

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital seperti sekarang ini masyarakat dituntut untuk dapat menggunakan teknologi yang telah tersebar luas di masyarakat, salah satunya adalah *smartphone*. *Smartphone* sendiri merupakan salah satu teknologi dalam bidang komunikasi yang dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Tidak dapat dipungkiri bahwa *smartphone* merupakan salah satu media teknologi yang mengalami perkembangan begitu pesat. Melihat dari beberapa tahun ke belakang, *smartphone* telah mengalami banyak kemajuan dalam aspek apapun. Dikutip dari Merdeka.com “*Smartphone* mengalami perkembangan yang signifikan dari masa ke masa. *Smartphone* sudah menjadi alat yang tak sekedar untuk komunikasi saja, namun juga urusan perbankan, perdagangan dan beberapa urusan lainnya”. Seiringan dengan kemajuan teknologi yang terjadi pada produk *smartphone*, berdampak pada meningkatnya standar kualitas produk yang ditetapkan oleh konsumen itu sendiri. Standar tersebut ditetapkan berdasarkan kebutuhan teknologi yang dibutuhkan oleh masing-masing konsumen.

Di Indonesia sendiri, persaingan dalam bisnis *smartphone* terjadi cukup ketat dengan produsen yang berlomba-lomba untuk memproduksi *smartphone* dengan berbagai macam keunggulan dan keunikan masing-masing. Bisa kita seperti *smartphone* dengan merek Xiaomi, Oppo, Vivo,

Realme dan masih banyak lagi. Melansir dari Kontan.co.id pasar *smartphone* di Indonesia masih dikuasai oleh vendor yang sama seperti beberapa tahun sebelumnya, hanya saja peringkat vendor-vendor tersebut bergeser dari tahun sebelumnya.

Tabel 1.1

Pengiriman Smartphone Secara Global dan Regional Kuartal 1 2021

Vendor	Total Pangsa Pasar	Kenaikan/Penurunan
Oppo	24 %	+39 %
Samsung	19 %	-5 %
Vivo	19 %	+17 %
Xiaomi	18 %	+37 %
Realme	12 %	+39 %

Sumber : data Canalys

Tabel 1.1 menunjukkan laporan jumlah pengiriman *smartphone* secara global dan regional (negara). Pada kuartal pertama ini, Oppo menggeser posisi Vivo di posisi nomor wahid. Pangsa pasar Oppo di Indonesia kini sebesar 24%, naik 39% dari periode yang sama di tahun lalu. Posisi kedua dihuni Samsung yang meraup 19% pangsa pasar. Angka tersebut turun 5% dari periode yang sama tahun lalu. Vivo yang memimpin pada periode tahun lalu kini tergelincir ke posisi ketiga dengan pangsa pasar 19%. Dibanding periode yang sama tahun lalu, pangsa pasar Vivo kini naik 17%. Sementara posisi keempat ada xiaomi yang meraih

18% pangsa pasar. Kendati turun dari periode sebelumnya, pangsa pasar Xiaomi naik 37% dari periode yang sama tahun lalu. Senasib dengan Xiaomi, pangsa pasar Realme merosot ke posisi lima dengan persentase 12%. Angka ini naik 39% dari periode yang sama tahun lalu.

Di era pandemi seperti sekarang ini yang menuntut untuk masyarakat melakukan semua dari rumah seperti pekerjaan dan sekolah yang serba *online*, membuat masyarakat banyak yang membeli *smartphone* untuk kepentingan tersebut. Melansir dari Blokbojonegoro.com peningkatan penjualan *smartphone* selama pandemi dikarenakan sekolah daring yang membuat banyak anak-anak hingga orang tua memerlukan alat komunikasi tersebut. Selain itu, beberapa masyarakat yang membeli *smartphone* dikarenakan untuk berjualan *online*. Mengetahui hal ini, banyak terobosan dan inovasi teknologi terbaru yang diterapkan pada *smartphone* oleh para produsen untuk memperkuat kesempatan menarik minat beli masyarakat.

Setiap produk *smartphone* memiliki keunggulan masing-masing seperti kapasitas baterai yang besar, ruang penyimpanan (RAM) yang besar, desain yang berbeda dengan yang lain dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya pilihan *smartphone* yang beredar di masyarakat, membuat masyarakat lebih selektif dalam menentukan standar dan memilih *smartphone* yang akan dibeli.

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, telah dilakukan pengambilan sampel mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di *Babe Cell* sebanyak 10 responden dengan hasil sebagai berikut

Diagram 1.1
Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli

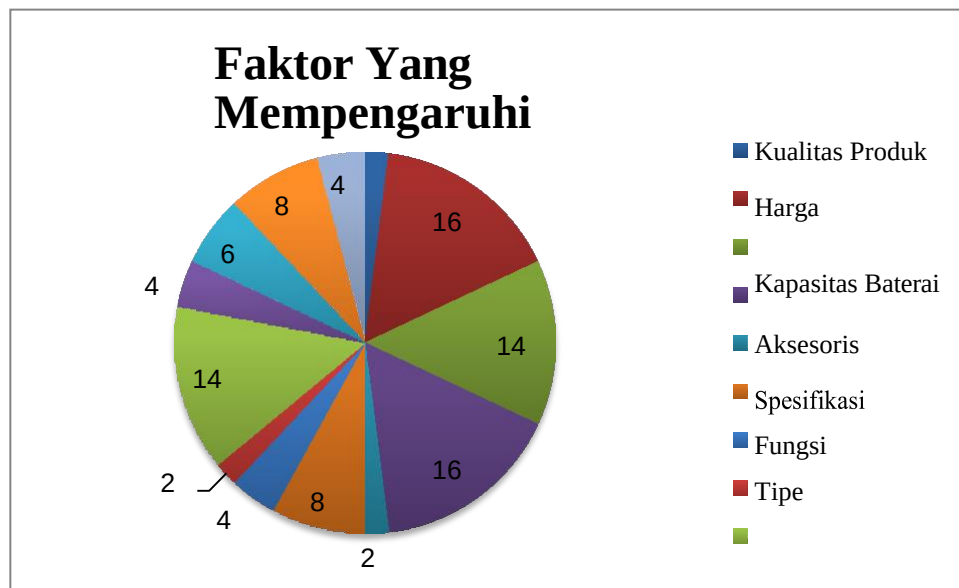


Diagram 1.1 menunjukkan presentase faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli *smartphone* di Babe Cell terhadap 10 responden yang diambil. Dalam diagram tersebut menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor yang paling banyak menjadi bahan pertimbangan responden sebelum membeli *smartphone*. Faktor tersebut adalah harga, merek, kapasitas baterai, RAM dan spesifikasi produk. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa kelima faktor tersebut merupakan 5 faktor dominan yang dipertimbangkan oleh responden sebelum membeli *smartphone*.

Berdasarkan hasil pra penelitian, harga merupakan faktor yang cukup dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Dilansir dari Merdeka.com banyak masyarakat memilih untuk membeli *smartphone* android karena memiliki harga yang terjangkau. Untuk selanjutnya, hasil

pra penelitian menghasilkan faktor merk menjadi faktor lain yang cukup dominan mempengaruhi minat beli konsumen dan mengutip dari Techno.okezone.com “50% konsumen cenderung membeli merek *smartphone* yang berbeda dari apa yang sebelumnya mereka miliki serta konsumen yang tetap berfikir terbuka dengan 81% konsumen mempertimbangkan setidaknya dua merek ketika mereka akan mulai mencari-cari”. Hasil pra penelitian menyebutkan kapasitas baterai menjadi salah satu faktor yang cukup dominan mempengaruhi minat beli konsumen. Melansir dari Techno.okezone.com pembeli *smartphone* di Indonesia sebanyak 83% mencari daya tahan dan kapasitas baterai pada *smartphone*. Selanjutnya hasil pra penelitian menghasilkan bahwa RAM ikut menjadi salah satu faktor yang cukup dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Dilansir dari Merdeka.com kalangan remaja biasanya mencari *smartphone* yang memiliki RAM yang besar untuk bermain *game*. Faktor terakhir yang cukup dominan mempengaruhi minat beli konsumen berdasarkan hasil pra penelitian adalah spesifikasi produk. Melansir dari Solopos.com sebagian masyarakat mengutamakan spesifikasi dalam memilih *smartphone*.

Babe Cell merupakan salah satu toko ritel *handphone* dan *accessories* yang berada di Kecamatan Pekalongan, Lampung Timur. Babe Cell sendiri berada di tengah pemukiman masyarakat yang cukup padat serta dekat dengan Pasar Pekalongan, Lampung Timur. Kecamatan Pekalongan sendiri adalah satu dari beberapa kecamatan di Provinsi Lampung yang mayoritas masyarakatnya memiliki usaha di bidang jual

beli tanaman hias. Berada di tengah masyarakat yang mayoritas memiliki mata pencaharian di bidang usaha jual beli dan berada di dekat pasar, menjadikan Babe Cell menjadi salah satu alternatif toko ritel *handphone* yang berada di daerah tersebut.

Pandemi yang terjadi di Indonesia tidak terkecuali di Kecamatan Pekalongan, menjadikan masyarakat yang mayoritas menjual tanaman hias harus putar otak untuk tetap dapat bertahan di situasi seperti ini dengan berjualan tanaman hias, salah satunya adalah berjualan online. Untuk berjualan secara online, masyarakat membutuhkan *handphone* yang memadai untuk mendukung rencana tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat sekitar Kecamatan Pekalongan tersebut akan membeli *smartphone* baik baru maupun bekas. Kemudian Babe Cell menjadi salah satu pilihan alternatif masyarakat Kecamatan Pekalongan dan sekitarnya untuk membeli *smartphone*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul :

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Smartphone Pada Babe Cell Kecamatan Pekalongan Lampung Timur”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Apakah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat beli konsumen *smartphone* pada Babe Cell Kecamatan Pekalongan Lampung Timur?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan mudah dipahami, maka penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen yang membeli *smartphone* di Babe Cell Kecamatan Pekalongan Lampung Timur dan memfokuskan pembahasan hanya pada faktor dominan yaitu harga, merek, kapasitas baterai, RAM dan spesifikasi produk.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen *smartphone* pada Babe Cell Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Babe Cell Kecamatan Pekalongan Lampung Timur

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Babe Cell Kecamatan Pekalongan Lampung Timur untuk lebih memperhatikan dan menyediakan produk-produk *smartphone* yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk penelitian dimasa yang akan datang dan diharapkan dapat memperkaya khasanah kepustakaan.

3. Bagi Supplier

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi supplier untuk membantu memberikan produk-produk yang diminati konsumen di Babe Cell Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.