

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Kehadiran telepon seluler (ponsel) atau *handphone* pada tahap awal hanya dianggap sebagai varian sekaligus pengembangan telepon duduk yang ada di rumah atau kantor-kantor. Pada perkembangan berikutnya, terbukti ponsel tidak hanya terbatas sebagai sarana komunikasi audio antarmanusia, melainkan juga mampu menjadi sarana komunikasi audio-visual. Materi yang dikirim dan bisa diterima tidak hanya suara dan tulisan, melainkan juga gambar, baik gambar yang diambil dari komputer maupun gambar yang diambil langsung oleh ponsel yang juga berfungsi sebagai kamera. Seiring dengan tahap perkembangan tersebut, ponsel juga mampu berfungsi sebagai komputer, sehingga dapat digunakan untuk menulis, menyimpan data, serta mengakses informasi yang ada di internet (Soeprapto, 2007).

Menurut Triwahyudi (2008), dunia bisnis *handphone* adalah dunia bisnis yang sangat dinamis. Dulu orang yang menggunakan *handphone* hanya untuk menelpon. Tak lama kemudian, trend ini berubah menjadi komunikasi dengan SMS (*Short Message Services*), bahkan sekarang orang lebih banyak menggunakan *handphone* untuk mengirimkan SMS dibandingkan untuk menelpon. Kecenderungan ini terus berubah, berkembangnya Operating System pada *handphone* misal PDA, orang kemudian menggunakannya untuk alat kerja, semacam untuk menulis laporan, jurnal, dan lainnya. Bahkan

dengan berkembangnya 3G dan sebentar lagi WIMAX dan 4G, kecenderungan orang akan berubah, dari menelpon untuk mendengar suara, menjadi telpon video atau *video call*, bahkan orang akan melihat televisi cukup melalui *handphone*. Hal ini belum termasuk kecenderungan orang untuk menggunakan *handphone* sebagai alat untuk komunikasi data, seperti mengakses internet. Dengan terus berkembangnya trend ini didukung teknologi 3G, 4G, wimax dan yang lainnya dan populasi yang terus tinggi bahkan 50%, peluang usaha–peluang usaha dibidang ini semakin menarik.

Seiring berkembangnya cara orang untuk berkomunikasi dan memanfaatkan *handphone*, maka bukanlah satu hal yang aneh jika terdapat trend untuk berganti-ganti *handphone*. Jika pemilik *handphone* yang ada di Indonesia ini ada 5 juta orang, dan akan terus meningkat, maka peluang untuk menjual *handphone* kepada pemakai baru maupun kepada pemakai yang akan mengganti model *handphone* adalah sangat besar. Sehingga pemasaran *handphone* dimasa sekarang dan yang akan datang akan sangat prospektif (Triwahyudi, 2008).

Sebuah penelitian yang diselenggarakan oleh Nikkei BP Consulting Inc menemukan terjadinya *upgrading* ponsel setiap 22,6 bulan sekali. Dalam penelitian terakhir, Nikkei menemukan bahwa rata-rata pengguna mengganti ponsel mereka dengan model yang lebih baru setelah 22,6 bulan, ini berarti pasar *handphone* mencapai nilai yang sama setiap 22,6 bulan untuk pelanggan yang telah memiliki *handphone*. Nilai ini belum termasuk jumlah pembelian *handphone* yang dilakukan oleh pemilik baru yang pertumbuhannya juga

cukup mencengangkan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh GfK Asia Pte Ltd bahkan pertumbuhan pemilik *handphone* mencapai 100% setiap bulannya. Dengan semakin berkembangnya fitur-fitur ponsel, tingkat keinginan masyarakat untuk memiliki telepon seluler yang baru juga semakin tinggi (Triwahyudi, 2008).

Jumlah pengguna telepon seluler di dunia saat ini kurang lebih mencapai 2,2 miliar orang. Jumlah ini diperkirakan akan naik menjadi 3 miliar menjelang akhir tahun 2008 (www.detikpublishing.com dalam Djan dan Ruvendi, 2006). Pada masa sekarang ini, *handphone* atau telepon genggam telah menjadi alat komunikasi paling dicari oleh seluruh lapisan masyarakat, bukan hanya golongan masyarakat yang memiliki aktivitas mobile. Begitu populernya *handphone* ini, sehingga alat komunikasi ini telah menjadi trend baru dan tampaknya tidak dapat terpisahkan dari kebutuhan dan gaya hidup manusia Indonesia, terutama dikota-kota besar, bahkan tampaknya *handphone* sudah menjadi salah satu dari *consumer goods* yang telah berubah kondisinya dari kelompok barang mewah menjadi barang belanja yang lebih mudah diperoleh konsumen (Albari dan Pramudito, 2005).

BPS melakukan survey tentang teknologi komunikasi dan informasi, yang diikutkan pada kuesioner Susenas. Hasil survey tersebut menyatakan, pengguna telepon seluler (*handphone*) pada rumah tangga di Indonesia yang salah satu anggota nya memiliki *handphone* sebanyak 19,9%, untuk perkotaan bisa mencapai 35%. Lima propinsi yang rumah tangga tersedia *handphone*

paling tinggi adalah Kepulauan Riau (54%), DKI Jakarta (50%), DI Yogyakarta (39%), Kalimantan Timur (36,4%), dan Bali (34%) (Andi, 2008).

Melihat perkembangan bisnis seluler di atas, banyaknya orang yang membutuhkan *handphone*, meningkatnya permintaan akan produk *handphone*, segmentasi pasar *handphone* yang semakin luas, maka bisa disimpulkan bahwa dari hari ke hari bisnis seluler mempunyai prospek yang cerah. Dari latar belakang tersebut, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan mengangkat judul "Analisis Kemampulabaan Bisnis Seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau". Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah bisnis seluler mempunyai prospek yang bagus dan memberikan keuntungan secara terus menerus atau tidak (rugi), dengan 2 analisis yaitu analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) dan analisis keuangan (*Profit Margin, Return on Investment, Return on Equity, Debt to Asset Ratio, dan Debt to Equity Ratio*).

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Mengingat keterbatasan waktu dan biaya, maka peneliti membatasi penelitiannya sebagai berikut:

1. Aspek yang akan dinilai pada kemampulabaan bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau mencakup analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) dan analisis keuangan (*Profit Margin, Return on Investment, Return on Equity, Debt to Asset Ratio, dan Debt to Equity Ratio*).

2. Bisnis seluler menjual berbagai macam produk dari berbagai macam merek, seperti *handphone*, voucher pulsa, aksesoris *handphone* dan sebagainya.

### C. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas, maka pokok permasalahan penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan, yaitu:

1. Apakah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?
2. Berapakah laba bersih (*Profit Margin*) bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?
3. Berapakah rasio produktivitas dari seluruh dana (*Return on Investment*) baik modal pinjaman maupun modal sendiri pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?
4. Berapakah efisiensi penggunaan modal sendiri (*Return on Equity*) pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?
5. Berapa besarkah hutang bisnis berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva (*Debt to Asset Ratio*) pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?
6. Berapa besarkah aktiva bisnis dibiayai dari hutang (*Debt to Equity Ratio*) pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dari penulis dalam proposal ini untuk:

1. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau.
2. Menganalisis laba bersih (*Profit Margin*) dari bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau.
3. Menganalisis rasio produktivitas dari seluruh dana (*Return on Investment*) baik modal pinjaman maupun modal sendiri pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?
4. Menganalisis efisiensi penggunaan modal sendiri (*Return on Equity*) pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau?
5. Menganalisis hutang bisnis yang berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva (*Debt to Asset Ratio*) pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau.
6. Menganalisis aktiva bisnis yang dibiayai dari hutang (*Debt to Equity Ratio*) pada bisnis seluler di Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Riau.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi wirausaha.

Penelitian ini bermanfaat bagi wirausaha yang akan mendirikan bisnis seluler, dengan analisis SWOT, wirausaha dapat mengetahui apa

yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan dalam menjalankan bisnis seluler, sehingga seminimal mungkin kelemahan dan hambatan dapat diatasi dengan baik. Penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan bagi wirausaha tersebut, sehingga wirausaha dapat mengetahui apakah bisnis seluler dapat memberikan keuntungan secara terus menerus atau tidak (rugi) dilihat dari analisis keuangan.

## 2. Manfaat bagi penulis.

Dengan adanya penelitian ini, penulis dapat menganalisis bermacam-macam bisnis, melalui analisis keuangan dan analisis SWOT. Sesuai dengan konsentrasi penulis, yaitu kewirausahaan, menjadi hal yang sangat penting untuk menjadi bekal berwirausaha pada nantinya setelah lulus dari bangku kuliah.