

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Telekomunikasi seluler di Indonesia adalah sebuah substansi yang mencakup keseluruhan hal yang berhubungan perkembangan telekomunikasi seluler yang terjadi di Indonesia. Telekomunikasi seluler mulai dikenal sejak tahun 1984, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang paling awal mengadopsi teknologi seluler versi komersial. Masyarakat dunia menyadari hal tersebut sehingga mereka berupaya keras menghasilkan infrastruktur yang mampu menyampaikan informasi secara cepat artinya mereka sangat membutuhkan jaringan telekomunikasi yang memiliki kualifikasi.

Penyedia layanan komunikasi di Indonesia baik GSM dan CDMA penuh dengan persaingan antar merek yang ada. Konsumen yang memilih kartu prabayar GSM dalam berkomunikasi tentu dibingungkan oleh banyaknya merek, meskipun begitu konsumen pasti bisa memilih yang sesuai dengan kebutuhannya dan lebih selektif dalam memilih merek.

Kartu IM3 merupakan produk kartu seluler prabayar yang dikeluarkan oleh PT. Indosat Tbk. selain kartu Mentari, Star one dan kartu Matrix. Keunggulan Kartu Prabayar IM3 dari Indosat, seperti keamanan (bebas dari penyadapan dan penggandaan), aksesibilitas, harga yang terjangkau, mutu prima serta jangkauan yang luas menjadikan IM3 mendapat nilai maksimal dari aneka pelayanan yang

berkesinambungan dari kartu IM3. Harga paket layanan untuk *Blackberry* yang dimaksud dari produk IM3 ini adalah biaya pulsa yang bervariasi sesuai dengan keinginan pembelian konsumen terhadap layanan *Blackberry*. Berkisar antara Rp.4500,- untuk Registrasi paket harian. Paket BIS berisi *features email (max 10 account personal email), chatting (YM, ICQ, Gtalk, MSN, AOL), browsing, social networking (facebook, myspace, etc)*, dan banyak aplikasi menarik lainnya. Paket ini mempunyai fungsi Wi-Fi dan semua fitur diatas dapat diakses melalui koneksi Wi-Fi, ada pula paket mingguan dengan harga Rp.25.000,- dengan *Features* BIS sama seperti diatas, ada pula paket bulanan dengan harga paket Rp.90.000,- dengan memberikan layanan *Features* BIS sama seperti diatas. Keunggulan IM3 adalah daya jangkau yang bisa menjangkau wilayah-wilayah di seluruh Nusantara sehingga konsumen mudah dihubungi dan menghubungi di mana saja dan yang terpenting tidak perlu repot dengan persyaratan administratif.

Didalam menghadapi persaingan yang terjadi dalam industri ini, masing-masing merek mencoba menciptakan keunggulan atau karakteristik tertentu serta terus berinovasi untuk memenangkan persaingan ini. PT.Indosat,Tbk melalui IM3 nya dituntut bekerja lebih keras untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan pelanggan. Hal ini harus dilakukan demi menjaga posisinya yang saat ini adalah market leader didalam bisnis jasa operator seluler untuk prabayar dan juga untuk membuat pelanggan tetap puas terhadap layanan *Blackberry* IM3. Perubahan dalam dunia usaha yang

semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, problem sentral yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang, tujuan tersebut akan tercapai jika perusahaan melakukan proses pemasaran.

Perhatian pada persaingan, menyebabkan konsumen merupakan pilar utama yang harus dijaga setiap perusahaan yang ingin berhasil menguasai dan mempertahankan pangsa pasarnya. Keberhasilan atau kegagalan setiap perusahaan sangat tergantung bagaimana pola dan respon pembelian atas produknya serta tingkat intensitas persaingannya, baik langsung maupun dengan substitusinya.

Pada kalangan remaja saat ini, sangat banyak sekali penggunaan *Blackberry*, dari kalangan SD, SMP sampai SMA. Peneliti melihat kondisi perkembangan remaja sekarang ini, bahwa dikalangan remaja saat ini sangat banyak menggunakan layanan *Blackberry*. Disamping itu peneliti juga mencoba menduga, bahwa kebutuhan remaja di layanan *Blackberry* ini dikarenakan dari gaya hidup ataupun *Life Style* bukan dari faktor kebutuhan.

Dalam hal ini, peneliti ingin meneliti produk IM3 pada layanan *Blackberry* lewat bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan IM3. Salah satu cara bagi perusahaan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan adalah melalui paduan

bauran pemasaran yang tepat dan sesuai. Dalam hal ini unsur bauran pemasaran yang ingin dianalisis adalah produk, harga, saluran, distribusi, dan promosi.

“Analisis yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan IM3 (Paket Layanan Blackberry)”. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Sekolah Menengah Atas Al Azhar BSD Tangerang Selatan, Banten.

B. Identifikasi Masalah

Dalam proses penelitian yang dilakukan, penulis telah mengumpulkan masalah-masalah yang dihadapi oleh layanan *Blackberry* pada *provider* IM3.

Adapun masalah - masalah yang dihadapi yaitu sebagai berikut :

1. Provider IM3 pada layanan *Blackberry* ingin memberikan produk, harga, distribusi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bermunculannya kompetitor yang sejenis serta berorientasi pada produk yang sama.
3. Dengan bermunculannya pesaing, memaksa untuk memberikan nilai tambah kepada konsumennya.

C. Pembatasan Masalah

Dengan produk yang diteliti adalah IM3 pada layanan *Blackberry*, maka ruang lingkupnya akan dibatasi agar peneliti dapat lebih terarah dalam meneliti.

1. Peneliti membatasi masalah dengan melakukan penelitian pada pelanggan *Provider* IM3 pada layanan *Blackberry*, terhadap siswa/i SMA Al Azhar JL. Puspita Loka 3.2 Bumi Serpong Damai Tangerang Selatan, Banten.
2. Penelitian ini ditulis untuk melihat pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan *provider* IM3 pada layanan *Blackberry*.
3. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pelanggan IM3 yang sudah menggunakan layanan *Blackberry* minimal 6 bulan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah terdapat pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan ?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan ?
5. Apakah terdapat pengaruh Bauran Pemasaran terhadap kepuasan pelanggan ?
6. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap produk IM3 pada layanan *Blackberry*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap produk IM3 pada layanan *Blackberry*.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian tersebut antara lain :

1. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat guna meningkatkan kualitasnya demi menjaga tingkatan kepuasan pelanggan IM3 pada layanan *Blackberry*.
2. Bagi peneliti, diharapkan akan memperoleh pengetahuan dan informasi yang berharga mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan serta studi perbandingan antara teori ilmu dan kenyataan yang terjadi dilapangan atau dipasar.

3. Bagi Universitas Esa Unggul, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai data tambahan dan dokumentasi guna melengkapi sarana yang diperlukan dalam penyediaan bahan studi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

G. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penyusunan skripsi ini terdiri dari Enam bab, masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulisan menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, agar dapat menjawab permasalahan yang akan dibahas, kerangka pikir penelitian dan hipotesa.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel. metode

pengumpulan sampel, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV : GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai karakteristik dari responden seperti (jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan penghasilan)

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian terhadap analisa dan pembahasan masalah tersebut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini penulis mencoba untuk dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi para pembaca.