

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat, mengakibatkan adanya tuntutan komunikasi yang lancar untuk menyampaikan berbagai informasi. Komunikasi merupakan interaksi yang dilakukan antar manusia seperti orang tua kepada anaknya, dosen kepada mahasiswa, pimpinan kepada bawahan dan sebagainya. Dengan adanya internet akan memudahkan mendapatkan dan menyebarkan informasi, serta lebih efisien dalam berkomunikasi tanpa adanya batas jarak dan waktu. Awalnya biaya untuk mengakses internet cukup mahal karena menggunakan pulsa regular. Tetapi, kini beberapa perusahaan bersaing dengan cara berinovasi mengeluarkan perdana yang berbentuk paket kuota sehingga mengurangi biaya pengaksesan. Pesaing tersebut dapat kita lihat dari banyaknya kartu perdana internet yang tersebar di pasaran seperti Simpati, XL, Three, Smartfren, Indosat Oredo dan lain-lain. Banyaknya kartu perdana internet yang tersebar dipasaran akan memberikan keluasan bagi konsumen untuk memilih merek yang diinginkan. Bagaimanapun juga, persaingan bisnis harus diperhitungkan bila tidak ingin bisnis hancur oleh kegiatan pemasaran perusahaan pesaing. Menurut Kloter (2002:34). Konsumen hanya ingin mendapatkan kemudahan berkomunikasi dan tarif yang murah, sehingga banyak konsumen yang berganti-ganti operator walaupun masing-masing operator mempunyai kelebihan dan kekurangan. Salah satu yang harus di tingkatkan dalam bisnis yaitu persepsi konsumen. Persepsi konsumen merupakan anggapan yang timbul dibenak konsumen karena adanya stimulus (rangsangan) Di luar yang akan mempengaruhi seseorang, melalui kelima alat inderanya yaitu penglihatan, pendengaran, pembantu, perasaan dan sentuhan dengan adanya persepsi konsumen, perusahaan dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi

kekuatan atau kelemahan, kesempatan ataupun ancaman bagi produk yang di pasarkan dengan persepsi konsumen.

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam perusahaan operator salah satunya yaitu perdana three. Hal ini karena konsumen lebih memilih harga yang murah dan memiliki banyak promo unlimited. Harga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen bahkan tidak sedikit pula konsumen yang mematok kualitas sebuah produk dengan harga (Ratna,2016). Rata-rata harga di bandrol sesuai dengan besar kecilnya kuota tersebut. Semakin besar kuota maka semakin tinggi, begitupun sebaliknya.

Diantaranya berbagai pilihan kuota internet yang ada, kartu perdana Three merupakan salah satu kartu perdana yang diminati oleh konsumen dan merupakan salah satu kouta termurah yang diminati oleh kalangan mahasiswa politeknik negeri sriwijaya, khususnya Jurusan Akuntansi yang menggunakan kartu perdana sebagai kuota internet, hal ini dapat dilihat di tahun 2018 pengguna pelanggan operator di Indonesia:

Tabel 1.1
Daftar Pelanggan Operator Di Indonesia 2018

	Merek	Jumlah
1	Telkomsel	157,4 Juta
2	Indosat Ooredoo	80,5 Juta
3	Three	55,5 Juta
4	Xl Axiata	46 Juta
5	Smartfren	39 Juta

Sumber : Telkom Indonesia, 2018

Bisa kita lihat dari pelanggan operator di Indonesia, terdapat 5 kartu perdana yang berhasil masuk dalam nominasi pelanggan operator 2018. Berdasarkan urutan diatas, dari jumlah angka pengguna sebanyak 378,4 juta pengguna operator

selular, secara persentase kartu three belum menyebar hingga pelosok menjuru di Indonesia, pada tahun 2018 kartu three mencapai 55,5 juta pengguna, dilihat dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pengguna kartu three cukup banyak yang mengetahui akan kelebihanannya. Namun dari kondisi tersebut memberi berbagai pertanyaan apakah konsumen belum yakin terhadap produk layanan internet yang digunakan, atau adanya persepsi akan resiko terhadap penggunaan layanan internet pada kartu three.

Di antara banyaknya kartu perdana keluaran sekarang yang disebutkan diatas, ternyata kartu three sangat diminati di Jurusan Akuntansi dengan minat 176 siswa, mengambil subjek penelitian yaitu para siswa yang menggunakan kartu three untuk kebutuhan sehari-hari sebagai kuota internet. Hal tersebut bisa dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1.2
Daftar Pelanggan Operator
Jurusan Akuntansi

Merek	Jumlah
Three	176 Siswa
Smartfren	152 Siswa
Telkomsel	137 Siswa
Indosat Ooredoo	88 Siswa
XL Axiata	76 Siswa
Jumlah	629 Siswa

Sumber: Data yang diolah, 2019

Berdasarkan dari tabel diatas jumlah yang menggunakan kuota internet three di Jurusan Akuntansi lebih dominan, sehingga penulis meneliti mengenai kartu three karena dari banyaknya kelebihan dan tawaran promosi mengenai kartu three, diantaranya banyak promosi paket harian, paket chatting hanya 5000 perbulan, dan sebagainya. Sehingga pas dikantong para kalangan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Dalam Pemakaian Kuota Internet Menggunakan Kartu Three (Studi kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah Bagaimana Persepsi Mahasiswa Dalam Pemakaian Kuota Internet Menggunakan Kartu Three Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulisan laporan akhir ini agar terarah dan tidak menyimpang dari masalah-masalah yang ada, maka penulis membatasi pembahasan yaitu persepsi penggunaan kuota Internet Three pada mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Dalam Pemakaian Kuota Internet Menggunakan Kartu Three Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk mengetahui pengetahuan dan langsung mempraktekkan pengetahuan tersebut khususnya dalam penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap penggunaan suatu produk.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperhatikan kepuasan konsumen terhadap barang yang dibeli.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber bahan bacaan dan referensi di perpustakaan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian lebih dari Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya Jurusan Administrasi Bisnis.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini di batasi pada pembahasan terkait persepsi mahasiswa terhadap pemakaian kuota internet menggunakan kartu three, fokus penelitian ditujukan pada mahasiswa jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Seperti yang dikemukakan oleh Yuris dan Idris (2015:6) berdasarkan cara memperolehnya, jenis dan sumber data dapat dikelompokkan menjadi:

1.5.2.1 Data Primer

Menurut Yusi Dan Idris (2015:6) data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer ini merupakan data murni yang di peroleh dan dikumpulkan peneliti dengan cara membuat kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang telah menggunakan kuota internet menggunakan kartu three pada Jurusan Akuntansi.

1.5.2.2 Data Sekunder

Menurut Yusi Dan Idris (2015:6) data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut, misalnya sejarah singkat perusahaan, tujuan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, data lainnya yang relevan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulis laporkan penelitian ini, yaitu:

1.5.3.1 Riset Lapangan

Riset yang dilakukan dengan mendatangi perusahaan atau tempat-tempat yang berkenaan dengan proses pengambilan data. Cara metode pengumpulan data yang penulis lakukan ialah:

a. Wawancara

Menurut Sugiono (2015:210) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan dan potensi yang harus diteliti. Dengan mengadakan Tanya jawab lisan kepada mahasiswa Jurusan Akuntansi.

b. Kuesioner

Menurut Yusi dan Idris (2015:8) kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Semakin tersebar sampelnya, kuesioner cenderung akan lebih rendah biayanya. Pengumpulan data melalui kuesioner ini lebih mudah karena dapat dikerjakan

oleh satu orang responden yang kadang sulit dijumpai. Dalam hal ini penulis memberikan kuesioner kepada mahasiswa yang menggunakan kuota internet menggunakan kartu three di jurusan Akuntansi.

c. Riset Perpustakaan

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku untuk mendapatkan keterangan teoritis sebagai bahan masukan penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti tentang faktor pribadi yang mempengaruhi pembelian menggunakan kartu three.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek populasi adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya yang memakai kuota internet menggunakan kartu three. Berdasarkan populasi survei yang penulis lakukan diketahui bahwa terdapat 176 mahasiswa yang memakai kuota internet menggunakan kartu three.

1.5.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono,2009:116). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa atau konsumen yang memakai

kouta menggunakan kartu three yaitu sebanyak 176 mahasiswa. Dalam hal ini tidak harus meneliti seluruh individu dalam populasi yang ada, karena akan membutuhkan biaya yang sangat besar dan juga waktu yang lama.

Untuk menetapkan besarnya sampel (sampel size) dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh slovin dalam Husen Umar (2003:146) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = taraf kesalahan (eror)

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{176}{1 + 176 (0,1)^2} = 63,76 = 63 \text{ Responden}$$

1.5.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel adalah *Probability sampling* dengan menggunakan *Disproportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2010:153) *Disproportionate stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap Jurusan dilakukan dengan cara mengambil semua sampel yang responden persemester kecil, dibandingkan dengan persmester lain yang jumlahnya besar.

1.6 Analisis Data

1.6.1 Metode Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam suatu skala numerik (Yusi dan Idris, 2009:102). Dalam hal ini, teknik analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang ada dan yang berhubungan dengan masalah dari penelitian ini.

1.6.2 Metode Kuantitatif

Yakni data yang diukur dalam satu skala numerik (angka) yang digunakan untuk menghitung jumlah presentase setiap jawaban dari responden terhadap hasil dari kuesioner dengan menggunakan rumus persentase berdasarkan dari pendapat Sudjiono (2009:43) yakni :

$$\text{Rumus} = \left(P = \frac{F}{n} \times 100\% \right)$$

Keterangan:

P = Persentase

F = Jumlah jawaban

n = Jumlah responden

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:18) rumus yang digunakan untuk indeks persentase adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase Jawaban} = \frac{\text{total skor yang didapat}}{\text{skor maksimal}} \times 100 \%$$

Cara menghitung skor ideal adalah sebagai berikut:

Total skor yang didapat = Jawaban responden X bobot nilai(1-5)

Skor maksimal = Sampel X bobot nilai tertinggi

Tabel 1.3
Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian

No	Skor/Angka	Interprestasi
1	0%-20%	Sangat Rendah
2	21%-40%	Rendah
3	41%-60%	Sedang
4	61%-80%	Tinggi
5	81%-100%	Sangat Tinggi

Sumber Riduwan (2011:18)

1.6.3 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut (Yusi dan Idis, 2009:99-89) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu instrument yang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

2. Uji Reliabilitas

Suatu pengukuran dikatakan reliable apabila pengukuran tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Reliabilitas mendukung validitas dan merupakan syarat perlu (*necessary condition*) tetapi tidak merupakan syarat kecukupan (*sufficient condition*) bagi validitas. Reliabilitas berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu pegukuran bebas dari kesalahan acak atau tidak stabil (Yusi dan Idris:90).

1.6.4 Skala Pengukuran

Penulisan menggunakan skala Likert untuk digunakan dalam kuesioner nantinya. Menurut Riduwan (2011:38), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini gejala sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang disebut sebagai variable penelitian.

Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan ditukar dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Adapun dalam skala Likert, setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 1.4
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)

Skala likret ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.