

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Masalah

Globalisasi memberikan dampak yang signifikan terutama dalam sektor pembangunan dan perekonomian khususnya pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat di Indonesia. Adanya pembangunan selain memberikan dampak positif juga memberikan dampak negatif terutama ditunjukkan oleh berbagai masalah tenaga kerja dan kesempatan kerja. Di Indonesia sendiri yang menjadi prioritas tantangan pembangunan saat ini adalah berupa kesempatan kerja atau usaha bagi penduduk yang semakin terbatas. Jutaan orang memerlukan kerja, sementara lapangan kerja formal yang baru relatif sedikit dibandingkan dengan jumlah lapangan kerja yang ada (Suryananto, 2005).

Manusia selalu membutuhkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidup. Karena kebutuhan hidup setiap manusia sangat beragam, setiap manusia akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup. Untuk mewujudkan hal tersebut setiap orang harus mengerjakan sesuatu yang dapat memperoleh pendapatan diantaranya adalah dengan kegiatan usaha kecil. Usaha kecil yang terus berkembang dan dikembangkan, mempunyai peranan yang cukup besar dalam menopang perekonomian masyarakat.

Pembangunan kewirausahaan merupakan satu jalur kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam arti tingkat hidup yang lebih baik dan bermutu. Karena pembangunan kewirausahaan sangat besar peranannya

di dalam perkembangan pertumbuhan pembangunan selanjutnya, maka pembangunan kewirausahaan harus merupakan usaha terpadu guna memantapkan niat masyarakat untuk berwirausaha. Karier kewirausahaan dapat mendukung kesejahteraan masyarakat yaitu menghasilkan imbalan finansial yang nyata.

Wirausahawan diberbagai industri membantu negara dalam hal menambahkan pilihan pekerjaan bagi masyarakat serta memberikan banyak pilihan barang dan jasa bagi konsumen baik dalam maupun luar negeri. Meskipun perusahaan raksasa lebih menarik perhatian publik dan sering kali menghiasi berita utama, bisnis kecil tidak kalah penting perannya bagi kehidupan sosial dan pertumbuhan ekonomi suatu Negara (Agun, 2008). Sebagian angkatan kerja saat ini masih berpendidikan rendah dan belum mempunyai ketrampilan khusus sehingga usaha mereka tidak menentu dan tidak terdaftar secara resmi maka usaha mereka sering disebut usaha informal.

Banyak bidang informal yang berpotensi untuk diangkat dan digali menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan keluarga sekaligus dapat menyerap tenaga kerja. Salah satu cara untuk menanggulangi hal tersebut adalah dengan membuka lapangan kerja yang baru terutama Usaha Kecil Menengah (UKM). Sektor usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia masih dipandang sebelah mata oleh pemerintah, padahal keberadaannya dirasakan sangat penting dalam membangkitkan kembali ekonomi nasional yang terpuruk akibat krisis, bahkan dapat berkembang pesat. Hal ini menunjukkan bahwa UKM

mempunyai fondasi yang kuat, sehingga mampu mandiri (Naomisiagian, 2006).

Usaha berskala kecil merupakan obyek yang dianggap menarik karena pada kenyataannya usaha ini banyak diminati dan menjadi alternatif banyak pihak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan telah banyak yang mampu bertahan walaupun persaingan usaha ini cukup besar. Salah satu sektor usaha kecil saat ini adalah jasa penjualan voucher pulsa, baik voucher pulsa elektronik maupun jenis voucher pulsa fisik. Bisnis counter handphone (penjualan pulsa) merupakan salah satu bisnis yang cukup menjanjikan. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang pesat. Contohnya di bidang TI (teknologi informatika), hal ini sangat terasa ketika handphone telah memasuki daerah pedesaan. Hampir dari semua masyarakat menggunakan handphone sebagai alat komunikasi jarak jauh. Penggunaan alat tersebut tak lepas dari kebutuhan akan pulsa. Karena handphone membutuhkan pulsa sebagai bahan bakar, agar dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Menurut Triwahyudi (2008), dunia bisnis handphone adalah dunia bisnis yang sangat dinamis. Banyaknya penggunaan telepon seluler atau ponsel di kalangan masyarakat membuat kebutuhan voucher pulsa terus meningkat dari hari ke hari. Peluang inilah yang dibaca para pelaku bisnis voucher. Tak heran jika counter voucher pulsa pun menjamur di mana-mana. Alasannya sederhana, selain mudah, usaha ini bersifat fleksibel dan bisa dilakukan di setiap tempat. Saat pertumbuhan pemakai telepon genggam semakin

meningkat saja begitu juga pertumbuhan jaringan telepon seluler sendiri mengalami peningkatan.

Rata-rata pertumbuhan bisnis seluler GSM (*Global System for Mobile Communication*) berkembang sangat pesat. Meningkatnya minat dan kebutuhan akan telepon seluler (ponsel) mengakibatkan permintaan *simcard* yang cukup tinggi dan ikut mendorong pertumbuhan populasi ponsel di Indonesia.

Berbisnis ponsel, umumnya dimulai dari berjualan *voucher* isi ulang. Selain modalnya lebih kecil, risiko kerugiannya pun hampir tidak ada. Bisnis *voucher* isi ulang yang dimaksud di sini adalah jual beli nominal yang digunakan untuk mengisi ulang nomor telepon pada ponsel prabayar agar bisa digunakan untuk berkomunikasi baik melalui layanan suara (telepon), SMS, maupun layanan data.

Jumlah penjual *voucher* isi ulang memang sangat banyak, mulai dari gerai di mal, pasar modern, pinggir jalan, hingga via Internet. Hal ini tidak menyurutkan dan memperkecil potensi pasar yang ada karena pangsa yang disasar sangat besar dan terus tumbuh. Bayangkan saja, dari 180 juta pelanggan telekomunikasi bergerak saat ini, lebih dari 95% menggunakan kartu atau nomor prabayar. Artinya, mereka harus selalu melakukan isi ulang untuk berkomunikasi.

Analisis integrasi pasar merupakan salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pasar. Pasar efisien merupakan faktor penting untuk pembangunan. Pengetahuan tentang integrasi pasar akan dapat bermanfaat untuk mengetahui

kecepatan respon pelaku pasar terhadap perubahan harga sehingga dapat dilakukan pengambilan keputusan secara cepat dan tepat.

Sementara perilaku pemasaran tergolong tidak efisien sebagai akibat proses penentuan harga tidak transparan dan adanya kolusi antar pedagang dalam penentuan harga beli. Sebagai akibat dari struktur dan perilaku pasar tersebut maka distribusi tidak merata.

Inefisiensi dalam sistem pemasaran akan semakin meningkat bila tidak terintegrasinya harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Walaupun harga dasar (*Floor Price Provenue*) berada dalam pengawasan pemerintah, Penulis percaya bahwa, keragaman dalam harga di pasar (pasar konsumen) cukup besar karena masih dipengaruhi oleh mekanisme pasar dan intervensi pemerintah dalam masalah harga tidak mempengaruhi integrasi pasar.

Dari berbagai operator seluler yang ada, terdapat tiga perusahaan terbesar yang telah cukup lama dikenal masyarakat yaitu Telkomsel, Excelcomindo Pratama dan Indosat. Meskipun pangsa pasar terbesar masih dipegang oleh Telkomsel, Indosat memiliki pertumbuhan yang lebih tinggi, yaitu sebesar 63,3 persen pada kuartal I 2011 dibandingkan operator lainnya. Dari 3 produk utama Indosat (Mentari, Indosat-M3, dan Matrix), tarif percakapan dan layanan data Indosat-M3 lebih murah karena segmentasi utamanya adalah kalangan remaja.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “***Analisis Keintegrasian Pasar Pulsa Elektrik Indosat-M3, Studi Kasus pada Server Pulsa Auto Reload***”.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga pulsa elektrik dari tingkat *authorized dealer* hingga konsumen akhir pada pasar pulsa elektrik di Bandar Lampung terintegrasi?
2. Berapakah nilai keuntungan yang diperoleh tiap tingkatan pedagang pada pasar pulsa elektrik di Bandar Lampung?

B. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui terintegrasi atau tidaknya harga pulsa elektrik dari tingkat *authorized dealer* hingga konsumen akhir pada pasar pulsa elektrik di Bandar Lampung.
2. Mengetahui nilai keuntungan yang diperoleh tiap tingkatan pedagang pada pasar pulsa elektrik di Bandar Lampung.

C. Kerangka Pemikiran

Cara pemasaran yang dilakukan pulsa elektrik dilakukan dengan cara tidak langsung yaitu *authorized dealer* menjual produknya melalui penyalur (*server dealer, master dealer, retailer/counter*).

Sistem pemasaran yang dapat menguntungkan dianggap baik, jika tercipta keadaan yang dapat memperoleh kepuasan bagi semua pihak, yaitu *authorized dealer*, lembaga-lembaga pemasaran dan konsumen. Kepuasan yang dimaksud antara lain adalah kepuasan antara harga yang diterima *authorized dealer*, imbalan dan jasa yang diterima lembaga pemasaran serta kepuasan terhadap barang-barang dan jasa-jasa yang diterima konsumen.

Antara *authorized dealer* dan konsumen terdapat perantara (*middleman*) yang terlibat dalam arus pengaliran barang. Jasa perantara menyebabkan konsumen dapat membeli barang dengan mudah sesuai keinginannya. Pulsa elektrik memiliki karakteristik menyebar, maka proses pemasaran meliputi proses-proses pengumpulan stok dan penyebaran.

Saluran distribusi yang pendek lebih menguntungkan *authorized dealer*, tetapi ada kemungkinan lain dapat terjadi karena :

1. jika *authorized dealer* menjual kepada *server dealer* kemungkinan penerimaan yang diharapkan *authorized dealer* tidak sesuai dengan pengorbanannya, karena *server dealer* dapat saja melakukan penekanan harga, sehingga harga yang berlaku menjadi rendah.
2. jika *authorized dealer* melakukan penjualan langsung ke konsumen tanpa *server dealer* atau pedagang perantara, akan memperoleh penerimaan lebih tinggi tetapi akan menimbulkan beban atau biaya pemasaran, seperti

biaya transportasi, biaya kemasan, biaya tenaga kerja, biaya tempat dan memerlukan waktu.

Bagian yang diterima *authorized dealer* secara umum akan lebih sedikit bila jumlah perantara bertambah banyak atau saluran pemasaran lebih panjang, karena menyebabkan margin tataniaga menjadi besar. Margin tataniaga sebagai (1) perbedaan antara harga dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh *authorized dealer* dan (2) biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran jasa-jasa pemasaran. Biaya dari jasa-jasa tersebut terdiri atas biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam melakukan fungsi pemasaran dan keuntungan yang diperoleh sebagai imbalan jasa melakukan fungsi pemasaran tersebut. Jadi, komponen margin tataniaga terdiri atas biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran.

Nilai margin tataniaga merupakan beda harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh *authorized dealer* dikalikan dengan jumlah yang ditransaksikan.



Gambar 1. Alur Kerangka Pikir

Keterangan:

M : Marjin marjin pemasaran/tataniaga

P : Harga Jual

Saluran ke-1 : *Authorized Dealer - Server Dealer – Master Dealer*
– Retailer/counter (1) – Retailer/counter (2) –
Konsumen

Saluran ke-2 : *Authorized Dealer - Server Dealer – Master Dealer*
– Retailer/counter (1) – Konsumen

D. Hipotesis

1. Harga pada tingkat *authorized dealer* hingga tingkat konsumen akhir pada pasar pulsa elektrik di Bandar Lampung terintegrasi.
2. Persentase nilai keuntungan yang diperoleh tiap tingkatan pedagang pada pasar pulsa elektrik di Bandar Lampung tidak berbeda jauh.

E. Batasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya salah pengertian atau kekeliruan dalam menafsirkan judul skripsi ini serta membatasi permasalahan yang dibahas, maka dalam bagian ini penulis akan memberikan batasan-batasan operasional sebagai berikut:

1. Nilai marjin pemasaran

Marjin pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh pengrajin (Sudiyono, 2002 :94).

2. Denominasi Pulsa Elektrik

Denominasi pulsa elektrik adalah jumlah besaran voucher pulsa yang diperjualbelikan. Dalam penelitian ini digunakan denominasi pulsa Rp 5.000, Rp 10.000, dan Rp 25.000.

3. *Authorized Dealer*

Authorized dealer adalah perwakilan resmi yang ditunjuk oleh operator seluler yang memiliki wilayah kerja masing-masing dan tidak saling bersaing terhadap perwakilan sesama operator di daerah lain. *Authorized dealer* dalam penelitian ini mengacu pada *authorized dealer* Indosat-M3.

4. **Server Dealer**

Server dealer adalah badan usaha yang bekerjasama dengan *authorized dealer* di wilayah kerja *server dealer* tersebut. *Server dealer* bertindak sebagai distributor penjualan pulsa elektrik.

5. **Master Dealer**

Master dealer merupakan pelaku ekonomi pada usaha pulsa elektrik yang berada satu tingkat di bawah *server dealer* dalam penelitian ini.

6. **Retailer/counter**

Retailer dalam penelitian ini adalah *counter* pulsa ataupun usaha mandiri yang berada dibawah tingkatan *master dealer*.

F. **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tulisan ini adalah :

Bab I : Pendahuluan ; meliputi latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka ; membahas industri dan peranan kajian

industri, , pengetahuan mengenai Indosat dan Indosat-M3, integrasi pasar, serta margin pemasaran.

- Bab III : Metode Penelitian ; objek penelitian, jenis dan sumber data, alat analisis dan pengujian hipotesis.
- Bab IV : Hasil perhitungan dan pembahasan penelitian.
- Bab V : Kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.