

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat sejalan dengan kemajuan pembangunan dan teknologi. Hadirnya perusahaan baru baik kecil, menengah, dan besar menimbulkan persaingan diantara perusahaan yang bergerak dibidang yang sejenis. Hal tersebut memotivasi perusahaan untuk lebih meningkatkan produktivitasnya untuk tetap dapat bersaing. Tujuan utama dari sebuah perusahaan ialah pencapaian profit (laba) dalam hal ini dapat juga sebagai tolak ukur dalam sukses atau tidaknya sebuah perusahaan dalam pencapaian tujuannya.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians-varian baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan

pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.

Di era modern ini, teknologi komunikasi merupakan salah satu aspek kehidupan yang berkembang pesat. Perkembangan teknologi komunikasi berkembang secara drastis dan terus berevolusi hingga sekarang. Salah satunya adalah ponsel pintar (*smartphone*).

Dalam kaitannya dengan perekonomian, ini merupakan peluang industri telekomunikasi untuk menciptakan suatu ponsel yang berfungsi untuk komunikasi sekaligus dapat mengakses internet. Hal ini dimanfaatkan oleh beberapa produsen ponsel dalam menciptakan ponsel pintar yang lebih di kenal dengan sebutan '*smartphone*'.

Smartphone adalah ponsel yang menyediakan fitur yang berada diatas dan di luar kemampuan sederhana untuk membuat panggilan telepon. Saat ini, fungsi *smartphone* dengan kaya fitur perangkat komunikasi. Penambahan akses internet adalah inovasi terbaru dalam teknologi *smartphone*. Pengguna dapat berselancar di Internet dengan kemudahan yang sama seperti ketika menggunakan laptop atau komputer. Kecanggihan *smartphone* inilah yang mendorong sebagian besar orang di Indonesia ingin menggunakan alat komunikasi tersebut sehingga banyak perusahaan produsen *smartphone* bermunculan menawarkan berbagai macam merek dengan aplikasi canggih masa kini. Tiap *smartphone* dibekali fitur mulai penunjuk jalan atau *google maps*, *streaming video* menggunakan wifi dan kamera yang kualitas gambarnya tidak kalah dengan kamera profesional.

Banyak produsen telepon genggam berbondong-bondong menciptakan *smartphone* yang memiliki fitur canggih yang diinginkan dan dapat memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat. Perkembangan *smartphone* di Indonesia bahkan di dunia pun semakin pesat. Beberapa produsen *smartphone* mampu membuat ponsel yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat. Salah satunya adalah Samsung.

Samsung Electronics adalah perusahaan pembuat perangkat elektronika terbesar di dunia. Perusahaan ini adalah perusahaan Korea Selatan yang terbesar dan merupakan ikon dari Samsung Group. Namun pada kenyataannya, Samsung mengalami kelesuan dalam penjualan ponsel pintar yang selama ini memberi kontribusi besar dalam bisnis mereka. Hal ini menyebabkan laba bersih Samsung pada kuartal kedua 2016 menurun.

Dalam laporan keuangan periode April sampai Juni 2016, Samsung membukukan pendapatan 28,45 triliun won Korea Selatan (sekitar 27,5 miliar dollar AS). Dari jumlah itu, perusahaan meraih laba bersih 6,25 triliun won Korea Selatan (sekitar 6,1 miliar dollar AS) atau turun sekitar 20 persen dari 7,7 triliun won Korea Selatan (sekitar 7,58 miliar dollar AS). Penurunan laba bersih ini merupakan yang pertama dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Bisnis perangkat mobile Samsung, termasuk ponsel pintar, memberi kontribusi laba 4,42 triliun won Korea Selatan (sekitar 4,31 miliar

dollar AS) atau turun dari 6,28 won Korea Selatan dibandingkan kuartal yang sama 2016¹.

Penurunan penjualan tersebut dikarenakan persaingan dalam bisnis ponsel pintar yang semakin ketat, terlebih kedatangan *smartphone* asal China macam Huawei, ZTE, dan Xiaomi, yang gencar menghadirkan ponsel berbasis Android harga terjangkau dan menggerus pangsa pasar Samsung.

Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam memilih dan menghadapi setiap produk yang diluncurkan. Hal itu terjadi karena keputusan pembelian konsumen menjadi faktor penentu terbesar dalam kesuksesan dalam penjualan suatu produk termasuk salah satunya Samsung.

Keputusan pembelian konsumen menjadi faktor yang penting dalam penentu eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat terus eksis jika rangsangan konsumen dalam memutuskan pembelian produk dari suatu pasar mendapat respons yang positif dari pasar itu sendiri. Konsumen akan membentuk sebuah preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merek yang paling di minati dan berujung pada keputusan pembelian. Dalam kasus disini keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Samsung.

¹<http://tekno.kompas.com/read/2016/08/01/17100007/Penjualan.Ponsel.Lesu.Laba.Samsung.Turun> (diakses pada tanggal 20 Maret 2017)

Rendahnya keputusan pembelian Samsung merupakan masalah yang kompleks, hal tersebut dilihat dari peneliti yang melakukan wawancara dan survei awal pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Sedikitnya warga yang memilih Samsung sebagai smartphone dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Faktor pertama adalah iklan, hal yang memengaruhi seseorang melakukan pembelian seperti iklan. Pada zaman era modern seperti sekarang iklan menjadi hal yang patut diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan karena banyaknya pesaing yang dapat memaksimalkan penjualan dari hal tersebut.

Iklan adalah komunikasi non pribadi melalui bermacam-macam media yang dibayar oleh sebuah perusahaan bisnis, atau organisasi nirlaba, atau individu yang dalam beberapa teridentifikasi dalam pesan periklanan dan berharap menginformasikan atau membujuk anggota-anggota dari pemirsa tertentu. Perusahaan dapat melakukan kampanye periklanan dan promosi yang sama dengan pasar domestik atau mengubahnya untuk tiap pasar lokal.

Setelah melakukan penelitian berupa wawancara pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang diketahui bahwa masih ada yang tidak mengetahui Samsung meluncurkan produk berbasis Android (*smartphone*). Ini menjadi kekurangan tersendiri dalam program periklanan Samsung, padahal masyarakat paling gemar untuk menonton televisi. Dari segi keunggulan TV yang paling

memungkinkan untuk memasarkan karena TV memiliki berbagai kelebihan dibanding media lainnya yaitu mencakup daya jangkauan luas, tidak memerlukan keahlian dan kemampuan membaca seperti pada media cetak. Dengan gambar semua orang sudah cukup mengerti maknanya. Karena kurangnya aktif dalam mengiklankan di media elektronik ini akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

Faktor kedua adalah harga, strategi penetapan harga sangat penting agar mampu bersaing dengan perusahaan *smartphone* lain, dalam menentukan tarif suatu produk harus memperhatikan selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan yang paling diperhatikan dalam memilih suatu produk *smartphone* adalah harga yang bersaing. Mengingat suatu tingkat harga yang baik dapat memberikan pengaruh baik di dalam perekonomian maupun dalam perusahaan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang ditemukan bahwa mayoritas ibu-ibu rumah tangga sangat jeli dalam membeli dan menyeleksi harga produk, mereka lebih menginginkan dengan harga yang relatif terjangkau untuk mendapatkan produk yang berkualitas, seperti produksi buatan China dibandingkan Samsung.

Faktor ketiga adalah kualitas produk, kemampuan produk untuk menjalankan atau mengoperasikan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, dan fitur. Kualitas produk ternyata memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk jika kualitas

suatu produk rendah, maka konsumen memutuskan untuk membeli produk lain.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang menunjukkan bahwa kualitas produk Samsung sangat rendah. Hal ini terbukti pada kamera depan untuk kelas menengah ke bawah, memiliki kualitas yang buruk. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk Samsung yang rendah mempengaruhi penurunan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Berdasarkan masalah dan data-data yang telah diuraikan di atas dapat maka peneliti merasa tertarik untuk meneliti masalah rendahnya keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga RT 03/08 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang dapat mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang :

1. Kurangnya aktif dalam mengiklankan produknya
2. Harga yang sedikit agak mahal
3. Rendahnya kualitas produk
4. Buruknya pelayanan
5. Dan buruknya pengetahuan tentang produk

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian konsumen merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun karena keterbatasan biaya, waktu, pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara Iklan dan Harga dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang”.

D. Perumusan Masalah

Dari Pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara iklan dan harga dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu penelitian ini akan menambah wawasan, serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan iklan dan harga dengan keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah bagi mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi bacaan ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya mengenai hubungan antara iklan dan harga dengan keputusan pembelian.

3. Mahasiswa

Sebagai bahan referensi dalam penulisan skripsi, baik dari segi teknik penulisan, isi yang dipaparkan ataupun hal-hal lain yang terdapat dalam penelitian ini.

4. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga suatu produk atau jasa dan membuat iklan bagi suatu produk atau jasa. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.