

BAB I

PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang dari suatu permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Teknologi merupakan sebuah alat yang diciptakan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi (Indrajit, 2000). Teknologi diciptakan dengan tujuan untuk membantu manusia dalam melakukan sesuatu. Teknologi terus berkembang seiring pergantian waktu dari tahun ke tahun. Perkembangan teknologi dinilai dapat meningkatkan kinerja sehingga suatu aktivitas akan dapat dikerjakan dengan cepat, tepat dan akurat sehingga akan meningkatkan produktivitas. Perkembangan tersebut ditandai dengan pola hidup *e-life* (kehidupan sudah dipengaruhi oleh berbagai layanan secara elektronik seperti *e-commerce*, *e-library*, *e-education* dan sebagainya) (Wardiana, 2002). Kemajuan teknologi dengan campuran telekomunikasi menjadikan komputer mengalami perkembangan, hal ini ditandai dengan pada tahun 1960-an mulai memperkenalkan *mini computer* dan *mainframe* kemudian pada awal tahun 1970-an sudah dikenalkan teknologi PC (*Personal Computer*) sebagai pengganti dari *mini computer* (Indrajit, 2000).

Laptop adalah Personal Computer (PC) yang bersifat portabel seperti sebuah buku catatan dengan kisaran harga yang terjangkau, sehingga dapat dibawa kemana-mana dan dapat dimiliki secara individu (Jogiyanto, 2005). Perbedaan Laptop dengan PC terletak pada komponen-komponennya, dimana PC terdiri dari CPU, *Monitor*, *Keyboard* serta *Mouse* sedangkan pada Laptop semua komponen tersebut disatukan menjadi satu kesatuan. Impor Laptop mempunyai persentase yang cukup besar yaitu sekitar US\$ 1 Miliar yang sama dengan 9 Triliun sehingga mengalami kenaikan sebesar 50,04% (<http://Kemenperin.go.id>). Terdapat beberapa *brand* Laptop yang terkenal di kalangan konsumen seperti Acer, Asus, Lenovo, Toshiba dan lain sebagainya. Dari sekian *brand* yang terkenal, *brand*

Acer tetap bertahan menjadi *leader market* selama tahun 2015 hingga tahun 2017 seperti data dalam Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 *Global market share* Laptop tahun 2015-2017 (<http://Topbrand-award.com>)

Brand	Tahun		
	2015	2016	2017
Acer	40.20%	34.70%	33.70%
Asus	11.00%	16.50%	18.10%
Lenovo	7.00%	11.10%	10.50%
Toshiba	12.10%	10.80%	10.90%
HP	7.60%	8.50%	8.90%
Samsung	2.60%	4.60%	4.80%
Apple	5.20%	3.30%	3.10%

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa *brand* Acer mengalami penurunan *market share* dari tahun-tahun sebelumnya meskipun *brand* Acer menjadi *leader market share*. Penurunan *market share* tersebut tidak signifikan namun jika diabaikan tidak menuntut kemungkinan penurunan tersebut akan terjadi secara terus-menerus ke tahun-tahun selanjutnya. Hal ini disebabkan banyak konsumen yang mulai pindah kepercayaan ke *brand* lain. Konsumen mulai tergiur dengan spesifikasi-spesifikasi baru yang ditawarkan *brand* lain yang lebih canggih.

Berikut data *market* dari Laptop di Indonesia [Tabel 1.2] berisi tentang *brand* yang terkenal, *market leader*, *brand awareness* (kesadaran merek), *purchase channel*, kriteria dalam pemilihan *brand* sampai poin ketidakpuasan dari *brand* tersebut.

Tabel 1.2 Market Laptop di Indonesia (<http://di-onlinesurvey.com>)

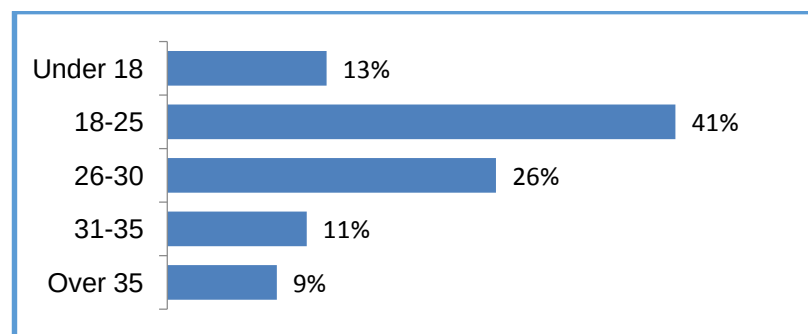
KEY FINDINGS	INDONESIA
Most well-known brands	Samsung, Acer and Asus
Market leaders	Acer (27%), Asus (25%) and Dell (11%)
Key sources of brand awareness	Traditional electronic stores (65%), Facebook (63%) and Online ads (59%)
Key purchase channel	Traditional channels (90%), Ecommerce (7%), Others 3%
Top brand choice criteria	Quality, pricing and trusted brands
Top dissatisfaction point	Battery life, Device heat and RAM capacity
Largest expenditure group	35% spend \$300 ~ \$400

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui bahwa dari 3 *brand* Laptop yang menjadi *market leader* di Indonesia, Laptop *brand* Acer masih menjadi *leader market*

dengan persentase *market share* tertinggi yaitu sebesar 27% yang kemudian disusul oleh *brand* Asus sebesar 25% dan *brand* Dell sebesar 11%.

Atribut yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam pemilihan Laptop secara umum terdiri dari beberapa atribut. Dalam penelitian Indrawan (2012), atribut Merek, Garansi resmi, Ukuran layar, *Processor*, Kapasitas *Harddisk* dan RAM merupakan berbagai atribut yang dinilai mempengaruhi konsumen dalam membeli Laptop. Nur Zakiya Harahap (2014), menyatakan bahwa atribut yang berpengaruh adalah merek, processor, bobot, harga, harddrive, webcam, ukuran layar, ketahanan baterai serta warna dari Laptop. Sementara itu, Ain Hafidita (2014) menyatakan bahwa atribut warna, garansi, kualitas komponen dan harga laptop serta ada tidaknya fasilitas *operating system* (windows) adalah berbagai atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pemilihan Laptop merek Acer.

Konsumen akan membandingkan beberapa *brand* berdasarkan faktor-faktor tersebut dalam melakukan transaksi pembelian Laptop. Pemikiran tersebut dianggap wajar karena hal itu merupakan keinginan setiap konsumen untuk mendapatkan produk sesuai dengan apa yang diinginkannya. Faktor-faktor tersebut harus diperhatikan dalam meningkatkan *market share* jika *segment* pasar *brand* tersebut adalah kalangan remaja yaitu antara siswa SMA hingga mahasiswa. Berikut data yang menunjukkan jika persentase terbesar dari konsumen Laptop adalah usia 18 tahun sampai 25 tahun dimana rentang usia tersebut adalah usia mahasiswa yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.1 Persentase konsumen Laptop berdasarkan usia (<http://di-onlinesurvey.com>)

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa di Universitas Trunojoyo Madura dikarenakan Universitas Trunojoyo Madura memiliki program studi paling

banyak daripada perguruan/sekolah tinggi lain yang ada di kota Bangkalan sehingga dapat dikatakan jika konsumen yang potensial kalangan mahasiswa di wilayah Bangkalan untuk produk Laptop adalah mahasiswa UTM. Segmen mahasiswa dipilih dikarenakan pengguna terbanyak laptop adalah kalangan usia mahasiswa seperti yang tercantum pada Gambar 1.1.

Apabila *brand* Acer ingin meningkatkan *market share* tentu harus mengetahui preferensi konsumen terhadap pemilihan baik dari segi harga, spesifikasi, garansi atau faktor lainnya. Maka dari itu pada penelitian ini digunakan metode analisis konjoin dalam membandingkan preferensi mahasiswa dalam pemilihan Laptop merek Acer dan Laptop merek Asus untuk mengetahui preferensi konsumen dari dua *brand* tersebut dengan membuat beberapa stimuli yang dihasilkan dari kombinasi setiap level dari semua faktor yang digunakan sehingga dapat diketahui atribut yang membuat laptop Asus mengalami peningkatan *market share*. Atribut tersebut yang akan digunakan sebagai masukan untuk laptop Acer. Kemudian menentukan spesifikasi lebih detail dari stimuli yang paling disukai konsumen.

Penelitian ini menggunakan analisis konjoin karena memiliki keunggulan yaitu dapat mengetahui desain produk sesuai model yang paling disukai konsumen karena pada analisis ini mengambil kesimpulan berdasarkan respon subjek terhadap perubahan sejumlah atribut (Simamora, 2005). Analisis konjoin adalah sebuah metode untuk menghubungkan utilitas atas dasar peringkat yang telah diberikan untuk hasil yang berbeda dari produk yang bertujuan untuk menjelaskan peringkat preferensi dengan cara menghubungkan unsur-unsur yang berbeda dari produk (Hardle dan Simar, 2007). Analisis konjoin adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi dari konsumen terhadap suatu objek yang terdiri dari satu atau lebih bagian dengan tujuan utama untuk membuat suatu desain produk atau objek yang diinginkan oleh kebanyakan konsumen (Santoso, 2014).

Berdasarkan hasil dari studi pendahuluan yang telah dilakukan pada mahasiswa UTM yang menggunakan Laptop merek Acer dan Asus diketahui terdapat 15 atribut yang dijadikan pertimbangan mahasiswa UTM dalam pemilihan Laptop. Pada penelitian ini tidak semua atribut dari hasil studi

pendahuluan digunakan, melainkan hanya 6 atribut yang digunakan yaitu kehandalan proses, harga, pelengkap laptop, purna jual, keadaan fisik dan rekomendasi. Pertimbangannya adalah persentase dari atribut tersebut, dimana atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut yang memiliki nilai persentase kumulatif yang sudah mencapai 50%. Sesuai uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini berjudul **“Preferensi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura terhadap Laptop Merek Acer dan Asus Menggunakan Pendekatan Konjoin”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka pokok permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kombinasi atribut yang paling disukai mahasiswa UTM dari laptop merek Acer dan Asus?
2. Bagaimana spesifikasi yang diinginkan dari laptop merek Acer dan Asus berdasarkan stimuli yang paling disukai mahasiswa UTM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan penelitian yaitu:

1. Mengetahui utilitas dan nilai kepentingan dari setiap atribut serta menentukan stimuli yang paling disukai mahasiswa UTM dari Laptop merek Acer dan Asus.
2. Mengetahui spesifikasi laptop merek Acer dan Asus berdasarkan stimuli yang diinginkan mahasiswa UTM sehingga diharapkan dapat meningkatkan market share laptop Acer sesuai dengan spesifikasi dari laptop Asus yang paling disukai calon konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Dapat diketahui nilai utilitas dan tingkat kepentingan serta stimuli yang paling disukai mahasiswa UTM terhadap laptop merek Acer dan Asus.

2. Dapat diketahui spesifikasi dari laptop merek Acer dan Asus yang diinginkan berdasarkan stimuli yang paling disukai mahasiswa UTM.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2013 sampai 2016 (mahasiswa yang melakukan her registrasi dan KRS) semester genap tahun ajaran 2016/2017 di UTM.
2. Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa yang mempunyai dan menggunakan Laptop merek Acer dan Asus minimal selama 6 bulan (satu semester).
3. Atribut yang digunakan dalam penelitian adalah atribut yang mempunyai nilai persentase kumulatifnya mencapai hasil 50% karena dengan persentase kumulatif yang mencapai 50% dianggap cukup mewakili atribut permintaan konsumen.
4. Penelitian dilakukan di kabupaten Bangkalan Jawa Timur.

1.6 Asumsi

Asumsi pada penelitian ini adalah:

1. Atribut yang digunakan adalah atribut secara umum sehingga dapat digunakan baik untuk laptop merek Acer maupun Asus.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan yang digunakan untuk mempermudah peneliti dalam menyelesaikan penelitian dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan membahas tentang latar belakang yang mendasari peneliti melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta ruang lingkup dari penelitian yang terdiri atas batasan masalah serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menggambarkan tentang teori-teori dan hasil hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Selain itu, tinjauan pustaka juga berisi tentang penjelasan tentang objek penelitian, metode penelitian, dan sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian menjelaskan tentang tahapan dari proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti selama proses penelitian. Tahapan pada metodologi penelitian akan digunakan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan permasalahan yang menjadi topik penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan membahas tentang proses pengumpulan data mulai dari menentukan jenis teknik *sampling*, jumlah *sampling* sampai merekap data hasil penelitian dan pengolahan data dengan menggunakan metode yang sesuai dengan topik penelitian untuk mendapatkan hasil sesuai yang diinginkan. Tahapan berikutnya yaitu melakukan analisa dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran berisi tentang simpulan dari hasil penelitian berdasarkan tujuan yang telah ditentukan pada awal penelitian serta memberikan rekomendasi saran kepada pihak yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN