

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan, hal ini menimbulkan banyak perubahan dan kemajuan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan yang terjadi dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang berperan dalam perekonomian dengan berbagai macam jenis produk yang lebih inovatif yang selalu mereka tawarkan pada masyarakat. Sementara itu dengan banyaknya jenis produk yang ditawarkan, maka konsumen dihadapkan pada banyak pilihan dalam memilih produk sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kemampuan mereka membeli produk.

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi segala bidang, secara khusus juga mempengaruhi bidang ekonomi dari proses produksi sampai dengan penyampaiannya pada konsumen telah berubah dari waktu ke waktu. Kemudahan untuk mengakses teknologi memberikan kesempatan kepada perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan kemampuannya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan berlomba-lomba untuk selalu menjadi yang terdepan. Mengingat kondisi yang demikian persaingan pasar menjadi semakin ketat, persaingan dari yang bersifat lokal menjadi persaingan yang mengglobal, dan pasar menjadi semakin sulit diprediksikan apalagi pada bidang teknologi informasi yang sangat dinamis.

Kebutuhan sarana komunikasi sebagai akibat dari proses dinamis perubahan sosial menjadi menarik mengingat kebutuhan akan sarana komunikasi semakin

meningkat sebagai akibat perubahan gaya hidup dan mobilitas individu yang semakin tinggi. Telepon selular sebagai perangkat komunikasi bergerak telah lama digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya akan sarana komunikasi.

Melihat kondisi ini, maka jumlah pelanggan telepon selular yang baru diperkirakan terus meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya jumlah pelanggan telepon selular juga diikuti oleh meningkatnya barang komplementernya, yaitu kartu telepon berbasis GSM (Global System for Mobile communication). Kartu telepon tersebut dilayani perusahaan-perusahaan operator penyedia telekomunikasi. Perkembangan perusahaan penyedia jasa operator telekomunikasi yang mengeluarkan kartu tersebut baik secara kuantitas yaitu jumlah perusahaan penyedia layanan maupun layanan atau produk perusahaan penyedia layanan terus berkembang, dan diiringi oleh perkembangan teknologi mengakibatkan persaingan menjadi semakin kompetitif.

Persaingan antara perusahaan-perusahaan penyedia layanan operator telekomunikasi di Indonesia menjadi semakin ketat ketika teknologi telekomunikasi CDMA siap menggeser teknologi telekomunikasi GSM yang sekarang banyak digunakan. Perkembangan teknologi telah terbukti mempengaruhi persaingan dalam dunia usaha.

Berbagai kondisi diatas menyebabkan perusahaan-perusahaan penyedia layanan operator telekomunikasi terkesan 'jor-joran' dalam mengeluarkan produknya dengan memberikan berbagai kemudahan fasilitas dan tarif yang dikenakan. Dimana Telkomsel telah mengeluarkan kartu As dengan tarif yang

dikenakan kepada pelanggan lebih murah dan gratis untuk sms untuk sesama pengguna kartu as, Im3 juga mengenakan tarif murah untuk melakukan panggilan dan sms antar sesama pengguna Im3, dan PT Exelcom dengan produknya Jempol dan Bebas juga memberikan fasilitas gratis melakukan panggilan dan sms antar sesama pengguna Jempol dan Bebas kepada pelanggannya

Ketatnya persaingan diatas menimbulkan fenomena pelanggan kartu pra bayar GSM memiliki dan menggunakan lebih dari satu kartu GSM, Sebagai respon atas berbagai tawaran kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan oleh para penyedia jasa operator telekomunikasi. Adanya penggunaan telepon selular dan barang komplementernya ini tidak lepas dari pengaruh perilaku konsumennya, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai berikut:¹⁾ kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh berbagai hal, termasuk lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda yang akan mempengaruhi penilaian kebutuhan dan selera yang berbeda. Dalam melakukan keputusan pembelian bagi seseorang, pada umumnya terdapat berbagai faktor pendorong. Motivasi pembelian kartu pra bayar GSM berbeda satu orang dengan yang lainnya, namun motivasi konsumen dalam melakukan pembelian kartu pra bayar tersebut memiliki persamaan yang bersifat umum. Untuk mengetahui, perlu adanya penelitian tentang alasan atau motivasi konsumen dalam membeli atau

¹ Basu Swashta DH dan Irawan.(1990).Manajemen Pemasaran Modern.edisi kedua.Yogyakarta:liberty

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.4.1 Untuk mengetahui motivasi apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan kartu pra bayar GSM
- 1.4.2 Untuk mengetahui motivasi apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian kartu pra bayar GSM

1.6 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menerapkan secara praktis pengetahuan tentang pemasaran pada umumnya dan mengenai pengambilan keputusan pada khususnya serta cara-cara penyelesaian statistik yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah dan dalam penelitian pemasaran.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang dihadapi dan dapat dipergunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi kebijaksanaan terutama yang berkaitan dengan upaya peningkatan pengambilan keputusan.

5.1 Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

menggunakan kartu pra bayar GSM. Untuk mengetahui motivasi konsumen, maka perusahaan yang pemasarannya berorientasi memuaskan konsumen perlu mempelajari perilaku konsumen agar dapat melayani dan mampu memuaskan konsumen.

Dengan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji motivasi apa yang mendasari konsumen memiliki dan menggunakan kartu telepon pra bayar GSM dengan judul “Motivasi Mahasiswa dalam Melakukan Pembelian Kartu Pra Bayar GSM di Jogjakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas maka pokok permasalahan pada penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Motivasi apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian kartu pra bayar GSM?
- 1.2.2 Diantara berbagai motivasi tersebut, motivasi apa yang paling besar?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian keputusan melakukan pembelian kartu pra bayar GSM perlu adanya batas masalah, yaitu:

- 1.3.1 Variabel motivasi dalam keputusan menggunakan kartu pra bayar GSM adalah harga, tarif, kualitas layanan pelanggan, kualitas dan luas jaringan, fasilitas, dan siklus kartu pra bayar GSM
- 1.3.2 Konsumen yang dimaksud adalah mahasiswa Jogjakarta yang memiliki dan menggunakan kartu pra bayar GSM