

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini didorong oleh keinginan manusia dalam usaha mencari alternatif-alternatif dan mengembangkan alat-alatnya guna mencapai kemudahan dalam menjalankan segala aktifitas yang berkaitan dengan sumber daya yang tidak dapat tergantikan atau diperbaharui menjadi prioritas utama. Salah satu sumber daya yang tidak tergantikan adalah waktu, karena waktu tidak dapat berulang kembali. Dari sini dapat disimpulkan bahwa efisiensi waktu sangat dibutuhkan manusia, usaha-usaha manusia untuk mengefesiensikan waktu dilakukan melalui beberapa hal diantaranya adalah dengan mengatur jadwal kegiatannya akan dilakukan, mengembangkan teknologi komunikasi dan lain sebagainya.

Berdasarkan usahanya dalam mengembangkan teknologi komunikasi manusia berfikir bagaimana cara untuk dapat melintasi jarak dan waktu, artinya bagaimana manusia dapat berkomunikasi dengan orang lain, kapan saja dan dimana saja. Implementasi dari pemikiran itu maka terciptalah telepon rumah tangga, yang masih mengandalkan sistem telekomunikasi kabel (*wire*), kini perkembangan alat telekomunikasi lebih maju khususnya tentang telepon, yaitu dengan digunakannya sistem telekomunikasi tanpa kabel (*wireless*). Di Indonesia dikenal dengan sistem telephon seluler. Dengan teknologi *wireless ponsel*, orang sudah tidak takut lagi untuk ketinggalan informasi karena pelanggan ponsel dapat dengan mudah berkomunikasi dimana saja dengan

pelanggan ponsel atau pelanggan telepon biasa. Kelebihannya dapat mengirim pesan berupa tulisan fax, dan dapat dihubungkan dengan internet.

Indonesia sebagai bagian masyarakat dunia tidak ketinggalan dengan negara-negara lain yang giat dan aktif memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi tetap maupun bergerak. Salah satu teknologi telepon bergerak adalah telepon seluler. Beberapa pilihan untuk menikmati teknologi ponsel baik digital maupun analog yang ditawarkan operator di Indonesia yakni GSM (*Global System for Mobile Communication*) dengan sistem digital dan AMPS (*Analog Mobile Phone System*) dengan sistem analog. Dengan teknologi yang ada sekarang ini, keduanya memiliki keunggulan dan kelemahan. Nampaknya konsumen di Indonesia lebih banyak memilih GSM daripada AMPS.

Tonggak era telekomunikasi seluler di Indonesia dimulai pada bulan November 1993, dimana pemerintah meminta PT. Telkom melakukan GSM pilot proyek di pulau Batam dan Bintan. Sejak dikenalkannya pada tahun 1993 telepon seluler merupakan barang mewah karena perangkat-perangkat telepon harganya sangat mahal, kemudian ditemukan terobosan dan inovasi sampai dengan saat ini, dimana ponsel merupakan barang yang relatif murah, ini dibuktikan pemerintah dengan membebaskan pajak untuk telepon seluler dan keseragaman tarif yang dikenakan pada konsumen oleh operator (*pulsa, roaming, dan abondemen*).

Teknologi GSM di Yogyakarta dilayani oleh tiga operator, yaitu PT. Telkomsel, Satelindo, Exelcomindo Pratama. Pada awalnya ketiga operator ini menetapkan tarif pasca bayar bagi pelanggan, namun setelah kurang dari tiga tahun banyak kendala yang dihadapi. Jumlah pelanggan yang tidak membayar

adalah 10% dari total tagihan, oleh karena itu ketiga operator menciptakan kartu telepon seluler pra-bayar, dengan nama Simpati, Mentari, Pro XL, IM3 dan Flexy.

Kartu ponsel pra-bayar Mentari, merupakan kartu telepon GSM dari Satelindo yang dapat digunakan di seluruh wilayah Indonesia. Berbagai fasilitas dikembangkan untuk kemudahan dan kenyamanan berkomunikasi konsumennya, diantaranya penyimpanan SMS yang lebih besar, kemudahan menjalankan Satelindo Acces, bebas roaming nasional, tarif flat, bebas terima SMS-telepon disaat pulsa habis, dan 12 bulan masa aktif perdana. Kartu ponsel pra-bayar Mentari mengeluarkan beberapa produk, yaitu kartu ponsel Mentari yang biasa dan kartu Mentari plus.

Dari ketiga merk diatas yang memiliki fasilitas bebas roaming memiliki pasar yang sama, yang selama ini masing-masing belum diketahui tingkat elastisitas yang terjadi diantara kartu telpon yang selama ini disebut sebagai perdana yang bebas roaming. Padahal hal ini berguna untuk menentukan tingkat penjualan yang terjadi, mengetahui elastisitas penerimaan kartu perdana ini merupakan salah satu faktor penting dalam membuat rencana pemasaran strategis perusahaan. Dengan mengetahui tingkat elastisitas ini secara tepat maka dapat dilihat sifat-sifat dari masing-masing kelompok yang berbeda dengan kelompok-kelompok yang lain. Segmentasi pasar dapat dibagi menjadi variabel-variabel, diantaranya adalah: variabel geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku tertentu. Segmentasi geografis membagi elastisitas pasar menjadi beberapa unit secara geografis, seperti negara, regional, negara bagian, kota atau komplek sebuah petumahan. Demografis

membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel, seperti umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Psikografis membagi pasar menjadi kelompok berbeda pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian. Tingkah laku mengelompokkan pengguna berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, atau reaksi mereka terhadap suatu produk. Kecuali variabel berdasarkan manfaat (*benefit segmentation*), segmentasi ini lebih didasarkan pada manfaat yang diinginkan oleh konsumen dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Pada umumnya dapat dikatakan bahwa perusahaan dapat lebih berhasil apabila perusahaan tersebut membagi-bagi pasar dan kemudian memilih satu atau beberapa bagian segmen pasar tertentu untuk dijadikan target pemasaran.

Target pemasaran dapat dicapai melalui permintaan produk suatu perusahaan. Dikaitkan dengan hal itu maka penulis tertarik untuk meneliti permintaan voucher kartu dengan judul: **"Analisis Permintaan Voucher Hand Phone Mentari di Kalangan Mahasiswa UII Yogyakarta"**.

1.2. Rumusan Masalah

Agar perusahaan dapat merencanakan strategi pemasarannya yang tepat dan dapat mempertahankan produknya di pasar, maka perusahaan harus memperhatikan faktor permintaan voucher. Karena tingkat elastisitas ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan perusahaan. Untuk itu perlu pengelolaan yang sebaik-baiknya agar perusahaan dapat menghasilkan daya saing bagi produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh pendapatan terhadap penggunaan voucher Mentari di kalangan mahasiswa UII ?
2. Apakah fenomena Flexy berpengaruh terhadap kecenderungan pemakaian Voucher Mentari ?

1.3. Batasan Masalah

Supaya pemecahan masalah dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari obyek bahasan, maka perlu ditetapkan batasan-batasan permasalahan terhadap penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa yang ada di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Responden yang diteliti adalah yang menggunakan kartu pra-bayar ponsel merk Mentari.
3. Masalah yang diteliti adalah tingkat elastisitas permintaan voucher Mentari berdasarkan pendapatan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan ialah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan terhadap penggunaan voucher Mentari di kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis fenomena Flexy terhadap kecenderungan pemakaian Voucher Mentari.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui pemecahan masalah maka akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai dasar penelitian selanjutnya.
2. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi perusahaan untuk mengetahui dengan pasti tingkat elastisitas permintaan voucher Mentari.
3. Untuk menambah wawasan kepada mahasiswa mengenai elastisitas permintaan pasar.
4. Memberikan informasi bagi peneliti lain yang akan meneliti mengenai elastisitas permintaan pasar.