

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisikan pemaparan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yaitu sebagai berikut.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat industri teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong peningkatan permintaan terhadap perangkat laptop di Indonesia. Laptop menjadi salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat, baik dalam sektor pendidikan, bisnis, maupun industri kreatif. Dalam beberapa tahun terakhir, pasar domestik masih didominasi oleh merek-merek internasional seperti Asus, Acer, Dell, HP, dan Lenovo yang menawarkan berbagai varian produk dengan spesifikasi dan harga yang beragam (Katadata, 2023). Di sisi lain, produsen lokal seperti Axioo, Advan, dan Zyrex berupaya mengambil pangsa pasar dengan menghadirkan produk-produk yang kompetitif (Kompas, 2022). Namun, meskipun telah ada upaya tersebut, laptop buatan Indonesia masih menghadapi tantangan besar dalam bersaing dengan produk impor (DetikInet, 2021).

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi daya saing produk lokal adalah persepsi konsumen terhadap merek. Banyak konsumen masih menganggap bahwa laptop merek internasional lebih unggul dalam hal kualitas, inovasi, dan daya tahan dibandingkan dengan produk lokal. Menurut data dari *International Data Corporation* (IDC), pada kuartal kedua tahun 2024, pasar PC di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 17,9% secara *year-over-year* (YoY), dengan segmen konsumen meningkat sebesar 28,7% akibat pemulihan ekonomi pasca pandemi (*International Data Corporation*, 2024).

Pangsa pasar produk lokal masih sangat kecil dibandingkan dengan produk internasional. Presiden Direktur PT Zyrexindo Mandiri Buana Tbk, Timothy Siddik, mengungkapkan bahwa sekitar 95% pasar laptop di Indonesia dikuasai oleh merek asing, sementara merek lokal hanya menguasai sekitar 5% (Kumparan Bisnis, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun produsen dalam negeri telah melakukan berbagai inovasi dan strategi pemasaran, mereka masih menghadapi

tantangan besar dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal.

Berdasarkan data dari *International Data Corporation (IDC)* dan *Canalys*, berikut adalah rincian pengiriman dan pangsa pasar laptop oleh beberapa merek internasional pada tahun 2024 GoodStats :

Tabel 1.1 Jumlah pengiriman laptop merek internasional

Merk	Jumlah Pengiriman (unit)	Pangsa (%)	Pasar Pertumbuhan Tahunan (%)
Lenovo	61,8 juta	24,2	4,7
HP	53 juta	20,7	0,2
Dell	39,1 juta	15,3	-2,2
Apple	22,9 juta	8,9	2
Asus	18,3 juta	7,2	11

Sumber: *International Data Corporation (IDC)* dan *Canalys*, 2024

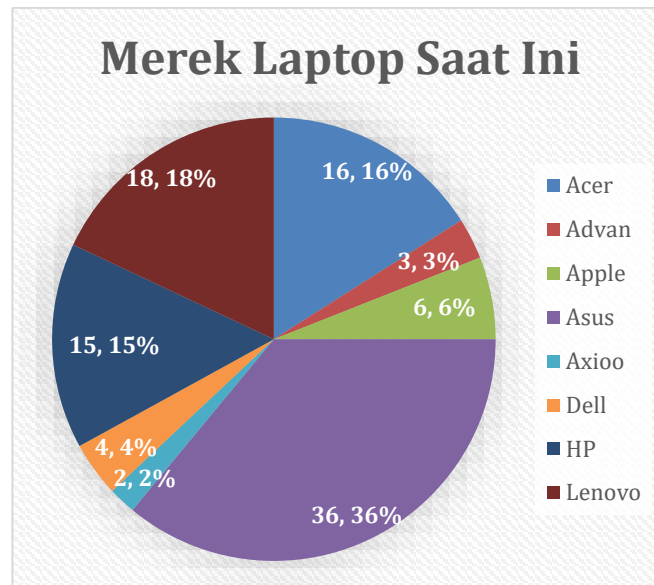
Sementara itu, data mengenai pangsa pasar dan pengiriman laptop lokal di Indonesia menunjukkan bahwa produsen seperti Axioo dan Zyrex mengalami peningkatan penjualan Databoks Katadata:

Tabel 1.2 Jumlah pengiriman laptop merek lokal

Merk	Jumlah Pengiriman (unit)	Pangsa (%)	Pasar Pertumbuhan Tahunan (%)
Axioo	250.000	1,2	20
Zyrex	180.000	0,9	15
Advan	120.000	0,6	10,5

Sumber: Databoks Katadata, 2024

Faktor persepsi merek, daya saing produk lokal juga dipengaruhi oleh faktor teknologi dan inovasi. Perkembangan teknologi yang pesat serta keterbatasan sumber daya menyebabkan produsen laptop kesulitan menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar, sehingga perusahaan harus mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Tantangan utama dalam produksi laptop adalah keterbatasan sumber daya yang tetap harus memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga pemilihan atribut yang tepat menjadi faktor krusial dalam menentukan spesifikasi yang sesuai.



Gambar 1.1 Hasil survei merek laptop yang digunakan oleh mahasiswa

Berdasarkan Gambar 1.1 diagram lingkaran mengenai merek laptop yang saat ini digunakan oleh mahasiswa dari Universitas Airlangga, Universitas Pembangunan Nasional, Universitas Trunojoyo Madura, dan Institut Teknologi Sepuluh November. Terlihat bahwa merek Asus mendominasi dengan pangsa sebesar 36%, diikuti oleh Lenovo sebesar 18%, Acer 16%, dan HP 15%, sementara merek lokal seperti Axioo dan Advan hanya mencatatkan masing-masing 2,2% dan 3,3%. Data ini menunjukkan dominasi merek internasional dalam preferensi penggunaan laptop di kalangan mahasiswa.

Beberapa metode yang bisa digunakan untuk menganalisis perpindahan preferensi mahasiswa terhadap merek laptop antara lain analisis *markov chain* dengan matriks yang memberikan gambaran perpindahan preferensi. Metode ini dapat memprediksi distribusi pangsa pasar di masa mendatang hingga mencapai kondisi *equilibrium*, di mana pangsa pasar setiap merek menjadi stabil. Temuan ini memberikan wawasan bagi produsen dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan pola peralihan preferensi mahasiswa (Regina et al., 2024). Penelitian berjudul "*Pendekatan Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Atribut Laptop*" menunjukkan bahwa melalui pendekatan analisis konjoin, atribut utama yang memengaruhi preferensi mahasiswa dalam memilih laptop meliputi performa, harga, daya tahan baterai, dan desain. Selain itu, penelitian ini berhasil mengidentifikasi kombinasi atribut yang paling disukai oleh mahasiswa, sehingga

dapat menjadi panduan bagi produsen dalam mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna (Fauzi & U.S, 2023).

Dalam menyelesaikan permasalahan prediksi pangsa pasar yang sesuai dengan permintaan atribut konsumen serta mengukur daya saing laptop merek lokal dibandingkan dengan merek internasional di pasar domestik, diperlukan analisis berbasis data yang komprehensif. Penelitian menggunakan metode *markov chain* untuk menganalisis tren perubahan pangsa pasar dan memprediksi kemungkinan peralihan preferensi konsumen dari satu merek ke merek lainnya dalam jangka waktu tertentu. Penelitian ini juga menggunakan metode konjoin untuk mengevaluasi preferensi konsumen terhadap berbagai atribut laptop, sehingga dapat mengidentifikasi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Kombinasi kedua metode ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap pola pergerakan pasar, loyalitas konsumen, serta peluang bagi produsen lokal dalam meningkatkan daya saingnya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, didapatkan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana daya saing pangsa pasar laptop merek lokal dibandingkan dengan laptop merek internasional di Indonesia, serta bagaimana prediksi perubahan *market share* di masa depan?
2. Atribut apa saja yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian laptop oleh mahasiswa, serta bagaimana kombinasi atribut yang banyak diminati?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Menganalisis daya saing pangsa pasar laptop merek lokal dibandingkan dengan laptop merek internasional di Indonesia serta memprediksi perubahan *market share* keduanya di masa depan menggunakan metode *markov chain*.

2. Mengidentifikasi atribut-atribut yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian laptop oleh mahasiswa serta menentukan kombinasi atribut optimal yang sesuai dengan preferensi menggunakan metode konjoin.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagi peneliti lain menyediakan referensi ilmiah mengenai penggunaan metode *markov chain* dalam analisis pangsa pasar dan prediksi perpindahan preferensi konsumen. Metode *markov chain* digunakan untuk memprediksi market share di masa yang akan datang yang ditujukan kepada produsen laptop lokal untuk meningkatkan kualitas sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Metode konjoin ditujukan bagi produsen laptop lokal memberikan wawasan tentang preferensi konsumen mahasiswa sehingga dapat merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih kompetitif. Membantu dalam memahami faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dan peluang meningkatkan pangsa pasar.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilakukan pada program studi tertentu di UTM, UNAIR, ITS, dan UPN, dengan populasi mahasiswa aktif semester 6 hingga 8.
2. Pengambilan data menggunakan data yang digunakan dalam analisis penjualan dan pangsa pasar berasal dari laporan industri terbaru, termasuk dari *International Data Corporation (IDC)* atau sumber resmi lainnya.

1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi masalah dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Konsumen diasumsikan memiliki pola perilaku dan preferensi yang relatif stabil dalam periode waktu yang diamati, sehingga memungkinkan penggunaan model *markov chain discrete time* secara valid untuk memprediksi transisi preferensi merek.

2. Preferensi konsumen terhadap atribut laptop (seperti harga, spesifikasi, merek, dan desain) dapat dikuantifikasi dan dianalisis menggunakan metode konjoin untuk mengetahui atribut yang paling memengaruhi keputusan pembelian.
3. Perpindahan preferensi antar merek dapat dimodelkan dengan menggunakan probabilitas transisi dalam *markov chain*, dengan asumsi bahwa loyalitas atau peralihan konsumen dari satu merek ke merek lain bersifat probabilistik.
4. Responden yang digunakan dalam survei dianggap representatif terhadap populasi target pengguna laptop di wilayah atau segmen pasar yang diteliti.
5. Dalam analisis konjoin, setiap atribut laptop (misalnya, harga, RAM, dan desain) diasumsikan tidak saling memengaruhi satu sama lain.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisikan permasalahan pada objek penelitian yang dijelaskan dalam latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisikan penjelasan mengenai teori - teori yang dijadikan sebagai penunjang dan pendukung penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga berisikan metode penelitian yang memberikan informasi data yang digunakan serta langkah-langkah dalam penelitian. Data berupa lokasi dan waktu penelitian, data yang akan diteliti, teknik pengumpulan data, dan metode yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisikan penjelasan mengenai pengolahan data terdiri hasil dan pembahasan penelitian yang dijalani selama penelitian berlangsung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisikan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil pembahasan pada penelitian dan pengolahan data yang telah dijalani sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN