

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini masyarakat dituntut untuk selalu mengikuti setiap perkembangan yang sedang terjadi di berbagai bidang. Bidang yang saat ini sedang berkembang sangat pesat di dalam kehidupan masyarakat salah satunya yaitu bidang teknologi. Dalam pengertian sempit, teknologi mengacu kepada *obyek* atau benda yang berguna untuk memudahkan aktivitas manusia, seperti mesin, perkakas, atau perangkat keras. Dalam pengertian luas, teknologi meliputi pengertian sistem, organisasi, dan teknik.

Perkembangan zaman menjadikan meluasnya pengertian teknologi yaitu konsep yang berkaitan dengan jenis penggunaan dan pengetahuan tentang alat dan keahlian, dan bagaimana teknologi dapat memberi pengaruh pada kemampuan manusia untuk mengendalikan dan mengubah sesuatu yang ada di sekitarnya.

Jadi menurut penulis, teknologi adalah sebuah konsep pengetahuan yang diaplikasikan kepada alat dan keahlian untuk dapat memanfaatkan alam dan sesuatu yang ada di sekelilingnya secara lebih maksimal karena tujuan dari teknologi adalah untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan manusia.

Teknologi telah ada sejak lama dan berpengaruh kepada manusia karena adanya faktor dorongan untuk hidup lebih nyaman, lebih makmur dan lebih sejahtera. Kemajuan teknologi berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan merupakan suatu hal yang harus dihadapi dalam kehidupan.

Inovasi diciptakan agar bermanfaat positif untuk kehidupan manusia, seperti memberikan banyak kemudahan dalam melakukan aktivitas dengan cara yang baru. Di bidang teknologi, masyarakat dapat menikmati manfaat dari inovasi-inovasi yang telah dihasilkan, seperti informasi dan komunikasi.

Darmawan, Deni dan Kunkun Nur Fauzi (2013:2), menyatakan informasi adalah hasil dari pengolahan data, tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut dapat dijadikan informasi. Jadi menurut penulis, informasi adalah hasil pengolahan data yang memiliki makna atau arti sedangkan hasil pengolahan data yang tidak memiliki makna maka tidak dapat dikatakan sebagai informasi. Informasi adalah salah satu di antara tiga sumber daya dasar (*basic resources*) selain potensi material dan energi. Oleh karena itu, informasi dianggap tidak memiliki kegunaan praktis bila tidak di operasionalkan dan informasi hanya dapat di operasionalkan melalui komunikasi.

Nurjaman dan Umam (2012:35) mengatakan komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *cum*, kata depan yang artinya dengan atau bersama dengan, dan kata *units*, kata bilangan yang berarti satu. Dua kata tersebut membentuk kata benda *communio*, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *communion*, yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, atau hubungan. Karena untuk melakukan *communion*, diperlukan usaha dan kerja. Meskipun sebelumnya peranan informasi kurang mendapat perhatian, namun sesungguhnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi itu merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dari kebutuhan sandang dan pangan manusia.

Contoh paling besar dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ialah melalui media internet. Dalam kehidupan masyarakat, internet telah dimanfaatkan hampir dalam semua bidang kehidupan. Berbagai macam perusahaan, organisasi, lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan sampai perseorangan telah memanfaatkan internet untuk mencari informasi, berkomunikasi, belajar, berbisnis, sampai menikmati hiburan. Dengan berkembangnya teknologi, banyak aktivitas saat ini yang dapat dilakukan secara elektronik, sehingga dikenal istilah-istilah seperti *e-education, e-learning, e-commerce, e-laboratory, e-dictionary, e-marketing*.



Sumber: *We Are Social 2020*

Gambar 1 Tingkat Pemakaian Internet Di Indonesia

Riset *platform* media sosial Hootsuite serta platform media *We Are Social* yang bertajuk *global digital report 2020*.

Menunjukkan jumlah total penduduk Indonesia yaitu sekitar 272,1 juta orang, hampir 64% penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet dan meningkat 17% dari tahun 2019.

Masih dengan riset yang sama, jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat 8,1% atau 12 juta orang pengguna dibandingkan tahun lalu. Dengan demikian, penetrasi penggunaan media sosial di Indonesia sudah mencapai 59% dari keseluruhan jumlah penduduknya.

Pada tahun 2019, pengguna internet di Indonesia yang berusia 16-64 tahun menghabiskan waktu rata-rata selama 7 jam 59 menit untuk berselancar di dunia maya. Angka tersebut tentu melampaui rata-rata *global* yang hanya menghabiskan waktu 6 jam 43 menit ketika menggunakan internet per harinya.

Waktu pemakaian internet penduduk Indonesia tersebut sangatlah tinggi, sehingga membawa Indonesia ke dalam daftar 10 besar negara yang paling sering mengakses internet. Indonesia menduduki peringkat ke delapan dalam daftar negara yang paling lama menghabiskan waktunya untuk berselancar di internet. Pencapaian tersebut dibidang menurun dibandingkan tahun lalu yang pada waktu itu Indonesia berada di peringkat lima besar.

Menurut riset *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 175,4 juta pengguna. Namun faktanya, pengguna *internet mobile* jauh lebih banyak hampir 2 kali lipatnya. Saat ini sudah tercatat masyarakat Indonesia yang menggunakan koneksi internet di perangkat *smart phone* atau tablet mereka, mencapai 338,2 juta orang pengguna.

Jumlah angka tersebut mengalami kenaikan sebanyak 15 juta orang pengguna atau 4,6% ketimbang tahun lalu. Jika dibandingkan dengan jumlah total penduduk Indonesia, angkanya mencapai 124%.

Dari data pengguna internet di Indonesia tersebut, maka internet memiliki banyak manfaat dan dibutuhkan oleh masyarakat di berbagai kalangan. Akan tetapi, akses internet tidak bisa berfungsi dengan baik tanpa media pendukungnya seperti komputer, laptop, handphone, sampai dengan pulsa dan kuota data internet.

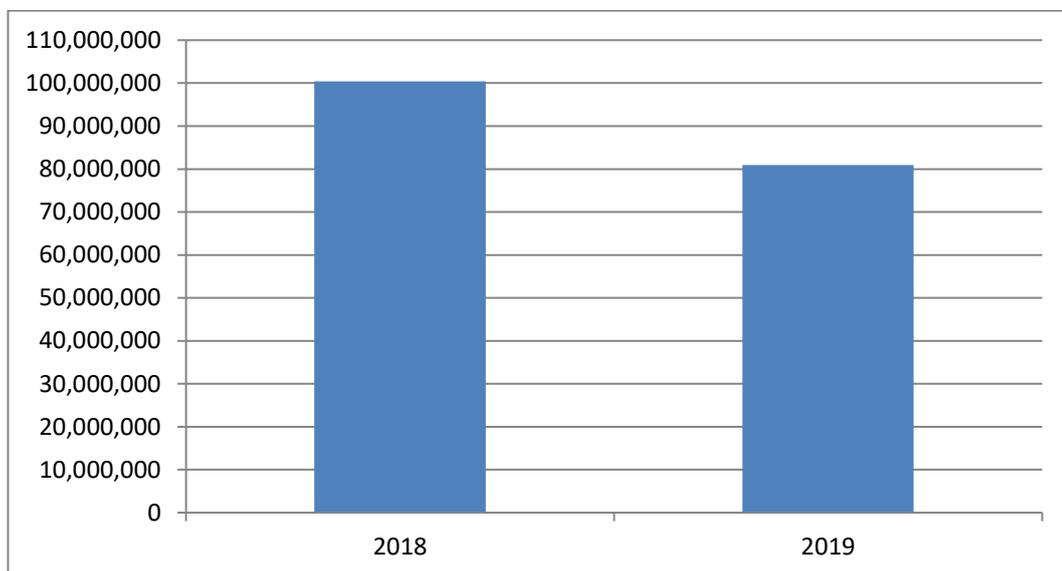
Dengan melihat perkembangan tersebut, ada masyarakat yang mengambil peluang tersebut dengan melakukan bisnis konter pulsa yang menyediakan berbagai macam pulsa, kuota internet, voucher, kartu perdana, dan aksesoris handphone lainnya.

Bisnis toko penjualan pulsa elektrik, kuota internet, dan lainnya saat ini menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan. Bisnis tersebut tidak perlu membutuhkan dana modal yang besar, dengan modal kecil yang dimiliki maka seseorang sudah bisa untuk memulai bisnis toko pulsa. Para perusahaan provider pun turut andil dalam membantu pelaku usaha toko pulsa dengan memproduksi berbagai macam produk dari harga yang termurah sampai termahal tergantung isi pulsa dan kuota internetnya.

Toko Bakul Cell adalah toko pulsa atau yang biasa disebut konter, menjual pulsa elektrik, voucher, kuota internet, kartu perdana, dan aksesoris *handphone* lainnya.

Toko yang beralamatkan di Jalan Pitara Raya, Kota Depok tersebut didirikan pada tahun 2018 dan dikelola oleh pemiliknya sendiri yaitu Aldino Akbar Hadi. Menurut pemilik, dari tahun 2018 sampai sekarang toko belum stabil dan masih mengalami naik turun pendapatan.

Tabel 1
Pendapatan Toko Bakul Cell 2018-2019



Sumber: Wawancara dengan pemilik Toko Bakul Cell 2020

Tahun 2018, Toko Bakul Cell mendapatkan pendapatan yaitu Rp 100.435.000, sedangkan di tahun 2019 mengalami penurunan 19,39% dengan mendapatkan pendapatan Rp 80.965.000. Penyebab penurunan pendapatan yang di alami Toko Bakul Cell salah satunya karena adanya pesaing seperti Toko MN Cell, Azmi Cell dan masih banyak yang lainnya yang berada berdekatan dengan Toko Bakul Cell.

Pemasaran telah jauh mendalami berbagai hal yang mempengaruhi konsumen dan mengembangkan suatu pengertian bagaimana konsumen dalam kenyataan membuat suatu keputusan pada waktu membeli. Tujuan pemasaran adalah mempengaruhi pembeli untuk membeli barang dan jasa perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli.

Swastha dan Handoko (2011:111) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berbeda-beda untuk setiap pembeli disamping produk yang dibeli dan saat membelinya berbeda. Contoh dari faktor-faktor tersebut yaitu seperti lokasi yang strategis, pelayanan baik, kemampuan tenaga penjual, tingkat harga, iklan dan promosi.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Harga harus sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan, sehingga pembeli tidak berpindah dengan membeli produk pesaing. Perang harga atau "*Price War*" merupakan persaingan yang derajatnya paling rendah. Persaingan seperti ini sangat tidak diinginkan, karena pelaku bisnis akan saling membanting harga.

Pesaing Toko Bakul Cell menjual produk dengan harga yang lebih murah sehingga konsumen beralih ke toko pesaing. Contoh dari perbandingan beberapa harga tersebut adalah:

Tabel 2
Contoh Perbandingan Harga Jual

Produk	Bakul Cell	MN Cell	Azka Cell
Voucher Tri 1GB (5 hari)	Rp 10.000	Rp 9.000	Rp 9.000
Voucher Indosat 1GB (7 hari)	Rp 11.000	Rp 10.000	Rp 11.000
Voucher Axis 1Gb (5 hari)	Rp 9.000	Rp 8.000	Rp 8.000
Voucher Simpati 2,5GB (3 hari)	Rp 13.000	Rp 11.000	Rp 12.000

Sumber: Survei ke Toko Bakul Cell dan pesaingnya

Persaingan yang terjadi di dalam usaha toko pulsa tidak hanya mengenai harga, tetapi bagaimana cara pelaku usaha agar menggapai target pasar yang diinginkan yaitu salah satunya dengan membuka toko usaha di lokasi yang mudah dijangkau atau disebut juga lokasi strategis, yang bertujuan untuk membantu konsumen dalam mencapai lokasi usaha sehingga memberikan kemudahan maupun kenyamanan bagi konsumen. Lokasi strategis juga dapat menarik pembeli, serta merupakan faktor yang paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kasmir (2016:140), lokasi sangat penting sebagai tempat menjalankan aktivitas dalam melayani konsumen, aktivitas produksi, dan digunakan untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara menyeluruh.

Dalam menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap suatu toko usaha, maka toko harus melakukan pelayanan terhadap konsumen, baik setelah penjualan maupun saat pembelian produk, hal itu disebut pelayanan purna jual.

Layanan purna jual merupakan suatu tanggung jawab dari penjual atas kualitas barang yang dijual dengan dapat memberikan konsultasi lanjutan, atau jika ada yang rusak telah tersedia layanan reparasi dan garansi berupa pergantian barang (suku cadang), karena tujuan dari layanan purna jual adalah untuk memberikan layanan dengan standar dan kualitas yang baik agar meningkatkan kepercayaan konsumen.

Dalam melakukan layanan purna jual, perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen, sehingga konsumen akan mendapat kepuasan terhadap produk yang dibeli, serta kepuasan akan layanan dan hubungan yang baik dari pihak perusahaan.

Karena hal tersebut maka dapat mendorong kesetiaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk dan perusahaan. Walau produk yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan sangatlah baik, tetapi jika layanan dari perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen, maka pelanggan dengan mudah berpaling.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bakul Cell Depok”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Meningkatnya pemakaian internet di Indonesia.
2. Persaingan harga yang terjadi di antara pelaku usaha.
3. Lokasi yang sulit ditemukan oleh konsumen.
4. Pelayanan yang tidak memuaskan konsumen.
5. Promosi yang tidak maksimal.
6. Sistem penghitungan penjualan kurang memadai.
7. Produk yang ditawarkan kurang beragam.
8. Fasilitas untuk konsumen tidak lengkap.
9. Tidak ada garansi.
10. Tidak adanya suku cadang.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bakul Cell Depok”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah penulis pilih maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bakul Cell?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bakul Cell?
3. Apakah pelayanan purna jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bakul Cell?
4. Apakah harga, lokasi, dan pelayanan purna jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toko Bakul Cell?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk mengetahui layanan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian konsumen.

F. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran, dan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan.
2. Sebagai acuan bagi pelaku usaha yang ingin memulai bisnis toko pulsa.
3. Diharapkan membantu pelaku usaha untuk mempertimbangkan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dalam usaha toko pulsa.

G. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi permasalahan, pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan pengungkapan kajian literatur mengenai variabel, kerangka pemikiran (paradigma penelitian), penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, variabel dan pengukuran, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil analisis data dan penelitian terhadap Toko Bakul Cell Depok.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian.

