

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan teknologi yang semakin maju membawa dampak yang luar biasa bagi kehidupan manusia. Setiap teknologi diciptakan untuk dapat memberikan manfaat bagi manusia seperti mempermudah manusia untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Berbagai macam teknologi yang dapat mempermudah manusia misalnya komputer, laptop, *handphone* dan lainnya merupakan bentuk nyata terhadap keberadaan teknologi tersebut. Hal inilah yang mendorong suatu perusahaan selalu melakukan inovasi terhadap teknologi-teknologi yang diciptakan. Dalam dunia persaingan seperti sekarang, setiap perusahaan selalu berupaya untuk memberikan inovasi baru dan memberikan nilai jual yang lebih terhadap barang yang mereka produksi.

Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan akan teknologi tersebut ditunjukkan pada kebutuhan akan berkomunikasi. Hal tersebut semakin memicu saat masyarakat membutuhkan media yang digunakan sebagai sarana komunikasi. Salah satu sarana komunikasi yang sering digunakan adalah *handphone*. *Handphone* adalah perangkat telekomunikasi elektronik yang memiliki fungsi seperti telepon biasa namun tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon yang menggunakan kabel dan bisa dibawa kemana-mana. Kebutuhan akan *handphone* sudah dirasakan manfaatnya selama beberapa dekade terakhir ini. Dengan adanya *handphone* manusia sudah merasa bahwa komunikasi yang dilakukan menjadi semakin mudah. Bentuk *handphone* yang hanya segenggam tangan orang dewasa dan praktis inilah yang membuat penggunaan *handphone* semakin pesat dari tahun ke tahun.

Dimasa sekarang ini, *handphone* tidak lagi berfungsi sebagai alat komunikasi saja tetapi juga telah berfungsi sebagai alat komunikasi yang dapat digunakan untuk mengakses internet, mengirim email, menyimpan file, dan lainnya (Octaviani, 2014). Inovasi tersebut ditunjukkan dengan perubahan nama *handphone* menjadi *smartphone* pada tahun 2008 (TechinAsia, 2016).

Smartphone merupakan jenis telepon genggam yang memiliki kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Selain itu, fitur yang terdapat pada *smartphone* lebih lengkap dari *handphone* seperti dapat mengakses internet, aplikasi navigasi unit *Global Positioning System (GPS)*, dan aplikasi penyimpanan pribadi. Hingga tahun 2016, beberapa perusahaan *smartphone* menunjukkan bahwa betapa signifikannya kebutuhan *smartphone* saat ini hingga akhirnya perusahaan tersebut membangun pabrik di Indonesia. Salah satu perusahaan *smartphone* yang mendirikan pabrik di Indonesia adalah PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN).

PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) adalah perusahaan global yang bergerak dalam bidang bisnis yang beragam mulai dari elektronik, konstruksi, keuangan dan lainnya. Dalam penjualan bersih sebesar 303 triliun won korea atau setara dengan 3.266 triliun rupiah, samsung telah bekerja untuk membuat dunia yang lebih baik melalui produk dan layanan yang mereka tawarkan. Samsung juga menjadi ujung tombak upaya untuk membawa inovasi dalam energi yang bersih, sehat, dan bioteknologi (PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN), 2016).

Menciptakan produk yang menawarkan kualitas, kinerja, serta fitur yang baik merupakan keinginan yang harus diwujudkan oleh PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) kepada konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen agar dapat digunakan atau dikonsumsi dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Maka dari itu, PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) senantiasa terfokus untuk membuat produk yang unggul dan memutakhirkan. Pada tahun 2009, samsung telah melakukan perubahan dengan mengeluarkan *Smartphone* mereka yaitu Samsung i7500 yang merupakan cikal bakal dari nama Samsung Galaxy yang kita kenal sekarang (Melisa, 2015). Samsung Galaxy merupakan produk *smartphone* yang diproduksi oleh PT Samsung Electronics dengan seri dari perangkat yang dirancang berbasis *android*. *Android* adalah sebuah *Operating System (OS)* yang dikembangkan oleh Google untuk *mobile device* secara *open-source*.

Selain itu, keunggulan yang dimiliki oleh Samsung Galaxy yaitu desain yang unik dan elegan, ringan, serta memiliki fitur yang lengkap merupakan suatu nilai lebih dari Samsung terhadap *smartphone* yang ditawarkan oleh merek lain. Beragam macam Samsung Galaxy series yang selalu menjadi produk terinovasi, berteknologi tinggi seperti Galaxy Note, Galaxy Y seri, Galaxy S, Galaxy A, Galaxy E, Galaxy J, Galaxy Grand, Galaxy Alpha, Galaxy Young, Galaxy V Plus, Galaxy Mega, Galaxy Ace, dan lainnya. Banyaknya jenis Samsung Galaxy series yang dijual menarik minat masyarakat untuk membeli produk *smartphone* merek Samsung ini.

Berbagai macam kalangan masyarakat yang telah menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy series dimulai dari kalangan mahasiswa, karyawan, pengusaha, bahkan ibu rumah tangga. Salah satu kalangan masyarakat yang paling dominan menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy series adalah mahasiswa. Sering kali mahasiswa menggunakan mesin pencarian internet seperti Google dalam membantu mereka dalam menyelesaikan pekerjaan atau tugas mereka. Hal inilah yang mendorong mahasiswa untuk membutuhkan *smartphone* yang praktis dan mudah digunakan.

Pada penelitian ini, penulis melihat bahwa banyaknya mahasiswa yang menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy series khususnya pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Berbagai macam hal dapat memicu timbulnya persepsi dalam memberikan suatu penilaian terhadap suatu produk. Persepsi tersebut dapat timbul apabila seseorang telah menggunakan *smartphone* Samsung Galaxy series. Menurut Madyaningsih (2012:5), dengan persepsi kita dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, kesempatan ataupun ancaman dari produk kita. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap produk *smartphone* Samsung Galaxy series. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya).”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah:

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series?
2. Persepsi pada indikator manakah yang paling dominan (tertinggi) dan terendah?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Mengingat luasnya permasalahan yang terdapat dalam persepsi mahasiswa terhadap produk *smartphone* samsung galaxy series dan agar pembahasan yang akan dilakukan tidak menyimpang dari permasalahan, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada persepsi mahasiswa terhadap kinerja produk, keterandalan produk, fitur produk, daya tahan, kesesuaian, kemampuan diperbaiki, keindahan tampilan produk, dan kualitas yang dirasakan.

1.4 Tujuan dan manfaat

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dan manfaat dilakukan penelitian ini adalah:

1.4.1 Tujuan

1. Mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap produk *smartphone* samsung galaxy series pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Mengetahui persepsi pada indikator manakah yang paling dominan (tertinggi) dan terendah.

1.4.2 Manfaat

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai perilaku konsumen. Serta sebagai pembelajaran bagi penulis dalam menerapkan teori-teori yang didapat.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan referensi bagi perusahaan dalam menghasilkan produk yang lebih berkualitas lagi selanjutnya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis membatasi ruang lingkup penelitian agar dalam pembahasan permasalahan akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan. Penulis membatasi ruang lingkup penelitiannya pada mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung Galaxy yang berada di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer, yaitu data yang penulis dapatkan dan diolah sendiri dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu pengguna *Smartphone* Samsung Galaxy yang berada di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) dalam bentuk publikasi di media atau di website perusahaan seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut Yusi dan Idris (2010:8), Kuesioner merupakan alat pengumpul data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung Galaxy Series Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.5.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (1997:57) dalam Riduwan (2011:7), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung Galaxy Series Jurusan Administrasi Bisnis yang berjumlah 175 orang.

b. Sampel

Menurut Riduwan (2011:10), sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya. Dalam hal ini sampel harus representatif disamping itu peneliti wajib mengerti tentang besar ukuran sampel, teknik sampling, dan karakteristik populasi dalam sampel. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil menggunakan rumus *slovin*, yaitu

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{175}{1 + 175(0.05)^2}$$

$$n = 121,7 / 122 \text{ Sampel}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Taraf Kesalahan (*error*)

c. Teknik Sampel

Pada penelitian ini, penulis menentukan sampel dengan menggunakan teknik *Non-Probability* dengan jenis *Purposive Sampling*. Menurut Riduwan (2011:20), *purposive sampling* ialah teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Pembagian sampel tersebut dapat diuraikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Sampel Pengguna *Smartphone* Samsung Galaxy Series

Program Studi	Semester	Σ	n
DIII Administrasi Bisnis	II	34	24
	IV	32	22
	VI	48	33
DIV Usaha Perjalanan Wisata	II	14	10
	IV	10	7
	VI	15	10
DIV Manajemen Bisnis	II	8	6
	IV	14	10
Σ		175	122

(Sumber: Diolah dari data primer, 2016)

1.5.5 Analisis Data

a. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data yang berwujud angka-angka. Metode Kuantitatif yang digunakan untuk menghitung hasil dari kuisisioner dengan menggunakan rumus persentase. Menurut Riduwan dan Akdon (2013:18), rumus yang digunakan untuk persentase adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase jawaban responden pada setiap butir pernyataan

F = Jumlah/frekuensi jawaban responden pada setiap butir

N = Jumlah skor maksimal jawaban responden

= Sampel x bobot nilai tertinggi

= 122 x 5

= 610

Tabel 1.2
Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian

Skor/Angka	Interpretasi
0% - 20%	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

(Sumber: Riduwan, 2011:41)

b. Skala Likert

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala likert. Menurut Riduwan (2011:38), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Tabel 1.3
Skala Pengukuran Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Riduwan, 2011:39)