

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menuntut setiap orang untuk dapat berpikiran maju. Ilmu pengetahuan teknologi dan informasi yang terus berkembang, mengharuskan manusia melewati kegiatan kesehariannya dengan efektif dan efisien. Dengan demikian pesatnya perkembangan teknologi informasi, memunculkan kepercayaan bahwa masa depan akan dikuasai oleh siapapun yang dapat menguasai teknologi dan informasi tersebut. Semakin tumbuhnya kebutuhan akan pengetahuan dan informasi maka akan semakin mendorong manusia untuk menyadari betapa pentingnya alat-alat penunjang teknologi informasi tersebut di masyarakat.

Fenomena meluasnya produk-produk teknologi juga dapat dirasakan memasuki Indonesia dalam 10 tahun terakhir. Sebagai contoh, dapat dilihat pada industri laptop di Indonesia. Kompetisi produk laptop di Indonesia akan semakin berlanjut, dengan bermunculannya beberapa merek baru dengan berbagai macam merk antara lain: HP, DELL, Toshiba, Asus. Keanekaragaman produk laptop yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merk yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk laptop yang ideal.

Laptop menjadi produk yang sangat dibutuhkan mahasiswa untuk menunjang mobilitas mereka dalam mengerjakan setiap tugas dan laporan yang harus dikerjakan dan dikumpulkan kepada dosen mereka. Produk laptop lebih dipilih oleh mahasiswa daripada PC (Personal Computer) karena laptop lebih praktis dan mudah dibawa kemana-mana sehingga mereka merasa lebih nyaman menggunakan laptop dibandingkan PC (Personal Computer). Akan tetapi, mahasiswa sering dihadapkan pada dilema dalam menentukan laptop mana yang akan dibeli. Dikarenakan banyaknya penyedia macam-macam laptop dengan spesifikasi dan kecanggihan masing-masing.

Salah satu merk laptop terkenal adalah ACER. Menurut IDC, di kuartal 2 tahun fiskal 2012, Acer menguasai 31,1 persen pangsa pasar produk laptop di Indonesia¹. Salah satu merk ternama dari produk di atas adalah Acer. Acer sudah menguasai pasar Indonesia dan dapat dikatakan sebagai produk yang bagus, akan tetapi Acer tetap saja mempunyai kelemahan-kelemahan, antara lain: harga dan kualitas yang kurang sesuai, layanan purna jual yang kurang baik, *claim* garansi yang cukup lama, *customer service* dan *call centre* yang sulit dihubungi. Dari kelemahan produk laptop merk Acer di atas, maka peneliti ingin meneliti lebih jauh tentang hal tersebut.

Dalam hal kecenderungan pemakaian suatu produk elektronik, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat elemen-elemen mengapa konsumen memilih dan/atau mempercayai suatu produk. Seperti halnya perasaan puas akan suatu produk yang mempengaruhi pemilihan dan/atau kepercayaan akan suatu produk. Baik sebelum

¹ Reza, Acer Klaim Rajai Pasar Laptop Indonesia, Diakses pada tanggal 29 Februari 2016, <http://travel.kompas.com/read/2012/10/23/11522281/Acer.klaim.rajai.pasar.laptop.indonesia>

pembelian (pengalaman melihat kepuasan orang lain atau saran orang lain) ataupun sesudah pembelian (pengalaman pemakaian jangka panjang, dengan segala fasilitas yang perusahaan sediakan).

Kepuasan pelanggan adalah salah satu hal yang penting dalam persyaratan lamanya suatu perusahaan dapat bertahan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi kepuasan pelanggan, maka kemungkinan pelanggan akan berpindah dan mencari perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Oleh karena itu kepuasan pelanggan mempunyai dampak yang sangat penting dalam siklus kehidupan perusahaan. Maka, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan secara terus-menerus produk dan jasa yang dipasarkan agar pelanggan tidak kecewa.

Berdasarkan *survey* awal peneliti pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta, peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan pengguna laptop Acer sangatlah rendah. Dari data wawancara awal didapatkan informasi mengenai rendahnya kepuasan penggunaan laptop Acer, antara lain: kurang baiknya layanan purna jual, rendahnya kualitas produk, dan ketidaksamaan harga *service*.

Dari data *survey* awal, yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa layanan purna jual Acer yang dirasa masih buruk sebagai faktor utamanya. Seperti yang dilansir pada salah

satu web keluhan elektronik oleh Ricky Rizky, yang menyatakan bahwa pergantian baterai Acer membutuhkan waktu yang lama.²

Pelayanan yang baik merupakan ujung tombak dari kepuasan pelanggan. Karena pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan. Sebenarnya kegiatan penjualan tidaklah selesai ketika barang terjual dan sampai ke tangan pelanggan. Namun ada yang dinamakan pelayanan pelengkap yang biasanya disebut dengan pelayanan purna jual. Pelayanan purna jual adalah suatu bentuk tanggung jawab perusahaan atas produk yang sudah ditawarkan. Pelayanan purna jual diharapkan memberikan kemudahan bagi pelanggannya dalam mengatasi masalah yang terjadi pada produk yang dibelinya. Terlebih pada barang-barang elektronik, seperti garansi, reparasi, *delivery*. Namun, layanan purna jual produk Acer cenderung kurang baik dan tidak sesuai dengan harapan pelanggannya.

Kemudian, dari data *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Acer yang kedua adalah kualitas produk Acer sendiri. Seperti yang dilansir pada salah satu web keluhan elektronik oleh Steve Danu Santosa, bahwa produk Acer yang dibelinya sudah mengalami kerusakan pada bagian kursor kurang dari sepekan setelah hari pembelian.³

² Ricky, Layanan Purna Jual Acer Indonesia Mengecewakan, Diunduh pada tanggal 06 Maret 2016, <http://www.suratpembaca.web.id/detail/7976/Layanan+Purna+Jual+Acer+Indonesia+Mengecewakan>

³ Steve, Kualitas Notebook Acer Jelek dan Service Center Tidak Profesional, Diunduh pada tanggal 06 Maret 2016, <http://www.suratpembaca.web.id/detail/9914/Kualitas+Notebook+Acer+Jelek>.

Suatu produk dikatakan memiliki kualitas, jika dapat membuat pemiliknya merasa puas. Biasanya suatu produk dikatakan berkualitas, apabila produk tersebut memiliki kehandalan, ketahanan, dan memiliki kinerja yang baik. Namun, banyak dari produk yang beredar di masyarakat dirasa masih memiliki kualitas yang rendah. Sehingga, menimbulkan ketidakpuasan bagi pemiliknya. Terlebih jika produk tersebut dibeli dengan harga yang relatif mahal.

Dari data *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa faktor ketiga dari ketidakpuasan pelanggan adalah ketidaksamaan harga *service* yang diberikan dari *Service Centre* pada laptop Acer yang sama. Seperti yang dilansir forum Indocomputer⁴. Dimana disebutkan bahwa pelanggan merasa dirugikan dengan harga yang berbeda pada kerusakan dan laptop seri yang sama pada 2 tempat *service centre* Acer.

Harga merupakan hal yang sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang. Dimasa sekarang ini, dimana banyak produk laptop dari perusahaan-perusahaan yang berbeda, yang menawarkan standar harga dan kelebihan-kelebihan yang berbeda pula. Dalam industri elektronik pembiayaan produk dibagi dalam beberapa klasifikasi, yaitu pembiayaan pembelian (harga produk awal), pembiayaan perawatan dan perbaikan (harga *check* dan reparasi). Pembiayaan atau harga inilah yang nantinya akan digunakan oleh konsumen dalam pembelian awal suatu produk. Pembiayaan *check* dan reparasi kini sudah

⁴ Rudi, Harga Perbaikan Beda Barang Sama, Diunduh pada tanggal 16 Juni 2016, <http://forumindocom.id/forum/komputer/detail/167790-harga-beda-barang-sama>.

tidak dipandang sebelah mata oleh calon konsumen, karena hal ini sangat memudahkan dan menguntungkan konsumen. Apabila sudah termasuk dalam harga awal pembelian produk, walaupun biasanya hanya dalam jangka waktu tertentu.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu layanan purna jual, kualitas produk, dan ketidaksamaan harga *service* pada barang yang sama di *service centre*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada laptop merk Acer di kalangan mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan bahwa rendahnya kepuasan pelanggan laptop merk Acer pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta di Jakarta disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Kurang baiknya layanan purna jual produk
2. Rendahnya kualitas produk
3. Ketidaksamaan harga *service* produk yang sama.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah kepuasan pelanggan memiliki penyebab yang sangat luas. Berhubung keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi antara lain: dana dan waktu, maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah : “Hubungan antara pelayanan purna jual dengan kepuasan pelanggan laptop dan notebook merk Acer pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Apakah terdapat hubungan antara pelayanan purna jual dengan kepuasan pelanggan laptop merk Acer pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta di Jakarta?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dapat digunakan untuk :

1. Peneliti

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi peneliti agar lebih memantapkan pengetahuan tentang hubungan layanan purna jual dengan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini sebagai bahan referensi tambahan dan sumbangsih sebuah pemikiran ilmiah yang berbentuk skripsi.

3. Bagi PT. Acer Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi PT Acer Indonesia untuk mengambil kebijakan atau keputusan yang dipandang perlu dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan laptop dan notebook merk Acer

4. Masyarakat

Sebagai sumber untuk menambah wawasan pembaca mengenai pentingnya memperhatikan layanan purna jual, sehingga memdapat kepuasan dalam pembelian suatu produk.