operasional fungsi-fungsi organisasi dan lebih difokuskan pada aktivitas analisa, evaluasi, perencanaan, pengendalian dan sebagai koordinator operasional perusahaan.

c. Seketariat KAKANDATEL

Sekretariat KAKANDATEL bertanggung jawab melaksanakan fungsi kesekretariatan serta memberi dukungan dalam bidang perencanaan dan analisa kepada KAKANDATEL. Dukungan tersebut adalah dukungan pemasaran, dukungan pengembangan manajemen, kegiatan safety dan security.

Adapun Stuktur organisasi PT TELKOM Kandatel Medan adalah sbb :

a. Bagian Sumber Daya Manusia(SDM)

Bagian Sumber Daya Manusia bertugas mengelola SDM dalam kegiatan administrasi kepegawaian, pengembangan, perencanaan kebutuhan karyawan dan penyediaan dukungan sumber daya manusia untuk seluruh unit kerja termasuk meningkatkan kompetensi karyawan. Bagian SDM juga berperan aktif dalam upaya menciptakan iklim kerja yang kondusif, peningkatan produktivitas

karyawan dan memberikan dukungan kepada manajemen dalam menyiapkan SDM yang berkualitas.

b. Bagian Keuangan

Bagian Keuangan bertanggung jawab dalam hal penyediaan dukungan anggaran operasional seluruh bagian, penyelenggaraan akuntansi dan laporan keuangan perusahaan, pengolahan pendapatan dan sebagai pengendali keuangan serta pengelola billing dan collection.

c. Dinas Manajemen Network

DINMANNET bertanggung jawab atas pengolahan operasi dan pemeliharaan network yaitu Sentral, Transmisi, Catu Daya agar tetap dalam kondisi yang baik dan siap dipakai oleh pelanggan dengan melakukan aktivitas maintenance yang intensive baik maintenance preventive maupun maintenance curative.

d. Bagian Logistik

Bagian Logistik bertanggung jawab atas penyediaan dukungan logistik kepada unit kerja lain untuk kelancaraan operasional, perencanaan material, pengadaan barang, penyimpanan, pendistribusian barang/perangkat telekomunikasi, sarana penunjang dan pengelolaan suku cabang local repairing, replacement dan kalibrasi. Bagian Logistik juga melakukan kegiatan proses tender suatu proyek kepada rekanan Telkom untuk membangun sarana telekomunikasi.

e. Bagian Teknologi Informasi

Bagian TI berfungsi sebagai penyedia sarana informasi bagi seluruh unit kerja di Kandatel Medan, melakukan kegiatan maintenance komputer dan mengelola data base perusahaan dan menyiapkan perangkat informasi data.

f. Bagian Akses Pelanggan

Dinas Akpel bertanggung jawab terhadap kehadalan alat produksi berupa jaringan akses tembaga, akses radio dan akses fiber optik. Dinas Akpel melakukan aktivitas maintenance secara berkala dan memperbaiki gangguan jaringan telepon.

g. Unit Pelayanan Bisnis

Unit Pelayanan Bisnis bertanggung jawab atas pengelolaan pelayanan kepada pelanggan segmen bisnis, memelihara hubungan yang baik dan melayani kebutuhan jasa telekomunikasi kepada para pelanggan bisnis. Pada Unit pelayanan Bisnis terdapat Account Manager yang terdiri dari CAM (Corporate Account Manager), BAM (Big Co,pany Account Manager), MAM (Medium Company Account Manager) dan RAM (Retail Company Account Manager).

h. Unit Pelayanan Warung Telekomunikasi dan Telepon Umum

Unit Wartelko bertanggung jawab atas pengelolaan pelayanan kepada pengelola wartel dan menyediakan Telepon Umum kepada masyarakat dan memelihara pesawat telepon umum agar siap digunakan oleh masyarakat.

i. Unit Pelayanan Pelanggan

Unit Pelayanan Pelanggan adalah unit kerja yang bertanggung jawab atas pelayanan pelanggan segmen mass market, menyiapkan alat produksi dan

memasarkannya serta melakukan kegiatan perbaikan gangguan saluran telepon pelanggan.

II.4. Jumlah Karyawan, Jam Kerja dan Sytem Pengupahan

a. Jumlah Karyawan

Jumlah karyawan yang ada di KANDATEL Medan saat ini berjumlah 1002 orang karyawan dengan perincian pria 779 karyawan dan wanita 223 karyawati dengan latar belakang pendidikan mulai dari SMP s.d. S2.

b. Jam Kerja

Jam kerja yang berlaku dalam 1 minggu adalah 40 jam dengan rincian sebagai berikut :

Senin s/d Kamis :

- Masuk : Jam 08.00 WIB s/d Jam 12.30 WIB
- Istirahat : Jam 12.30 WIB s/d Jam 13.30 WIB
- Masuk kembali : Jam 13.30 WIB s/d Jam 17.30 WIB

Jumat :

- Masuk : Jam 08.00 WIB s/d Jam 12.00 WIB
- Istirahat : Jam 12.00 WIB s/d Jam 14.00 WIB
- Masuk kembali : Jam 14.00 WIB s/d Jam 16.00 WIB

c. Sistem Pengupahan

Sistem pengupahan yang berlaku pada PT TELKOM adalah berdasarkan Grade dengan unsur-unsur adalah sebagai berikut :

Gaji Dasar

Pemberian gaji dasar juga berdasarkan Grade (tingkatan) dan masa kerja yang diberikan setiap bulannya.

Faktor Tunjangan

Tunjangan yang diberikan terdiri dari beberapa unsur-unsur yaitu ; Tunjangan Konjungtur, Tunjangan Manajerial / Spesialis, Tunjangan Prestasi, Tunjangan Makan, Tunjangan Transport, Tunjangan Pengobatan dan Tunjangan Perumahan.

II.5. Produk Keluaran

PT. TELKOM Kandatel Medan dalam melayani masyarakat memberikan beberapa produk jasa layanan sebagai berikut :

- a. Telkom – Phone (Telepon, Public Phone, ISDN)
- b. Telkom – Mobile (Seluler, Cordless, GMPCS)
- c. Telkom - View (Video on Demand, TV Cable)
- d. Telkom – Internet (Telkomsel, Astinet, Dinacces)
- e. Telkom – Service (SEN, Call Center, Billing Info)

BAB III

LANDASAN TEORITIS

III.1. Uraian Teoritis

III.1.1. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Secara umum dapat dikatakan bahwa faktor yang mendorong seorang individu melakukan permintaan terhadap suatu barang atau jasa terbagi atas dua bagian yaitu faktor barang /jasa itu sendiri dan faktor di luar barang /jasa tersebut.

Sukirno (2000 : 76) mengatakan bahwa ada 7(tujuh) faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang atau jasa yang diterima oleh para konsumen. Faktor-faktor yang dimaksud menurut Sukirno adalah :

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang-barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata –rata masyarakat.
- d. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
- e. Cita rasa masyarakat
- f. Jumlah penduduk
- g. Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang.

Faktor-faktor pendorong diluar barang dan jasa yang akan diminta tersebut adalah sangat nyata pengaruhnya terhadap barang dan jasa yang akan

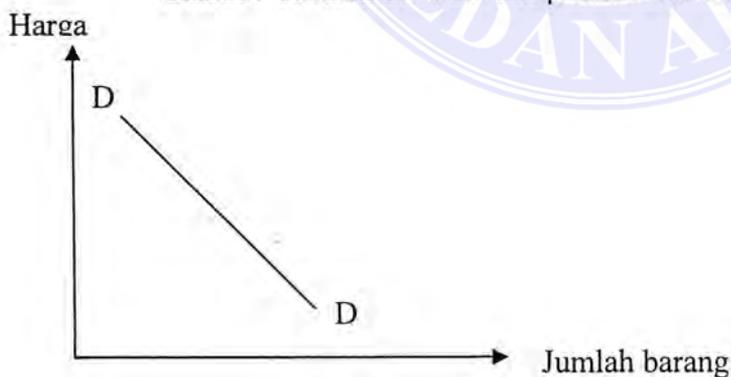
diminta oleh konsumen. Sehingga perubahan salah satu faktor tersebut akan langsung mempengaruhi jumlah barang dan jasa yang akan diminta.

Teori permintaan pada hakekatnya selalu didasarkan pada hukum permintaan. Hukum permintaan menurut Sukirno (2000 : 77) menyatakan “makin rendah suatu barang, makin banyak permintaan ke atas barang tersebut ; sebaliknya makin tinggi suatu barang makin sedikit permintaan ke atas barang tersebut “.Defenisi hukum permintaan menurut Bilas (1991 : 9) adalah “*The quantity desired to be purchased per unit of time be greather, the lower the price, ceteris paribus (other things remaining the same)*”.

Secara grafik teori permintaan dapat digambarkan seperti gambar III –1. di bawah ini. Melalui grafik permintaan ini maka dapat dilihat hubungan antara harga sebagai variabel bebas dengan jumlah barang yang diminta oleh para konsumen.

Gambar III-1

Grafik Permintaan Terhadap Sesuatu Barang



Sumber : Arsyad (1999 : 105)

Berdasarkan gambar III-1 di atas dapat dilihat hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan tingkat harga yang menunjukkan hubungan yang negatif.

III.1.2. Elastitas Permintaan

Salah satu karakteristik penting dari fungsi permintaan adalah derajat kepekaan permintaan terhadap perubahan salah satu faktor yang mempengaruhinya. Ukuran derajat kepekaan ini disebut dengan elastisitas. Pada tulisan ini yang akan dijelaskan adalah elastitas permintaan. Elastisitas adalah perbandingan persentase perubahan jumlah permintaan barang dengan persentase perubahan harga. Oleh karena jumlah permintaan mempunyai hubungan yang negatif dengan tingkat harga maka nilai koefisien elastisitas permintaan adalah negatif.

Jika elastisitas permintaan suatu barang adalah sama dengan dua (dalam perhitungan diperoleh koefisien elastisitas permintaan = -2) maka hal ini berarti bahwa dengan naiknya tingkat harga sebesar 1% maka akan mengurangi tingkat permintaan terhadap barang dan jasa sebesar Rp. 2%.

Koefisien elastisitas permintaan bervariasi antara 0 sampai dengan tak hingga. Secara teoritis ada lima jenis elastisitas permintaan. Pembagian elastisitas permintaan tersebut adalah berdasarkan angka koefisien yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Suatu permintaan disebut elastisitas sempurna jika nilai koefisien elastisitasnya = 0 (nol) yaitu apabila perubahan harga tidak akan berubah jumlah yang akan diminta, jumlah yang diminta tetap saja walaupun harga mengalami kenaikan atau menurun.

Permintaan elastisitas sempurna jika nilai koefisien elastisitasnya = 1 yang berarti perubahan harga suatu barang akan menyebabkan permintaan berubah sebesar persentase perubahan harga atau dengan kata lain perubahan permintaan akan satu jenis barang akan berbanding lurus dengan perubahan harganya.

Permintaan elatis jika nilai koefisien antara 0 dan 1, yaitu artinya persentase perubahan harga adalah lebih besar dari pada perubahan jumlah barang yang diminta atau dengan kata lain dapat dikatakan jika harga naik, maka jumlah permintaan akan berkurang, tetapi berkurangnya jumlah permintaan tersebut tidak sebesar perubahan harga.

Permintaan elastisitas jika nilai koefisien elastisitasnya $0 < E_p < 1$ yang artinya apabila harga berubah maka permintaan mengalami perubahan dengan persentase yang melebihi persentase perubahan harga atau dengan kata lain dapat dikatakan jika harga naik, maka jumlah permintaan akan berkurang tetapi berkurangnya jumlah permintaan tersebut melebihi perubahan barang.

Menurut Sukrino (2000:109), ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan elastisitas permintaan suatu barang atau jasa artinya :

- a. Tingkat kemampuan barang-barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan;

- b. Persentase pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang tersebut;
- c. Jangka waktu di dalam mana permintaan itu dianalisis.

III.1.3. Teori Penawaran

Teori ini menerangkan tentang ciri hubungan diantara jumlah penawaran dan harga. Penawaran seorang atau suatu masyarakat ke atas sesuatu barang ditentukan oleh beberapa faktor penting. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran seorang produsen sebagaimana dikatakan oleh Syahrir (1991 : 68) adalah sebagai berikut :

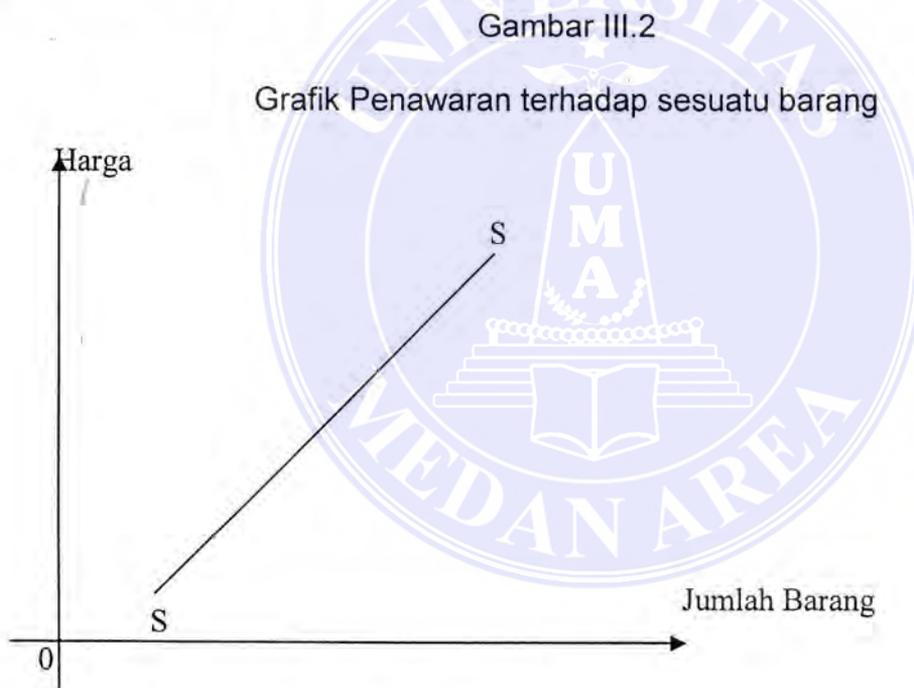
- a. Harga barang itu sendiri;
- b. Harga barang-barang lain;
- c. Ongkos produksi yaitu : biaya untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah;
- d. Tujuan-tujuan dari perusahaan tersebut;
- e. Tingkat teknologi yang digunakan

Faktor-faktor di atas merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi jumlah penawaran sesuatu jenis barang. Faktor yang paling dominan mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan adalah faktor harga barang itu sendiri.

Kelana (1997 : 201) mengatakan pengaruh perubahan harga sesuatu barang akan selalu mempengaruhi jumlah harga yang akan ditawarkan. Perubahan jumlah barang yang ditawarkan tersebut sesuai dengan hukum

penawaran yang menyatakan "makin tinggi harga sesuatu barang makin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan oleh para penjual; sebaliknya makin rendah harga sesuatu barang makin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual".

Dalam menganalisis teori penawaran, maka terlebih dahulu dibuat asumsi-asumsi sebagai pedoman dalam melakukan penganalisaan. Asumsi yang dibuat dalam analisis penawaran adalah bahwa hanya variabel harga sebagai variabel bebas lainnya dianggap tetap. Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan tingkat harga ditunjukkan pada gambar III.2 berikut :

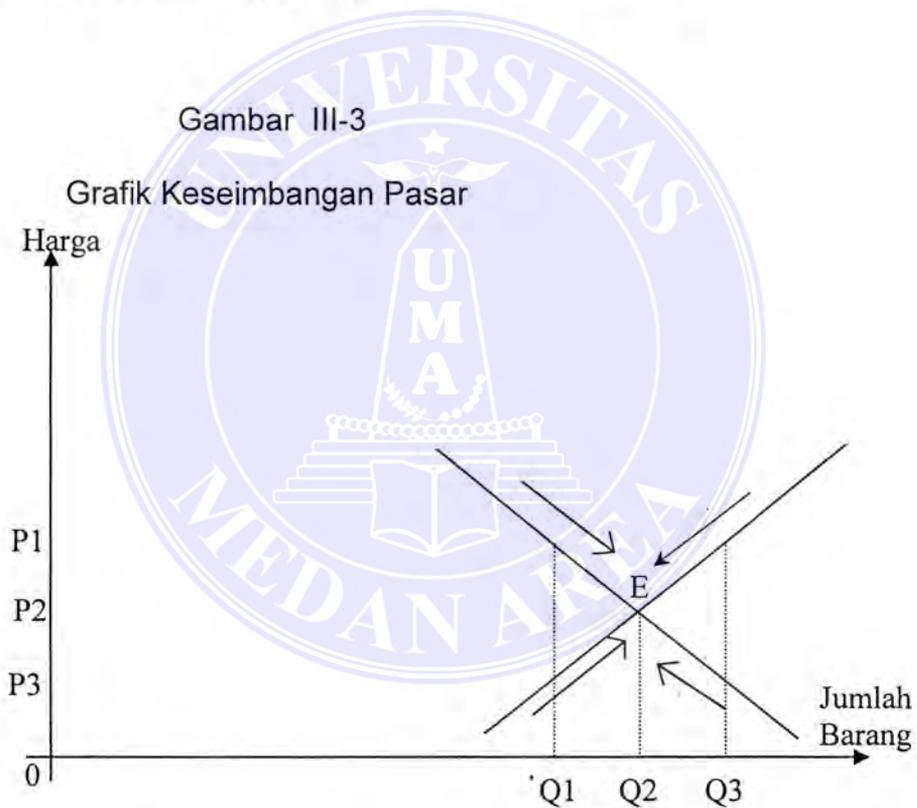


Sumber : Arsyad (1999 : 106)

Berdasarkan gambar III : 2 di atas dapat dilihat hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan tingkat harga yang menunjukkan hubungan yang positif.

III.1.4. Keseimbangan Pasar

Setelah memaparkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dan yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga, maka bagian berikutnya dijelaskan mengenai keseimbangan pasar. Keseimbangan pasar terjadi apabila antara produsen dan konsumen dipasar telah mencapai suatu persetujuan atau kesepakatan mengenai harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan. Persetujuan terjadi apabila terjadi apa yang dikehendaki oleh penjual. Secara grafik persetujuan tersebut dapat digambarkan di bawah ini.



Sumber : Arsyad (1999 :113)

Persetujuan tercapai pada posisi E dengan harga P_E dengan dan jumlah transaksi Q_E . Titik E disebut titik keseimbangan karena pada harga tersebut, jumlah yang ingin dibeli oleh konsumen karena pada harga tersebut, jumlah yang

ingin dibeli oleh konsumen persis sama dengan jumlah yang dijual oleh produsen, tidak ada kelebihan atau kekurangan barang dalam keadaan keseimbangan ini.

Seperti yang telah dijelaskan bahwa di samping variabel internal perusahaan, terdapat juga variabel eksternal yang mempengaruhi pasar. Oleh karena itu di dalam melakukan peramalan permintaan tidak dapat begitu saja diabaikan pengaruh eksternal tersebut.

III.1.5. Surplus Konsumen

Boediono (1992 : 23) mengatakan *Surplus Konsumen* (Consumer's surplus) adalah "kelebihan atau perbedaan antara kepuasan total atau *Total Utility* (yang dinilai dengan uang) yang dinikmati konsumen dan mengkonsumsikan sejumlah barang tertentu dengan pengorbanan totalnya (yang dinilai dengan uang) untuk memperoleh atau mengkonsumsikan jumlah barang tersebut". Dengan kata lain kesejahteraan yang diperoleh masyarakat dari sejumlah barang yang dikonsumsi adalah perbedaan antara jumlah yang bersedia kita bayarkan untuk sejumlah barang tertentu dengan harga pasar barang tersebut. Dapat juga dijelaskan bahwa surplus konsumen adalah kesenjangan antara total nilai suatu barang dan total nilai pasarnya.

Surplus ini dapat dirasakan oleh konsumen karena konsumen membayarkan sejumlah yang sama untuk setiap unit barang yang dibelinya, dari unit yang pertama sampai unit yang terakhir, tetapi karena didasari oleh hukum utilitas marginal yang semakin berkurang (The Law of Diminishing Marginal Utility) yang menjelaskan bahwa dengan meningkatnya jumlah komoditi yang

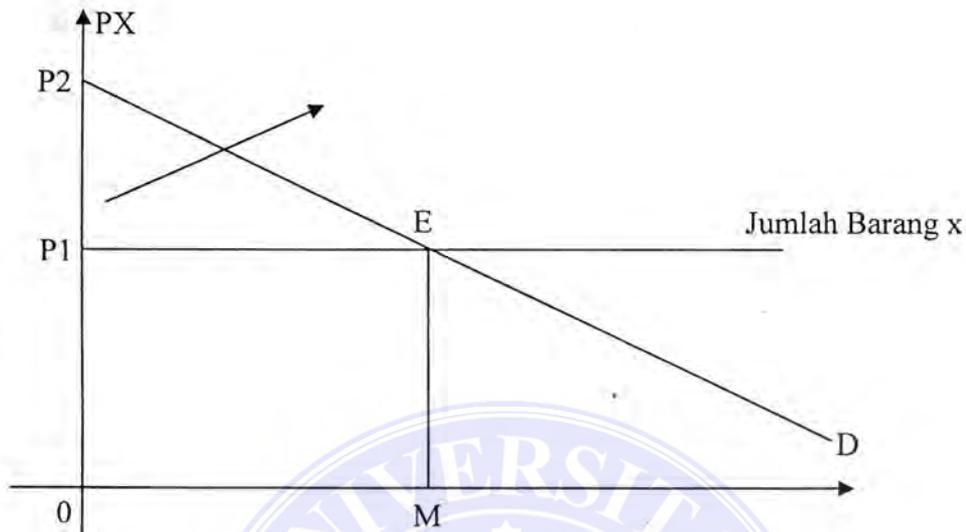
dikonsumsi utilitas marginal dari unit terakhir yang dikonsumsi cenderung menurun, maka unit yang pertama akan lebih besar nilainya daripada unit yang terakhir, sehingga konsumen memperoleh kelebihan (surplus) utilitas pada setiap unit-unit awal. Dengan kata lain surplus ini timbul karena konsumen "menerima lebih dari yang dibayarkan" dan bonus demikian berlandaskan pada hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Konsumen membayarkan untuk tiap unit yang terakhir, unit terdahulu nilainya lebih tinggi dari unit yang kemudian. Oleh karena itu, kita menikmati surplus konsumen dari tiap-tiap unit terdahulu. Begitu barang tersebut tidak lagi memberikan manfaat kepada konsumen dan tidak lagi memberikan surplus, konsumen akan berhenti membeli.

Jadi selama seorang konsumen bersedia membayarkan lebih banyak daripada harga pasar untuk setiap barang tersebut, maka jika konsumen tersebut membelinya akan memperoleh kesejahteraan konsumen dari unit tersebut. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kesejahteraan konsumen merupakan akibat langsung dari utilitas marginal yang semakin menurun.

Untuk utilitas yang semakin menurun ini dicerminkan dalam kurva permintaan yang digambarkan mempunyai slope negatif seperti pada gambar 2.4 di bawah ini :

Gambar III-4

Surplus Konsumen Dalam Grafik



Sumber : Arsyad (1999:115)

Pada gambar di atas, kurva gambar permintaan barang X, yaitu D, menggambarkan kombinasi antara kualitas barang dengan tingkat harga yang bersedia dibayarkan oleh konsumen. Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan oleh konsumen ditunjukkan oleh luas OP_1EM . Dengan demikian yang dimaksud dengan kesejahteraan konsumen adalah daerah segitiga P_1EP_2 .

III.1.6. Tarif Pelayanan .

Suatu penelitian yang dilakukan oleh Jhingan, (2002 : 156) yang bertujuan untuk menganalisis dampak perubahan metode yang digunakan dalam menentukan harga atau tarif atas pelayanan jasa telepon terhadap kesejahteraan konsumen mengatakan : "biasanya penggunaan jasa telepon menggunakan tingkat tarif yang tetap atau flat pada pelayanan lokal". Beberapa

pertimbangan yang mendasari penggunaan teknik penetapan harga yang baru adalah :

- a. Tingkat tarif tetap tidak memungkinkan pelayanan yang didasarkan pada rekening pelanggan dan pemakaiannya.
- b. Pengukuran pemakaian pelanggan tidak mungkin dilakukan secara ekonomis.
- c. Persaingan telah mencatat bahwa semua pemakaian jasa dihargai berdasarkan biayanya.

Seperti misalnya GTEC (General Telephone and Electronics Communication) memilih tarif untuk pelayanan lokal berdasarkan pemakaian jasa oleh konsumen dengan menetapkan suatu tagihan dengan pembayaran bulanan yang tetap ditambah biaya pemakaian tiap unit pemakaian jasa telepon lokal, namanya the measured service tariff.

Bagi konsumen, keuntungan dan tarif alternatif dinilai dari kesejahteraan konsumen dan distribusi pendapatan. Sebagaimana pelanggan akan merugi sementara sisanya akan memperoleh keuntungan dari teknik penetapan tarif yang baru. Aspek yang menguntungkan adalah konsumen bebas memilih tarif yang mana sesuai dengan kebutuhannya. Konsumen yang pemakaiannya sedikit akan memperoleh surplus yang lebih besar apabila memilih tarif alternatif tadi.

Dalam tulisan ini, perhatian dipusatkan pada satu faktor yang dapat menimbulkan situasi di mana konsumen akan menjadi lebih baik dengan tagihan ex-post. Jadi, pokok masalahnya adalah potensi keuntungan konsumen dengan tagihan ex-post yang dibandingkan dengan keuntungan pilihan tarif tetap dan

terukur. Mulai sekarang tarif tetap dan terukur disingkat FR-MS (flate rate – measured service).

Misalkan F adalah tagihan adalah tagian bulanan untuk tarif tetap. Untuk tarif terukur tagihan bulannya adalah f dan harga tiap pemakaian adalah p. Pelanggan diberi pilihan antara tarif terukur namun demikian, pelanggan boleh memilih untuk menggantikan tarif setiap n periode. Dengan demikian seorang pelanggan yang memilih tarif tetap akan mempunyai total tagihan sebanyak :

$$E^f = nF$$

Selama n periode tagihan, sedangkan bagi konsumen yang memilih tarif terukur dengan pemakaian $q_i(p)$. Di mana $i = 1, 2, 3, \dots, n$, selama n periode mempunyai tagihan sebesar :

$$E^m = nP + \sum_{i=1}^n q_i(P)$$

Dan sedangkan pilihan tagihan ex-post memperbolehkan pelanggan membayar premi p, sehingga tagihannya boleh diperhtingkan setiap periode tagihan berdasarkan tarif a tau terukur, yang menghasilkan pengeluaran paling kecil, yaitu dalam pilihan ex-post. Seorang pelanggan yang pemakaiannya $q_i(P)$ di mana $i = 1, 2, \dots, n$, maka akan menghasilkan pengeluaran sebesar :

$$E^m = P + \sum_{i=1}^n \text{Min}\{F_1P + pq_i(P)\}$$

Pilihan pelanggan antara FR-MS dan tagihan ex-post jelas akan tergantung pada distribusi pemakaian sepanjang periode-periode tagihan. Jika pemakaian pelanggan mencatat bahwa tarif yang sama yang dipilih pada

periode, maka pelanggan tidak mempunyai insentif untuk memilih tagihan ex-post. Jika premi x-post hanya jika ada variasi pemakaian yang cukup.

Sebelumnya diasumsikan bahwa setiap pelanggan dapat menghitung biaya minimum pada pilihan FR-MS. Perlu diketahui bahwa tagihan ex-post berkurang selama ex-post bertambah, tetapi meskipun ada tagihan premi ex-post, bagi seorang pelanggan yang permintaannya tidak bervariasi tagihan ex-post dan pilihan FR-MS sama saja.

Apabila kemudian tagihan ex-post ditetapkan, akan ada 3 jenis pelanggan, yaitu :

1. Pelanggan yang dilayani dengan tarif tetap sepanjang seluruh periode;
2. Pelanggan yang dilayani dengan tarif terukur sepanjang seluruh periode;
3. Pelanggan yang dilayani dengan tarif ex-post, yaitu yang membayar premium ex-post dan tagihan dalam beberapa periode lainnya berdasarkan tarif terukur.

Ketika perusahaan menawarkan pilihan ex-post, penerimaannya akan selalu lebih sedikit daripada atau sama dengan penerimaan yang diterima dari pilihan FR-MS. Hal ini diakibatkan pelanggan jenis ke 3 membayar lebih sedikit untuk pelayanan yang diterima daripada pelanggan yang diterima dari pada pelanggan yang memilih FR-MS. Ini disebabkan oleh perusahaan mungkin mengeluarkan biaya yang lebih besar ketika menawarkan pilihan ex-post, karena harus mengukur pemakaian konsumen, tetapi pada akhirnya konsumen memilih tagihan berdasarkan tarif tetap.

Oleh karena itu, biasanya keuntungan perusahaan sangat tergantung pada karakteristik distribusi permintaan sepanjang periode-periode tagihan dari seluruh pelanggan. Hal ini juga tergantung pada besarnya premi ex-post, p , dan parameter (F, p, P) dari atrif pasar. Tabel di bawah ini menunjukkan siapa yang memperoleh keuntungan dari tagihan ex-post.

Tabel III – 1

Perkiraan Konsumen dan Perusahaan Yang mendapat Keuntungan

Jika Konsumen	Maka
$p = 0$	Semua pelanggan untung
$0 < p < n(F-p)$	Beberapa pelanggan MS dan semua semua FR untung
$n(F-p) < p, p$	Untung
$p < P$	Tidak ada pelanggan untung
Jika Perusahaan	Maka
$p = 0$	Keuntungan perusahaan turun
$0 < p < n(F-p)$	sangat tergantung pada penyebaran
$n(F-p) < p, p$	Permintaan seluruh pelanggan di sepanjang periode-periode
$p < P$	Keuntungan perusahaan turun

Perlu diketahui bahwa π^0 adalah total keuntungan perusahaan dengan pilihan tarif FR – MS, π^e adalah keuntungan perusahaan dengan tarif ex-post, dan \bar{p} adalah tabungan biaya pemakaian pelanggan dari tagihan ex-post. Dengan asumsi bahwa setiap konsumen memilih atrif yang memberikan total tagihan yang paling murah kepada mereka, kriteria pilihan lain yang mungkin dipakai oleh konsumen terbesar.

Keuntungan dari penagihan ex-post (dibandingkan dengan pilihan FR-MS) dapat diringkas sebagai berikut :

1. Jika premi ex-post, p , sama dengan nol, maka penagihan ex-post akan meningkatkan kesejahteraan seluruh kelas pelanggan, tetapi akan menurunkan keuntungan perusahaan.
2. Nilai \bar{p} tertentu, sehingga $\bar{p} < P$, maka penagihan ex-post akan menurunkan keuntungan perusahaan.
3. Penagihan ex-post akan meningkatkan keuntungan perusahaan hanya jika $0 < p < \bar{p}$, tetapi ada beberapa distribusi di mana tidak bisa menetapkan nilai p yang adapat meningkatkan keuntungan.
4. Jika $0 < p < \bar{p}$, maka pelanggan yang memilih tarif tetap dalam pilihan FR-MS akan menerima bagian yang relatif besar dari keuntungan kesejahteraan konsumen akibat dari penagihan ex-post, selama premi ex-post meningkat.

Dengan demikian, pilihan sistem penagihan ex-post akan menguntungkan sebagai konsumen tetapi cenderung berakibat mengurangi tingkat keuntungan yang akan diterima perusahaan.

III.2. Kerangka Konseptual

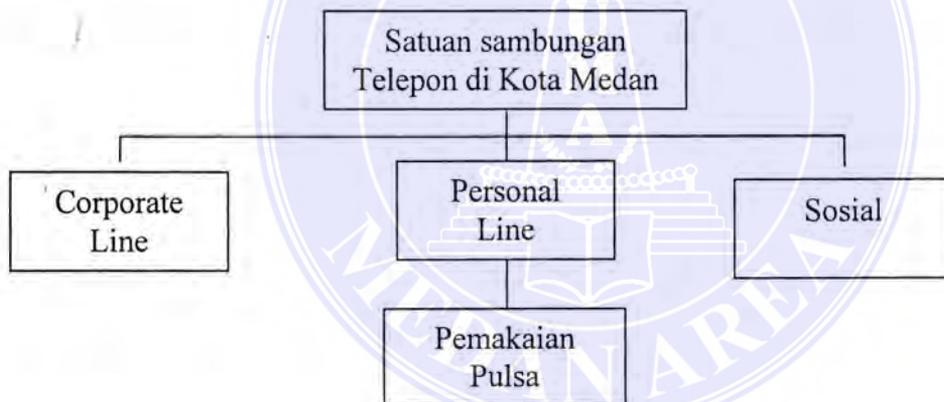
Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh tarif pulsa terhadap penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan.

Kemajuan teknologi membawa perubahan ke dalam tata cara kehidupan masyarakat. Salah satu bidang tersebut adalah sarana komunikasi dengan mempergunakan telepon. Telepon sangat berfungsi sebagai alat komunikasi, karena efisien dan efektif dalam hal menghubungkan jarak dan waktu. Sebagaimana dikatakan dalam bab pendahuluan bahwa pengguna sambungan

telepon yang terbesar di Kota Medan adalah rumah tangga. Sebagai satuan masyarakat terkecil maka rumah tangga memberikan respon positif atas pengguna jasa telepon Personal Line. Tetapi meskipun demikian ada beberapa faktor efektifnya penggunaan jasa telepon di lingkungan rumah tangga yaitu penggunaan tarif pulsa.

Dengan latar belakang kerangka konseptual tersebut, maka dapat dibuat kerangka konseptual hubungan antara tarif pulsa dengan penggunaan jasa telepon Personal Line yang dapat dilihat dalam perbandingan (kerangka berpikir) sebagai berikut :

Kerangka konseptual tersebut maka dapat dibuat kerangka konseptual hubungan antara Tarif Pulsa dengan Penggunaan Jasa Telepon Personal Line.



Gambar II-5

Hubungan antara Tarif Pulsa dengan Pengguna Telepon

III.3. Hipotesa

Hipotesa merupakan jawaban sementara yang masih harus diuji kebenarannya melalui penelitian, Menurut Arikunto (1998 : 67) menyatakan

“hipotesa adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.

Sesuai dengan pendapat di atas, penulis mencoba merumuskan hipotesa dari penelitian ini, yaitu : “terdapat pengaruh positif antara tarif pulsa terhadap penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan”.



BAB IV

METODE PENELITIAN

IV.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi tempat penelitian adalah PT. TELKOM Kantor Daerah Telekomunikasi Medan, sedangkan objek penelitian ini adalah data-data yang berhubungan dengan pengaruh tarif pulsa terhadap penggunaan jasa telepon Personal Line di Kota Medan.

Waktu penelitian dilakukan pada bulan September – Nopember 2004.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel jadwal penelitian berikut ini :

IV.2. Sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah bersumber dari PT. TELKOM Kantor Daerah Telekomunikasi Medan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain data primer dan data sekunder.

IV.3. Teknik Pengumpulan Data

Penulis di dalam memperoleh data menggunakan metode sebagai berikut

:

1. Penelitian kepustakaan (Library Research), yaitu merupakan cara penelitian yang dilakukan melalui kepustakaan, yaitu dengan membaca buku, majalah ilmiah, surat kabar. Data yang diperoleh merupakan data sekunder;

2. Penelitian lapangan (Field Research), yaitu pengumpulan data yang diperoleh langsung dari sumber guna memperoleh data primer.

Adapun teknik pengumpulan data di lapangan ini dilakukan dengan cara :

- a. Observasi (pengamatan), yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap penggunaan tarif pulsa jasa telepon;
- b. Wawancara (interview), yaitu mengadakan tanya jawab (face to face) dengan instansi yang diteliti yang mempunyai wewenang untuk memberikan informasi/data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- c. Studi Dokumentasi, yakni melihat catatan-catatan instansi yang diteliti sehubungan dengan judul penelitian sebagai masukan dalam penelitian ini.

IV.4. Teknik Analisa Data

Dalam hal ini analisis data yang akan dipergunakan, yaitu : teknik analisis korelasi, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{.xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2) - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

(Sugiyono, 1999, hal. 182)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi X dan Y

Adalah bilangan yang menunjukkan besar kecilnya hubungan antara variabel X dan Y

X = Variabel yang mempengaruhi (insentif)

Y = Variabel yang dipengaruhi (produktivitas)

N = Jumlah sampel

Untuk menguji tingkat signifikansi hubungan antara kedua variabel maka digunakan uji t, yaitu :

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

(Sugiyono, 1999, hal. 184)

Pada taraf signifikan 5% dan derajat kebebasan (dk) = n-2, maka dapat dilihat pengujian hipotesis penelitian dan melihat signifikan variabel bebas dan variabel terikat dengan ketentuan :

- Jika harga t hitung > t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak;
- Jika harga t hitung < t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

IV.5. Deskripsi Daerah Penelitian

IV.5.1. Keadaan Geografis Kota Medan

Kota Medan terletak di antara $3^{\circ}30'1''$ - $3^{\circ}48'1''$ Lintang Utara dan $98^{\circ}39'1''$ - $98^{\circ}47'1''$ Bujur Timur. Luas daerah Kota Medan kira-kira 265,10 km², yaitu lebih kurang 0,37 dari luas propinsi Sumatera Utara. Daerah Kota Medan berbatasan dengan Selat Malaka disebelah Utara dan dikelilingi oleh Kabupaten Deli Serdang. Daerah Kota Medan adalah termasuk dataran rendah dengan ketinggian $\pm 13,57$ meter di atas permukaan laut dan dekat dengan daerah pantai yaitu sekitar Kecamatan Belawan.

IV.5.2.Keadaan Demografis Kota Medan

Penduduk Kota Medan pada tahun 2003 berjumlah 1.926.520 jiwa. Penduduk asli Kota Medan adalah Suku Melayu, tetapi keadaan demografis masyarakat Kota Medan terdiri dari berbagai suku bangsa seperti Batak Toba, Mandailing, Simalungun, Karo, Melayu, Dairi, Nias, Minangkabau, Aceh, Jawa, Ambon, Minahasa dan sebagainya, sehingga pada daerah ini sangat tercermin sifat Bhineka Tunggal Ika yang dianut oleh bangsa kita. Selain suku asli masih terdapat orang-orang pendatang di daerah ini yang berasal dari suku bangsa yang lain seperti Eropah, India, Arab, China, dan lain-lain.

IV.5.3.Deskripsi Kecamatan Medan Barat

Luas dan Topografi Kecamatan Medan Barat

Luas wilayah kecamatan Medan Barat adalah 5,39 Km².Kecamatan Medan Barat terletak antara ±10 meter sampai dengan 35 meter diatas permukaan laut dengan 20° sampai dengan 30° Lintang Utara dan 98° sampai dengan 44° Bujur Timur.

Kecamatan Medan Barat berbatasan dengan :

Sebelah Utara : Kecamatan Medan Deli

Sebelah Selatan : Kecamatan Medan Petisah

Sebelah Barat : Kecamatan Medan Helvetia

Sebelah Timur : Kecamatan Medan Timur

IV.5.4.Deskripsi Kecamatan Medan Helvetia

Luas dan Topografi Kecamatan Medan Helvetia

Luas wilayah Kecamatan Medan Helvetia adalah 11,60 Km². Kecamatan Medan Helvetia terletak antara 27 meter sampai dengan 35 meter di atas permukaan laut dengan 3° sampai dengan 2° Lintang Utara, 62° sampai dengan 41° Lintang Selatan dan 98° sampai dengan 39° Bujur Timur.

Kecamatan Medan Helvetia berbatasan dengan :

Sebelah Utara : Kecamatan Deli Serdang

Sebelah Selatan : Kecamatan Medan Sunggal

Sebelah Barat : Kecamatan Medan Sunggal

Sebelah Timur : Kecamatan Medan Barat



BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

VII.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data yang dilakukan, maka beberapa kesimpulan yang relevan dapat ditarik dari tulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Dari analisis yang digabung untuk Kecamatan Medan Barat dan kecamatan Medan Helvetia diperoleh hasil bahwa variabel tingkat pendapatan dan berhubungan positif dan nyata berpengaruh terhadap permintaan pulsa telepon, variabel jumlah tanggungan keluarga berhubungan positif dan nyata berpengaruh terhadap permintaan pulsa telepon. Akan tetapi secara bersama-sama kedua variabel tersebut sangat nyata pengaruhnya terhadap pulsa telepon Personal Line di Kota Medan.
2. Dari analisis data yang dipisahkan untuk Kecamatan Medan Barat dan Kecamatan Helvetia secara sendiri-sendiri ternyata diperoleh hasil yang sama dengan kesimpulan pertama. Variabel tingkat pendapatan berhubungan positif namun tidak nyata pengaruhnya terhadap permintaan pulsa telepon Personal Line pada masing-masing daerah. Namun secara bersama-sama kedua variabel tersebut sangat nyata pengaruhnya terhadap permintaan pulsa telepon Personal Line pada masing-masing daerah.
3. Jumlah permintaan pulsa telepon Personal Line di Kecamatan Medan Barat rata-rata adalah sebesar Rp.288.931,78 per bulan sedangkan di Kecamatan

Helvetia Medan rata-rata adalah Rp.200.503,91 per bulan. Berdasarkan uji beda dua rata-rata dapat disimpulkan bahwa permintaan pulsa telepon Personal Line di daerah Medan Barat adalah lebih tinggi dari pada Medan Helvetia.

VII.2. Saran

Saran yang dapat diberikan sebagai pelengkap akhir tulisan ini adalah sebagai berikut :

Pemerintah melalui PT.TELKOM selaku penyelenggara jasa layanan telepon pada Personal Line hendaknya lebih memperhatikan perkembangan jumlah permintaan pulsa telepon di Kota Medan khususnya pada Personal Line, sebab berdasarkan hasil analisis pada tulisan ini ternyata variabel tingkat pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan pulsa telepon Personal Line di Kota Medan umumnya di kecamatan Medan Barat dan Helvetia khususnya. Selain peningkatan jumlah satuan sambungan telepon maka hal lain yang perlu diperhatikan adalah adanya usaha yang semakin nyata dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan semakin betah dengan produk dari PT. TELKOM.

DAFTAR PUSTAKA

Bilas , Richard ***Microeconomics Theory***, Second Edition, International Student Edition, New York : Mc. Graw – Hill, Kogakusha, Ltd, 1971

Boediono, ***Ekonomi Mikro (seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1)***, Edisi Kedua, Crtakan Pertama, Yogyakarta : BPF, 1982.

Katalog Telekomunikasi PT. TELKOM Kota Medan

Sukirno, Sadono, ***Pengantar Mikro Ekonomi***, Edisi Kedua, Jakarta : Rajawali Pers, 2000

Walpole, E. Ronald, ***Pengantar Statistika***, Edisi Ketiga, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1993

Euqene L Grant, W Grant Ireson, Richard S Leven Warth, ***Dasar-dasar Ekonomi Teknik***, Jakarta: Bina Aksara

Prof DR Sudjana mA MSC, ***Metode Statistika***, Bandung : Tarsito, 2002

P Siagian, ***Penelitian Operasional Teori dan Praktek***, Universitas Indonesia 1987

Milton F Usry, Lawrencl H Hammer, ***Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian***, Edisi ke 10 Jilid 1, Erlangga, 1991

Internet <http://www.telkom.co.id>