ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP HANDPHONE MEREK NOKIA TIPE 6600 DI PALEMBANG

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dahulu sebelum adanya telepon, banyak orang yang sering menggunakan *handytalkie* untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui frekuensi tertentu dan dalam radius atau jarak yang tidak terlalu jauh. Kemudian diciptakanlah alat komunikasi yang berupa telepon untuk dapat memudahkan informasi yang dibutuhkan secara cepat dan tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Seiring berkembangnya teknologi telekomunikasi pada era globalisasi yang semakin pesat ini, membawa dampak positif bagi pemakai atau pengguna alat komunikasi baik secara kelompok maupun individu. Para ahli dibidang telekomunikasi telah mengembangkan alat komunikasi berupa telepon tanpa kabel yang sering disebut *handphone* yang dapat digunakan setiap saat dan bisa dibawa kemana saja. Produk *handphone* sekarang ini bukanlah merupakan produk barang yang mewah lagi, karena setiap orang dapat memilikinya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mencari laba bisa saja berbeda-beda tergantung dari kebijakan yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan.Didalam berkompetisi terdapat banyak berbagai macam merek dan tipe *handphone* yang telah dipakai diseluruh dunia. Salah satunya *handphone* merek Nokia yang mempunyai banyak macam tipe, salah satunya adalah tipe

Nokia 6600. Nokia yang merupakan merek *mobile phone* yang mendunia dan banyak digunakan orang untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Nama Nokia berawal dari sebuah kota kecil di Barat Daya Finlandia yang bernama Nokia. Nama itu berasal dari bahasa Finlandia *nokinaata*, yang berarti *marten* (kayu cemara berbulu halus). Berawal ketika seorang ahli mesin Knut Fredrik Idestam mendirikan perusahaan pengolahan kayu di Nokia tahun 1865. Lambat laun usaha tersebut berkembang pesat dari membuat kertas dan sepatu boot hingga menjadi produsen *Mobile telecommunication* yang paling menakjubkan di dunia. Nokia berhasil meluncurkan *digital switch* yang diberi nama Nokia DX200.

Pada awal 1981, Nokia berhasil meluncurkan produk bernama Nordie Mobile Telephony (NMT). NMT merupakan jaringan selular multinasional pertama di dunia. Tahun 1991 Nokia terus mengembangkan industri ponselnya dan meneken kerjasama dalam menyuplai jaringan GSM ke sembilan negara Eropa. Selanjutnya pada Agustus 1996 Nokia juga menjalin kerjasama dalam suplai sistem GSM ke 59 operator di 31 negara.

Kini dengan tenaga kerja sebanyak 60 ribu orang, produk Nokia terjual di 130 negara dan kantor pusatnya di *Keilalahti* di kota Espoo (Finlandia) dan telah memproduksi 2100 seri ponsel Nokia. Sebagai produk terdepan dalam komunikasi di Asia Pasifik, Nokia pertama kali membuka *representative office* di Indonesia pada tahun 1996 tepatnya di ibukota Jakarta.

Dengan slogan **"Connecting People"** yang berarti "teknologi mengerti anda", saat ini Nokia memiliki berbagai jenis pusat pelayanan dan penjualan. Ada lebih 100 outlet *Nokia Priority Dealers* (NPD), 24 buah *Nokia Profesional Center* (NPC), 22 layanan purna jual *Nokia Sales and Care*

(NSCC) yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Dalam *mobile voice communication* di era mobilitas ini, Nokia telah membentuk sejumlah kelompok bisnis diantaranya *Nokia Networks*. *Nokia Networks* menawarkan jaringan infrastruktur teknologi dan pelayanan terdepan yang berbasis standar nirkabel untuk *mobile operator* dan jasa *provider*.

Dengan persaingan yang begitu ketat setiap perusahaan berusaha mengunggulkan produk mereka di pangsa pasar dan berupaya menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka denga menawarkan harga yang murah dan berkualitas. Hal ini lah yang mendorong perusahaan yang menghasilkan produk sejenis selalu berusaha mencari peluang dan membuat terobosan baru dari segi mutu maupun keunggulan-keunggulan yang ada dalam produknya.Perkembangan teknologi komunikasi selular dewasa ini telah memasuki era teknologi komunikasi multimedia.

Di Indonesia terdapat berbagai tipe handphone dan bersaing satu dengan yang lainnya dengan memiliki berbagai aplikasi multimedia dan fitur/fasilitas yang canggih terdapat dalam Nokia 6600 seperti *Media Messaging Service* (MMS), *java application*, kamera, *video recorder*, dapat menciptakan posisi bersaing dengan produk lain. Karena memiliki fitur yang lengkap, hal inilah yang menyebabkan *handphone* Nokia 6600 banyak digunakan oleh konsumen pengguna *handphone*. Di bawah ini dapat dilihat ke 4 toko handphone yang mempunyai data penjualan *Handphone* Nokia 6600 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan HandphoneNokia 6600
Tahun 2002-2005

No	Nama Toko	Jumlah Penjualan (unit)			
		2002	2003	2004	2005
1	Telemarco	96	116	152	178
2	Oketeleshop	90	97	125	150
3	Erafone Nokia	102	122	167	195
4	Mitra Seluler	72	83	97	105

Sumber : data primer yang diolah

Dari data di atas menunjukkan bahwa penjualan *Handphone* Nokia 6600 mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya. Hal ini berarti manfaat atau keunggulan yang ada pada *Handphone* Nokia 6600 dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut data majalah Pulsa (halaman 7 tahun 2005), *handphone* Nokia 6600 merupakan *handphone* terlaris dalam periode tertentu. Berikut ini adalah 10 peringkat *handphone* terlaris selama tahun 2005 yang mana Nokia 6600 menduduki peringkat pertama.

1. Nokia 6600
2. Nokia 2300
3. Nokia 3100
4. Sony Ericsson J200i
5. Sony Ericsson K500
6. Nokia 2600
7. Nokia 7610
8. Nokia 3230
9. Nokia 3120
10. Nokia 6585 CDMA

Handphone merek **Nokia tipe 6600** memiliki spesifikasi sebagai berikut :

Tabel 1.2
Spesifikasi Handphone Nokia 6600

HARGA	**Rp 1.800.000**
DIMENSI	**109x58x24mm**
BERAT	**122 gram**
NETWORK BAND	**Tri band**
LAYAR	**TFT, 65.536 colors**
KAMERA	**640x480 pixel**
VIDEO RECORDER	**Ya**
MESAGGING	**SMS, MMS, E-mail**
MEMORI INTERNAL	**6MB**
MEMORI EKSTERNAL	**MMC card slot**
KONEKTIFITAS	**InfraRed, Bluetooth, Kabel data**
BROWSER	**WAP 2.0**
TRANSFER DATA	**GPRS clas10**
SUPPORT JAVA	**Ya**
SPEAKERPHONE	**Ya**
FITUR fUN	**Mp3, real player**
BATERAI	**Li-ion, 850 mAh**

Sumber : Majalah Pulsa

Sedangkan spesifikasi dari *handphone* merek lain yang sejenis yaitu **SONY ERICSSON (SE)** dan **SAMSUNG** adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Tipe dan Spesifikasi perbedaan
Handphone SE s700i dengan Samsung E800

SPESIFIKASI	SE s700i	SAMSUNG E800
HARGA	**Rp. 2.250.000**	**Rp. 1.700.000**
DIMENSI	**107x49x24mm**	**87x44x23.5mm**
BERAT	**137g**	**86g**
NETWORK BAND	**Tri band**	**Dual band**
LAYAR	**TFT262.000colors**	**TFT65.535colors**
KAMERA	**1.3 MP (VGA)**	**VGA with Flash**
VIDEO RECORDER	**Ya**	**Ya**
MESSAGING	**SMS, MMS, Email**	**SMS, MMS, Email**
MEMORI INTERNAL	**64 MB**	**24 MB**
MEMORI EKSTERNAL	**Memori Stick duo**	**Tidak**
KONEKTIFITAS	**Bluetooth, Kabel data USBkonektor**	**Infrared, Kabel data USBkonektor**
BROWSER	**WAP 2.0**	**WAP 2.0**
TRANSFER DATA	**GPRS class 10**	**GPRS class 10**
RADIO	**Ya**	**Tidak**
SUPPORT JAVA	**Ya**	**Ya**
SPEAKERPHONE	**Ya**	**Ya**
FITUR FUN	**Mp3, real player**	**Mp3, real player**
BATERAI	**Li-ion, 850 mAh**	**Li-ion, 800 mAh**

Sumber : Majalah Pulsa

Dilihat dari perbedaan diatas, tipe dan spesifikasi antara *handphone* merek Sony Ericsson S700i, dan Samsung E800 terdapat kesamaan dan perbedaan fitur/fasilitas maupun harga dari masing-masing *handphone*. *Handphone* Ericsson S700i dan Samsung E800 memiliki spesifikasi hampir sama dengan Nokia 6600.

Salah satu bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran adalah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan. Melihat pentingnya mengetahui minat beli konsumen dalam membeli suatu produk, maka dalam penulisan skripsi ini akan diteliti faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap *handphone* merek Nokia tipe 6600. Oleh karena itu skripsi ini diberi judul : **"ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP HANDPHONE MEREK NOKIA TIPE 6600 DI PALEMBANG"**

B. Perumusan Masalah

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

Faktor bauran pemasaran apakah yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap *handphone* merek Nokia tipe 6600 di Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap *handphone* Nokia 6600 di Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Penulis

   Merupakan salah satu sarana yang baik dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dan untuk menambah pengalaman dalam bidang penelitian.

2. Pihak lain

   Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan juga menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

   Jenis penelitian ini survey lapangan adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

   a. Populasi

   Yang menjadi populasi adalah para pengguna handphone di Palembang.

   b. Sampel

   Sampelnya adalah pengguna handphone yang belum menggunakan handphone Nokia 6600 di Palembang.

   c. Teknik Pengambilan Sampel

   Teknik/cara pengambilan sampel dari penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cluster Sampling* (area sampling). Cluster Sampling(area sampling) menurut **Dr. Sugiyono (76: 2003)** teknik sampling yang

digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data yang sangat luas, misalnya penduduk dari suatu negara, propinsi, atau kabupaten.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran 100 kuesioner kepada responden yang mengunjungi atau membeli pada toko yang menjual handphone yang berlokasi di Palembang Square(PS), PTC Mall, Pulau Mas Shopping Center, dan Internasional Plaza (IP), dengan pembagian kuesioner sebagai berikut :

- Palembang Square(PS) : pembagian sebanyak 25 kuesioner
- PTC Mall : pembagian sebanyak 25 kuesioner
- Pulau Mas Shopping Center : pembagian sebanyak 25 kuesioner
- Internasional Plaza(IP) : pembagian sebanyak 25 kuesioner

3. Subjek dan Objek penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen peminat *handphone* Nokia 6600 di Palembang. Sedangkan objek penelitiannya adalah faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap *handphone* merek Nokia 6600 di Palembang.

4. Jenis Data Penelitian

Sumber data penelitian terdiri dari :

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, sehingga didapatkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenaran data tersebut.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari Nokia dan sumber lainnya yang merupakan hasil olahan pihak lain.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara (Interview)

Suatu cara pengumpulan data secara langsung melalui kegiatan wawancara atau tanya jawab atau berdialog, dimana peneliti mengajukan pertanyaan yang selanjutnya ditanggapi oleh responden atau sumber data.

b. Kuesioner

Merupakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada konsumen yang telah membeli atau peminat *handphone* Nokia 6600 di Palembang.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan alat bantu tabel.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana bab yang satu dengan bab yang lainnya mempunyai hubungan erat satu dengan yang lainnya. Secara garis besar bab dan sub bab tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori yang digunakan untuk membahas permasalahan atau mendukung penelitian, yang meliputi : konsep pemasaran, bauran pemasaran, model perilaku konsumen, proses keputusan pembelian konsumen, dan analisis perilaku konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari pengertian penelitian dan metode penelitian. Dimana metode penelitiannya terdiri dari metode sampling, metode pengumpulan data, metode pengujian alat ukur, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini merupakan pembahasan menyajikan hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner yang telah disebarkan kemudian dianalisis sesuai dengan informasi yang telah diperoleh dari hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan bagian akhir dari penyusunan skripsi ini. Kesimpulan mencakup inti dari penulisan ini, sedangkan saran merupakan masukkan yang diberikan untuk Nokia tipe 6600.