

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dalam dunia telekomunikasi semakin pesat dalam kurun waktu sekarang ini. Kemajuan yang pesat didalam dunia telekomunikasi sangat mempengaruhi selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Seiring berjalannya waktu kemajuan teknologi membuka banyak peluang bagi para perusahaan-perusahaan untuk menghasilkan produk yang inovatif, terutama di bidang komunikasi. Melihat kondisi ekonomi yang semakin terus menurun akibat adanya krisis global saat ini, maka perusahaan harus memikirkan jalan terbaik untuk dapat melakukan inovasi terhadap produknya, karena semakin berkembangnya teknologi, maka semakin banyak pula alat-alat pendukung di bidang komunikasi.

Setiap orang membutuhkan alat komunikasi untuk memudahkan berkomunikasi dengan orang lain, apalagi dengan orang-orang yang terpakut jarak yang cukup jauh. Alat komunikasi telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan bila hampir setiap masyarakat dari seluruh kalangan menggunakan telpon selular atau handphone, dengan

banyaknya pengguna handphone, bukan saja menguntungkan bagi perusahaan-perusahaan penyedia jasa telekomunikasi untuk memberikan fasilitas-fasilitas layanan yang terbaru untuk memenuhi kebutuhan dalam berkomunikasi.

Selain sebagai alat komunikasi, handphone pun digunakan untuk mencari informasi-informasi terbaru melalui internet yang dapat diakses melalui handphone, maraknya dunia internet membuat para penyedia jasa layanan komunikasi memberikan fasilitas untuk memudahkan mengakses informasi dari dunia maya.

Perkembangan jaringan internet ini juga diiringi dengan perkembangan telpon genggam, sama halnya dengan komputer dan internet, konsumen pemakai telpon genggam juga semakin meningkat. Melihat peluang pasar yang begitu besar serta kesadaran masyarakat untuk dapat mengakses internet maupun berkomunikasi, para penyedia jasa layanan komunikasi ini mencoba menghadirkan produk-produk yang inovatif dalam hal komunikasi.

Di Indonesia terdapat banyak perusahaan penyedia jasa layanan komunikasi, hal ini membuat konsumen lebih selektif dalam memilih penyedia layanan tersebut. AXIS adalah salah satu perusahaan penyedia jasa layanan komunikasi di Indonesia melalui jaringannya yang tersebar di beberapa pulau meliputi Sumatra, Jawa, Kalimantan serta Sulawesi. Pemegang Merek AXIS sendiri adalah

Natrindo Telpon Seluler PT. Visi dari perusahaan ini adalah memberikan kenyamanan komunikasi yang maksimal bagi konsumennya dari visi inilah yang membuat AXIS bertekad untuk menyediakan layanan yang menarik, inovatif, dan terjangkau untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia berkomunikasi. AXIS berkomitmen untuk membuat layanan komunikasi yang terjangkau untuk setiap orang.

AXIS memang nama yang cukup unik untuk sebuah layanan telekomunikasi selular. AXIS satu – satunya operator memiliki hubungan dengan STC ( *Saudi Telecom Company*). Salah satu operator terbesar di Arab Saudi yang memberikan kenyamanan komunikasi maksimal kepada konsumennya pada saat menjalankan ibadah maupun umroh. STC hadir di lebih dari 10 negara, termasuk Turki, Yordania, Libanon, Afrika Selatan, Saudi Arabia, Bahrain, Kuwait, India, Malaysia dan Indonesia.

Dalam waktu hanya tiga tahun beroperasi, AXIS telah menginvestasikan 1 Milyar dollar amerika dan telah menjangkau lebih dari 80% populasi di Indonesia dimana produk dan layannya telah tersedia di 400 Kota. Pendapatan AXIS meningkat dua kali lipat di 2010 dibandingkan 2009. Sejak beroperasi tahun 2008, hingga kini Axis memiliki sekitar 15 juta pelanggan. Pendapatan perusahaan di

kuartal III/2011 tercatat Rp 943,37 miliar, naik 267,9 persen dibanding periode sama tahun sebelumnya.

Berdasarkan hal tersebut , maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian skripsi ini dengan judul “ **ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KARTU PERDANA AXIS**” ( Studi kasus pada orang yang membeli dan menggunakan kartu perdana AXIS yang berdomisili di wilayah Jakarta Barat. )

## **B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Banyaknya perusahaan penyedia layanan yang mencoba memberikan penawaran produk dengan jenis yang sama maupun harga yang relative sama.
- b. Banyaknya pilihan akan produk-produk yang beraneka ragam atau sama dari perusahaan penyedia Layanan Telekomunikasi.
- c. Sikap dari konsumen sendiri yang dipengaruhi oleh banyaknya faktor terhadap produk-produk tersebut.
- d. Banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian

### **2. Pembatasan Masalah**

Untuk mengarahkan pembahasan kepada tujuan yang ingin dicapai, maka penulis hanya membatasi masalah penelitian pada sikap dan perilaku konsumen terhadap produk kartu perdana AXIS.

## **C. Perumusan Masalah**

Berikut adalah perumusan masalah berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah diatas :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap kartu perdana AXIS ?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap kartu perdana AXIS ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap kartu perdana AXIS.
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap kartu perdana AXIS.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan  
hasil penelitian ini sebagai masukan untuk perusahaan sehingga bermanfaat untuk memperbaiki kekurangan serta dijadikan pelaksanaan untuk kegiatan pemasaran kartu perdana AXIS.
2. Bagi penulis  
Sebagai sarana untuk memperluas pengetahuan dan lebih memahami sikap dan perilaku konsumen dengan melakukan praktek langsung di lapangan dengan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan.

### 3. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan bahan atau referensi untuk penelitian berikutnya yang akan dilakukan oleh pembaca khususnya mengenai sikap dan perilaku konsumen.

## **F. Sistematika Penulisan**

Guna memperoleh gambaran yang jelas dalam melakukan penulisan laporan skripsi ini. Maka penulis membagi pembahasan ke dalam 6 ( enam ) Bab dalam sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II            LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan serta kerangka piker dan hipotesis.

### **BAB III      METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### **BAB IV      GAMBARAN UMUM RESPONDEN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai data atau karakteristik responden mengenai sikap dan perilaku konsumen terhadap produk kartu perdana Axis.

### **BAB VI      KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab dan pembahasan terakhir yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan perusahaan.