

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini konsumen sudah sangat teliti dalam membeli suatu produk karena banyaknya produk yang ada dipasaran dan banyaknya informasi yang diterima dari produsen. Hal ini menyebabkan persaingan antar badan usaha untuk memuaskan konsumen sangat sulit. Keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut.

Perkembangan jaman di dunia usaha yang semakin menantang, membuat perusahaan bisa menjadikan sebagai peluang untuk dapat bertahan dimasa yang akan datang. Perusahaan harus lebih aktif dalam mendistribusikan dan memperkenalkan produknya agar dapat terjual sesuai dengan apa yang diharapkan. Dan pastinya agar dapat mempertahankan pangsa pasarnya.

Hal ini pun berlaku pula di dalam persaingan industri laptop. Inovasi, kualitas, promosi, saluran distribusi, dan tingkat harga produk harus benar-benar diperhatikan oleh para produsen agar tidak kalah dengan para pesaingnya. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju mendorong adanya inovasi dalam berbagai sudut produk seperti desain dan spesifikasi laptop yang menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Beberapa produsen *personal computer* atau laptop seperti ACER, ASUS, DELL, APPLE, LENOVO, memandang Indonesia sebagai pangsa pasar yang menggiurkan, karena sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap perkembangan teknologi semacam *personal computer* atau laptop. Namun dengan seiring berkembangnya teknologi tersebut perlahan-lahan tren penggunaan *personal computer* pun menurun, dikarenakan konsumen lebih memilih menggunakan tablet ataupun *smartphone* yang lebih murah dan fleksibel untuk dibawa ataupun digunakan.

Menurut perkiraan IDC (International Data Corporation), penjualan tablet akan mengalahkan PC pada 2015. Pangsa pasar ponsel cerdas akan mencapai 69%, sementara tablet sebesar 14% dan PC (desktop dan laptop) 17%. Disisi lain, penjualan *smartphone* akan terus menanjak seperti dikutip *Android Authority* lembaga riset tersebut memprediksi 1,4 miliar ponsel akan terjual pada 2015.<sup>1</sup>

Namun bukan berarti pasar PC/laptop di Indonesia sudah mati atau berhenti, ACER yang merupakan merek lima besar computer pribadi di dunia, masih mempunyai pangsa pasarnya di Indonesia, terbukti dengan mampu menguasai 31,6 % pangsa pasar PC/laptop di Indonesia tahun 2015 disusul oleh kompetitornya ASUS yang meraih 20,1% dan TOSHIBA 9,9%, serta HP yang meraih 9,6%, sisanya adalah LENOVO dan SAMSUNG yang pangsa pasarnya sebesar 7,8%, dan 6%.<sup>2</sup>

ACER sendiri adalah perusahaan *personal computer* asal Taiwan yang memproduksi desktop, *notebook*, *smartphone*, server, penyimpanan data,

---

<sup>1</sup>[https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/distribusi-tablet-kian-mengunggulipc8839?\\_e\\_pi\\_=7%2CPAGE\\_ID10%2C5911227045](https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/distribusi-tablet-kian-mengunggulipc8839?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C5911227045), diakses pada 4/4/2016, pukul 01:50.

<sup>2</sup> [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), diakses pada 4/4/2016, pukul 02:00.

layar, dan *peripheral* (perangkat *hardware* tambahan seperti *mouse* dan *keyboard*). Berdiri pada 1967 yang berpusat di Sijhih, Taipei County.<sup>3</sup> Untuk tetap mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya ACER mengembangkan produk *smartphone* yang kini laris di pasaran, dan juga tetap memperkaya inovasinya di produk utamanya yakni PC/laptop dengan mengeluarkan seri terbaru Acer *Travel Mate* B115 yang memiliki desain mungil, tipis, serta enteng, menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna yang memiliki mobilitas tinggi. Seri terbaru ini disuguhkan dengan layar sentuh 11,6 inchi dan resolusi 1366 x 768 pixel serta *processor Intel Celeron N2940 Bay Trail* yang irit daya. ACER juga mematok seri terbarunya ini dengan harga yang terjangkau untuk konsumen.<sup>4</sup>

Walaupun menguasai pangsa pasar di Indonesia, penjualan laptop ACER mengalami penurunan yakni dari 5932 unit pada tahun 2014 menjadi 4334 unit di tahun 2015.<sup>5</sup> Penurunan penjualan ini bisa dipandang sebagai berkurangnya minat beli konsumen terhadap produk laptop ACER, seperti yang terjadi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sebagian besar adalah pengguna laptop aktif. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli mahasiswa di sini.

Faktor yang pertama adalah kualitas dari produk tersebut. Kualitas disini adalah seberapa jauh produk tersebut dapat memuaskan konsumen. Konsumen akan sangat dimanjakan dengan produk tersebut apabila

---

<sup>3</sup> [http://id.m.wikipedia.org/wiki/acer\\_inc.?\\_e\\_pi\\_=7%2CPAGE\\_ID10%2C6295341164](http://id.m.wikipedia.org/wiki/acer_inc.?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C6295341164), diakses pada 4/4/2016, pukul 02.30

<sup>4</sup> [www.laptopterbaru.net](http://www.laptopterbaru.net), diakses pada 5/4/2016, pukul 01:00.

<sup>5</sup> [www.infokomputer.com](http://www.infokomputer.com), diakses pada 5/4/2016, pukul 01:00.

kualitasnya sama atau bahkan melampaui harapan konsumen. Dengan begitu kualitas sangat penting untuk diperhatikan oleh produsen.

Berdasarkan *survey* awal yang dilakukan peneliti melalui penyebaran *form online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, didapatkan bahwa mereka kurang berminat membeli laptop merek ACER karena kualitas yang kurang memenuhi keinginan mereka, spesifikasi laptop yang menurut mereka kurang dari segi penggunaan *processor* yakni masih menggunakan *intel celeron* ataupun dari segi daya tahan dan keawetan yang kurang baik, panel LCD juga sangat rentan terjadi kerusakan jika tergoncang atau jatuh, dan ketahanan *casing* yang tidak terlalu bagus. Dengan kualitas yang seperti itu membuat mereka kurang berminat untuk membeli laptop ACER.

Faktor yang kedua adalah desain dari produk tersebut. Walaupun seri keluaran terbaru dari ACER sendiri memiliki desain yang tipis dan minimalis, namun ada beberapa varian seri yang mempunyai desain yang kurang bagus. Dari *survey* awal yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta menyatakan bahwa desain laptop ACER kurang diminati karena laptop terlalu berat untuk dibawa, dan *keyboard* yang tidak nyaman untuk mengetik. Hal tersebut membuat mahasiswa tidak berminat untuk membeli laptop merek ACER ini.

Faktor ketiga yang juga mempengaruhi minat beli adalah harga produk itu sendiri. Berdasarkan *survey* awal yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, menyatakan bahwa harga

menjadi hal yang mereka pertimbangkan dalam memilih produk laptop yang akan mereka beli. Pada dasarnya mereka menginginkan harga yang sepadan dengan kualitas yang nanti mereka akan dapatkan. Mereka juga menganggap harga laptop ACER sudah termasuk murah untuk kalangan mahasiswa. Namun harga murah berarti kualitas yang didapatkan juga standar atau tidak terlalu tinggi. Oleh karena itu penurunan minat beli yang terjadi pada laptop merek ACER ini karena mahasiswa memilih merek lain yang mempunyai harga yang sama dengan kualitas yang lebih baik dari ACER.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu, kualitas produk, desain produk dan harga.

Berdasarkan kompleksnya masalah-masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hal-hal yang berkaitan dengan minat beli.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya minat beli konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang jauh dari harapan.
2. Desain produk yang kurang bagus.
3. Harga produk yang tidak sebanding dengan kualitas.

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah minat beli merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkungannya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara kualitas produk dan harga dengan minat beli”.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dengan minat beli? Dan Apakah terdapat hubungan antara harga dengan minat beli?”.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

#### 1. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pemasaran dalam dunia bisnis dan masalah kualitas produk dan harga dengan minat beli mahasiswa.

#### 2. Mahasiswa

- Memberi pemahaman dan tambahan informasi tentang kualitas produk, harga dan minat beli.

- Sebagai bahan acuan penelitian berikutnya.

### 3. Pelaku bisnis

Memberi kontribusi dan tambahan informasi kepada pelaku bisnis dalam hal seberapa besar kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan pelaku bisnis dalam memasarkan produknya.