

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini teknologi yang muncul pada masyarakat selalu berkembang ke arah yang lebih maju dan canggih, begitu juga perkembangan yang terjadi pada teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi masal memberikan kemudahan pada setiap penggunaannya, contohnya saja seperti handphone atau telepon genggam yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja pengguna membutuhkan. Dengan berkembangnya teknologi informasi, kebutuhan manusia dalam mengakses informasi global dapat diakses dengan sangat cepat yaitu menggunakan teknologi internet. Dengan mengakses internet pengguna internet akan dengan mudah dan cepat dalam mendapatkan informasi yang diinginkan, seperti berhubungan dengan kerabat yang jauh, menggunakan internet sebagai alat bantu promosi atau menggunakan internet sekedar untuk bersosialisasi dengan banyak orang. Untuk mengakses internet melalui handphone pengguna harus membeli paket internet agar perangkat internet dalam handphone dapat berfungsi.

Pada saat ini provider penyedia layanan paket internet pada kartu seluler sudah banyak dan mudah didapat. Dengan banyaknya penyedia layanan paket internet pada provider penyedia membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Dalam memilih suatu barang atau jasa konsumen tentu memiliki alasan untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dengan tujuan tercapainya kepuasan maksimum, kepuasan dalam mengkonsumsi barang atau produk itu sendiri bernilai subjektif bagi pemakai barang atau produk yang bersangkutan maupun bagi penilainya (Ahman dan Rohmana, 2009:144). Karena banyaknya pilihan dalam paket internet yang disediakan provider provider GSM maka konsumen akan memilih produk dengan berbagai pertimbangan dan dengan memperhatikan faktor faktor yang melandasi mahasiswa dalam memilih suatu barang yang akan dikonsumsi. Begitu juga dalam mengkonsumsi atau membeli paket internet, mahasiswa akan dihadapkan dengan pilihan berbagai macam provider yang menyediakan paket internet seperti Telkomsel, Indosat, XL, Smartfren dan lain-

lain. Dalam kasus ini peneliti mendapatkan hasil perbandingan pengguna paket internet pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis yang ditemui peneliti dengan jumlah dua puluh lima mahasiswa dan dapat digambarkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Pengguna Paket Internet Berdasarkan Provider

Provider	Banyaknya Pengguna	Persentase (%)
Telkomsel	4	16
XL	6	24
Indosat	15	60
Jumlah	25	100

Sumber: Pra penelitian, data diolah

Dilihat dari Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa dari dua puluh lima mahasiswa FPEB lima belas orang lebih memilih menggunakan paket internet dengan provider indosat dibandingkan dengan provider yang lainnya seperti Simpati yang hanya empat orang dan provider XL yang berjumlah enam responden. Dari beberapa alasan lima belas mahasiswa yang memilih menggunakan paket internet dari provider Indosat dikarenakan paket internet dari provider Indosat menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan provider Simpati dan XL, adapun alasan yang diutarakan responden yang memilih provider Indosat dikarenakan paket Internet dari Indosat sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswa yang berhubungan dengan anggaran yang dimiliki oleh mahasiswa khususnya anak kost.

Alasan lain dari pemilih paket internet Telkomsel dan XL, mereka beralasan memilih paket internet dari Telkomsel karena kekuatan sinyal yang lebih baik dan stabil dan alasan pemilih paket internet dari XL karena kecepatan internet yang lebih cepat dibandingkan dengan yang lainnya. Jadi dari duapuluh lima orang mahasiswa FPEB limabelas mahasiswa lebih memilih (preferensi) dan lebih puas menggunakan paket internet Indosat dibandingkan dengan paket internet dari

Telkomsel dan XL yang hanya dipilih oleh empat dan enam mahasiswa yang merasa puas dengan paket internet Telkomsel dan XL.

Kepuasan dalam mengkonsumsi barang atau produk itu sendiri bernilai subjektif bagi pemakai barang atau produk yang bersangkutan maupun bagi penilainya. Dalam teori perilaku konsumen menurut Ahman dan Rohmana (2009:144) menjeaskan bagaimana konsumen itu menggunakan sumber daya yang ada (uang) dalam rangka memuaskan kebutuhan/keinginan dari satu atau lebih produk. Jadi perilaku konsumen timbul karena adanya kendala keterbatasan sumber daya (uang) tetapi disatu sisi adanya keinginan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal dari suatu barang atau jasa yang dibeli. Pilihan atau preferensi itu sendiri dari teori preferensi terungkap adalah kemampuan konsumen dalam memilih sekelompok barang dari kelompok barang lain karena konsumen lebih menyukai kelompok barang tersebut atau karena kelompok barang tersebut lebih murah dari barang lain (Bilas, 1994:129)

Dalam kaitanya dengan paket internet mahasiswa akan dihadapi dengan pilihan antara beberapa paket internet dari berbagai macam provider untuk mendapatkan kepuasan maksimal yang sesuai dengan keinginan. Namun dalam memilih suatu produk untuk mendapatkan kepuasan maksimum, mahasiswa FPEB akan dihadapkan dengan persoalan anggaran. Jadi konsumen memiliki keinginan untuk mengkonsumsi produk normal sebanyak-banyaknya guna memberikan kepuasan total sebesar-besarnya, namun karena produk yang akan dikonsumsi harus dibeli (tidak gratis) maka akan dibatasi oleh anggaran yang dimiliki konsumen (Gaspersz, 2011:166).

Dengan keterbatasan anggaran maka mahasiswa akan akan dibatasi dalam memilih suatu barang atau paket internet yang akan dikonsumsinya. Konsumen dengan anggaran yang terbatas maka akan semakin sempit pilihan terhadap paket internet yang dapat dibeli atau dikonsumsi, maka konsumen tersebut akan mencari barang yang akan dikonsumsi sesuai dengan anggaran agar tetap mendapatkan kepuasan dari barang yang dikonsumsinya. Sedangkan konsumen dengan anggaran yang besar maka konsumen tersebut lebih banyak pilihan dalam

memilih paket internet yang akan dikonsumsi yang dapat memaksimalkan kepuasannya sesuai dengan anggarannya.

Faktor lain yang memberikan pengaruh terhadap barang atau paket internet yang menjadi pilihan konsumen dilihat dari alasan responden adalah atribut dari barang atau paket internet itu sendiri. Jadi konsumen akan memilih barang yang memiliki daya guna atau atribut di dalam barang tersebut yang dapat memuaskan konsumen. Seperti yang diungkapkan Ahman dan Rohmana (2009:154), konsumen dalam memilih suatu barang yang akan dikonsumsi juga akan dipengaruhi oleh anggaran dan banyaknya pilihan produk yang dapat dilihat dari kualitas produknya, bahwa daya guna suatu barang tidak perlu diukur, tapi cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya (preferensi) daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang.

Atribut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen juga disebutkan pada teori atribut Kevin Lancaster. Kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh atribut barang atau jasa itu sendiri, kepuasan yang ingin diperoleh seseorang terhadap barang ataupun jasa yang dibelinya bukan terletak pada barang itu sendiri melainkan pada atribut atau karakteristik yang dimiliki oleh barang atau jasa yang bersangkutan (Siswanto, 2012:8).

Kualitas pada atribut barang itu sendiri juga berkaitan dengan anggaran yang akan dikeluarkan untuk memilih atau mengkonsumsi barang atau paket internet itu sendiri, karena dengan kualitas yang baik atau bagus maka harga yang dibebankan pada barang akan menjadi lebih besar daripada barang dengan kualitas yang rendah. Seperti yang diungkapkan Kotler (Evelina, Handoyo dan Listyorini, 2012:5), dimana produk dengan manfaat atau kualitas yang bagus maka konsumen akan dibebankan harga produk yang besar sesuai dengan kualitas produk tersebut, jadi dengan adanya beban harga pada suatu produk maka konsumen akan memilih harga dari banyaknya pilihan macam-macam produk dengan harga yang sesuai kepuasan yang diinginkan dan sesuai pada anggaran yang dimiliki.

Jadi dalam membelanjakan uang untuk mengkonsumsi barang akan ada proses memilih barang yang menurut konsumen lebih menguntungkan agar

tercapainya kepuasan maksimum. Dari faktor-faktor permasalahan tersebut maka konsumen akan memilih (preferensi) sesuai dengan kemampuan dan memilih barang dengan daya guna yang menghasilkan kepuasan maksimum, seperti yang diungkapkan oleh Ahman dan Rohmana (2009:154) bahwa daya guna suatu barang tidak perlu diukur, tapi cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya (preferensi) daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang.

Dilihat dari beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi pengguna paket internet pada mahasiswa FPEB dan dengan permasalahan yang muncul dari pengaruh anggaran dan atribut untuk memilih paket internet, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Anggaran dan Atribut Terhadap Preferensi Paket Internet Indosat (Survey pada Mahasiswa FPEB)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Uraian latar belakang diatas dapat dilihat perilaku konsumen dalam memilih (preferensi) dengan permasalahannya adalah seperti apa pengaruh faktor anggaran dan atribut produk pada preferensi konsumen untuk mendapatkan kepuasan maksimum dalam menggunakan atau memilih paket internet Indosat, survey pada mahasiswa FPEB. Perilaku konsumen sendiri akan timbul karena adanya kendala dalam keterbatasan pendapatan disatu sisi, dan sisi lain adanya keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa sebanyak banyaknya (Ahman dan Rohmana. 2009:144). Jadi pada intinya karena adanya keterbatasan tersebut maka konsumen akan meberdayakan sumber daya (uang) untuk membeli barang atau jasa yang dapat memuaskan konsumen tersebut, maka akan muncul perilaku konsumen untuk memilih atau memilah barang atau jasa yang dapat menghasilkan kepuasan maksimal.

Sumber daya (uang) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah anggaran atau pengeluaran yang disusun dari pendapatan untuk mengkonsumsi barang. Jadi sumber daya (uang) yang dimaksud adalah anggaran yang dikeluarkan mahasiswa FPEB dalam mengkonsumsi paket internet. Konsumen memiliki keinginan untuk

mengonsumsi produk normal sebanyak-banyaknya guna memberikan kepuasan total sebesar-besarnya, namun karena produk yang akan dikonsumsi harus dibeli (tidak gratis) maka akan dibatasi oleh anggaran yang dimiliki konsumen (Gaspersz, 2011:166). Kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh atribut barang atau jasa itu sendiri. Seperti pada teori atribut Kevin Lancaster, menurut Felix Siswanto (2012:8) kepuasan yang ingin diperoleh seseorang terhadap barang ataupun jasa yang dibelinya bukan terletak pada barang itu sendiri melainkan pada atribut atau karakteristik yang dimiliki oleh barang atau jasa yang bersangkutan.

Dari faktor yang berkaitan dengan preferensi konsumen, maka adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana gambaran preferensi konsumen paket internet Indosat di FPEB UPI?
- 2) Bagaimana pengaruh anggaran terhadap preferensi penggunaan paket internet Indosat pada mahasiswa FPEB?
- 3) Bagaimana pengaruh atribut terhadap preferensi penggunaan paket internet Indosat pada mahasiswa FPEB?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana gambaran preferensi konsumen paket internet Indosat di FPEB UPI
- 2) Untuk menjelaskan pengaruh anggaran terhadap preferensi penggunaan paket internet Indosat pada mahasiswa FPEB.
- 3) Untuk menjelaskan pengaruh atribut terhadap preferensi penggunaan paket internet Indosat pada mahasiswa FPEB.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- 1) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi mikro, khususnya terkait dengan preferensi konsumen.
- 2) Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai faktor anggaran dan atribut yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap preferensi penggunaan paket internet pada mahasiswa FPEB.
- 3) Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan pengembangan pengetahuan lebih lanjut dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk kasus-kasus serupa