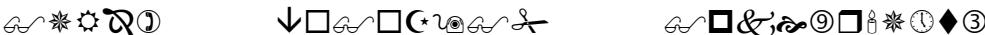


BAB I

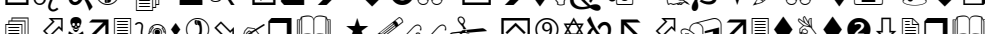
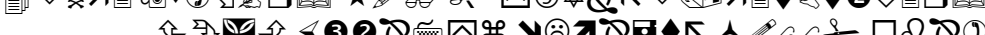
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang salah satunya teknologi komunikasi berdampak pada perubahan perilaku manusia baik secara langsung maupun tak langsung pada perubahan perilaku manusia salah satunya dalam perkembangan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi yang semakin handal, efektif dan ekonomis sudah menjadi kebutuhan yang mendasar karena sangat menunjang aktifitas. Komunikasi merupakan alat yang penting dalam menunjang kelangsungan hidup manusia untuk saling mengenal dan berinteraksi satu dengan lainnya seperti dalam Al-Quran surat al-Hujurat diterangkan.





Artinya : “Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal sesungguhnya orang yang paling mulia disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa di antara kamu sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal” (surat: al-Hujurat, ayat 13)¹

Dalam sebuah hadist Rasulullah SAW pernah bersabda:

¹ Yayasan Penyelenggara dan Penafsir, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: Depag RI, 2006, hlm. 412.

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ أَوْ يُنْسَأَ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ (رواه مسلم)

Artinya: “Dari Anas Ibnu Malik berkata, Rasulullah SAW bersabda: “Barangsiapa ingin dilapangkan rizki dan panjang umurnya maka sambunglah sanak saudaranya” (HR. Muslim).²

Berdasarkan ayat di atas jelas bahwa manusia memang diciptakan untuk saling mengenal dan berinteraksi satu dengan yang lain agar tercipta komunikasi, karena hakekat manusia umum (*human nature in general*) yaitu manusia merupakan makhluk sosial. Menurut pandangan sosialis manusia itu sebenarnya adalah makhluk sosial bukan individu, manusia seharusnya hidup secara harmonis dengan alam dan manusia-manusia lainnya.³ Al-Qur'an menceritakan tentang aspek historis penciptaan manusia dengan istilah “Bani Adam” (al-A'raf:19) keberadaan sebagai makhluk sosial dihubungkan dengan pasangannya (Hawa) pertama kali manusia diciptakan, seorang manusia memerlukan orang lain dalam menampilkan perilaku sosial sebagai sisi terpenting yang memberi tempat dari derajat kemanusiaan.⁴

Untuk mewujudkan hal itu manusia harus menjalin komunikasi dengan orang lain. Seiring perkembangan zaman, sarana komunikasi juga turut berkembang. Dulu komunikasi harus secara langsung dengan tatap muka. Kemudian berkembang menggunakan surat ada juga yang melibatkan teknologi informasi yaitu dengan pager, faksimile, telpon kabel dan yang lebih mudah yaitu dengan telepon genggam / telepon seluler. Kemudahan itu

² Imam Abi Khusain Bin Hajaj, *Shahih Muslim*, Darul Kutub, Tanpa Tahun, hlm. 1982

³ Arnicum Azis, Hartono, *Ilmu Sosial Dasar*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997, hlm. 285

⁴ Ali Anwar Yusuf, *Wawasan Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2002, hlm. 47

antara lain karena memungkinkan dibawa kemana-mana dan menawarkan fasilitas sekunder di luar fungsi komunikasi.

Telepon seluler atau sering disebut dengan telepon genggam (*hand phone/mobile, phone/cellular phone*) adalah salah satu alat komunikasi yang beberapa tahun belakang ini semakin banyak digunakan dan pertumbuhannya terus melonjak. Teknologi ponsel mengalami perkembangan, dari teknologi berbasis AMPS (*Advance Mobile Phone System*) sampai GSM (*Global System For Mobile Communication*) AMPS yaitu teknologi ponsel dengan sistem modulasi suara analog yang menggunakan frekuensi 800 MHz dan 1800 MHz. Ponsel berbasis GSM yaitu Nama group standardisasi yang dimapankan pada tahun 1982 untuk menghasilkan standar telepon bergerak di Eropa, digunakan sebagai formula spesifikasi untuk pan-eropa sistem seluler radio bergerak yang bekerja pada frekuensi 900 MHz.⁵ Ponsel GSM mempunyai kualitas suara lebih jernih dan jangkauan signal lebih luas dimana setiap ponsel GSM menggunakan *sim card* untuk dapat mengaktifkan ponselnya.

Ponsel bukan hanya sekedar alat komunikasi suara tetapi telah berkembang ke arah komunikasi data yang disebut dengan *Wireless Application Protocol* (WAP) yang bisa mengakses internet. Banyaknya kelebihan yang dimiliki GSM menyebabkan teknologi AMPS yang dulu merajai kini mulai ditinggalkan pelanggan.

⁵ Suryani, *Global System for Mobile Communication (GSM)*, Jakarta: Grasindo, 2005, hlm.

Sim card atau kartu sim yang sering digunakan pada ponsel GSM sendiri dapat dibedakan menjadi dua yang berhubungan dengan sistem pembayaran, yaitu kartu sim prabayar dan pasca bayar. Sim pasca bayar adalah kartu ponsel yang mengharuskan konsumen untuk berlangganan ke salah satu operator GSM dengan kewajiban membayar abonemen dan pulsa yang ditagihkan pada bulan berikut dari bulan pemakaian. Sim prabayar, konsumen hanya membeli voucher/isi ulang (*reload voucher*) yang sudah disediakan tanpa membayar abonemen. Sampai bulan Januari 2011, operator ponsel GSM yang ada di Indonesia adalah Telkomsel, Indosat, Exelcomindo Pratama, yang semuanya masih menggunakan frekuensi 900 MHz.⁶ Ketiga operator tersebut pada awalnya hanya menerapkan sistem pasca bayar, namun setelah adanya inovasi sistem prabayar yang lebih praktis, sebagian konsumen berpindah dari sistem pasca bayar ke prabayar.

Adanya permintaan yang cukup tinggi dari konsumen dan berdirinya beberapa operator ponsel GSM baru yang menggunakan frekuensi 1800MHz. (Indosat dan Telkomsel) sejak akhir 2001 menyebabkan bisnis telpon seluler mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Akibatnya perusahaan yang bergerak di bidang barang atau jasa telekomunikasi saling bersaing untuk memperebutkan pangsa pasar yang potensial. Hal itu dibuktikan oleh masing-masing operator yang setiap tahunnya terus mengalami volume penjualan pada pelanggan sebagai berikut:

⁶ Nugroho Bambang, *Alat Komunikasi*, Klaten: CV.Sahabat, 2008, hlm. 25

Tabel 1.1

Tahun	Telkomsel	Indosat	XL
2006	33 Juta	15 Juta	9 Juta
2007	45 Juta	23 Juta	14 Juta
2008	63 Juta	35 Juta	25 Juta
2009	70 Juta	32 Juta	24 Juta

sumber: www.Indosat.com

Dari tabel di atas terlihat bahwa penggunaan Telkomsel paling banyak di antara lainnya. Akan tetapi produk Indosat yang banyak digunakan oleh mahasiswa IAIN Walisongo. Seperti dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.2

Fakultas	Indosat	Telkomsel	XL
Tarbiyah	16	5	4
Syariah	18	5	2
Dakwah	10	10	5
Ushuludin	12	7	6

sumber: Wawancara Dengan Mahasiswa

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa IAIN Walisongo yang terdiri dari empat fakultas. Dari masing-masing fakultas penulis mengambil sampel sebanyak 25 mahasiswa. Enam belas dari 25

mahasiswa Tarbiyah memakai Indosat, sedangkan dari Fakultas Syariah sebanyak 18 mahasiswa menggunakan produk Indosat. Empat puluh persen atau dari 10 dari 25 mahasiswa Dakwah memakai produk Indosat. Di Fakultas Ushuluddin 12 dari 25 mahasiswa memakai produk Indosat. Sedangkan jumlah pengguna kartu prabayar yang lain pada masing-masing fakultas dapat dilihat pada tabel diatas.⁷

Dari tabel di atas terlihat bahwa mahasiswa IAIN Walisongo paling banyak menggunakan produk Indosat. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan ini dengan judul **“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Indosat oleh Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah apakah *marketing mix* berpengaruh positif terhadap keputusan membeli kartu prabayar produk Indosat oleh mahasiswa IAIN Walisongo dan seberapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif dan *marketing mix* terhadap keputusan membeli kartu prabayar produk Indosat pada mahasiswa IAIN Walisongo dan nilai pengaruhnya.

⁷ Wawancara dilakukan pada tanggal 28 Januari s/d 11 Februari dengan cara observasi di tiap fakultas di kampus IAIN Walisongo Semarang.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi semua. Manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dalam hal pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan membeli mahasiswa IAIN Walisongo dalam pembelian kartu prabayar produk Indosat.

2. Bagi IAIN Walisongo

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan referensi yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan *marketing mix* dan keputusan membeli suatu produk prabayar Indosat.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

Bab II. Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini menguraikan tentang *marketing* (pemasaran), *marketing mix* yang terdiri produk, harga, lokasi, promosi, keputusan membeli meliputi peran pembelian konsumen, perilaku pembelian, tahap-tahap proses keputusan pembelian, karakteristik yang mempengaruhi perilaku pembelian, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

Bab III. Metode Penelitian

Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi: jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

Bab IV. Analisis Data

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang profil obyek penelitian, pengujian dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisa data.

Bab V. Kesimpulan

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran- saran dari hasil analisis data pada bab – bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.