

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi di Indonesia semakin maju. Sudah tentu tidak dapat diingkari dan dipandang sebelah mata, peran perkembangan teknologi telah memberikan share yang signifikan terhadap nilai tambah ekonomi. Kelompok masyarakat yang maniak terhadap perkembangan teknologi informasi, memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam memprovokasi, dan memberikan pengaruh kepada lingkungan. Dengan bumbu kecanggihan dan kepraktisan yang ditawarkan, serta pemahaman manfaat ekonomis yang diberikan melalui kemudahan dan daya guna yang ditimbulkan oleh kemajuan tersebut, telah mampu menyeret lingkungan untuk menjadi pengikutnya, sehingga menjadi anggota yang secara tidak langsung justru menjadi lebih fanatik terhadap ketergantungannya pada kemajuan teknologi tersebut (Achmad Saptono, 2003).

Apple Inc., merupakan salah satu perusahaan yang selalu berinovasi dengan berbagai jenis gadget dan software dan perangkat IT yang tidak hanya fungsional namun juga mendukung *lifestyle*. Hal ini membuat berbagai produk yang dikembangkannya selalu sukses di pasaran, bahkan selalu ditunggu jauh sebelum dipasarkan di toko, meskipun pada umumnya harga yang dipatok untuk produk-produknya tergolong premium.

Berbagai produknya telah menjadi *trendsetter*, dimulai dengan Macintosh yang telah menjadi perangkat kepercayaan untuk desain grafisnya, iPod – *portable media player* terlaris di dunia yang berhasil menumbangkan Sony Walkman sebagai raja

portable media player sebelumnya, iPhone – telepon stylish yang bisa dibanggakan penggunaannya dengan fitur touchscreen yang sangat intuitif dan user friendly. Selain itu Apple Inc. juga demikian terkenal dengan sistem operasi MacOS yang juga sangat user friendly, desain elegant, dilengkapi dengan berbagai fitur canggih, serta tidak rentan terhadap virus seperti Microsoft Windows. Software Itunes juga tidak kalah menghebohkannya, yang mengubah paradigma penikmat music di dunia, dimana keeping CD sudah bukan cara terbaik untuk memiliki sebuah lagu dari penyanyi favoritnya.

Pada tanggal 27 Januari 2010 yang lalu, Apple Inc. mengumumkan produk terbarunya yang diberi nama iPad, sebuah komputer tablet yang diperkuat dengan OS yang digunakan pada iPhone. Secara umum perangkat ini merupakan pengembangan dari iPod Touch dan iPhone, meski fungsi telepon tidak disematkan pada gadget ini. Perangkat kembali menjadi salah satu gadget yang sudah dinantikan penikmat IT di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2010 yang lalu, secara resmi perangkat ini resmi diluncurkan meski sayangnya baru terbatas pada kawasan United States. Pada hari pertama penjualannya ratusan orang rela antri berjam-jam, bahkan sampai menginap di depan toko untuk berlomba menjadi orang pertama yang memiliki gadget tersebut, seperti terlihat pada peluncuran produk-produk Apple Inc. sebelumnya, dan sebanyak sekitar 300.000 unit berpindah tangan ke pembelinya dalam kurun 1 hari (Stefanus, Artikel UBAYA, 14 April 2010).

Popularitas iPad sudah tidak diragukan lagi, penjualannya saja sudah lebih dari 2 juta unit di seluruh Dunia. Bagaimana dengan penjualannya di Indonesia, menurut catatan operator dari XL Axiata meski belum muncul secara resmi, tablet ini dikabarkan sudah terjual 3000 unit dan 30% diantaranya adalah iPad 3G. Memang angka yang cukup

kecil dibandingkan penjualan total unit iPad secara keseluruhan. Tetapi hal ini tetap menjadi peluang bisnis yang menggiurkan, oleh karena itu XL, Telkomsel, dan beberapa operator lainnya siap meluncurkan kartu Micro SIM yang dapat digunakan untuk iPad 3G dan iPhone 4 yang sebentar lagi akan diluncurkan.

Dibalik kesuksesan suatu produk, selalu ada kelemahan yang dimiliki oleh produk tersebut. iPad memang bukan gadget biasa. Ia bisa berfungsi sebagai peselancar web, pemutar film, musik, menjalankan aplikasi, juga e-book reader. Namun, sebagai e-book reader, ternyata iPad menimbulkan efek negatif. Menurut Frisca Yan-Go, Direktur UCLA Sleep Disorders Center di Santa Monica, membaca e-book lewat iPad bisa menyebabkan penggunanya sulit tidur alias insomnia. Efek ini tidak dijumpai pada gadget e-book reader lain seperti Amazon Kindle maupun Barnes & Noble Nook. Kindle, Nook, atau e-book reader dari Sony, menggunakan teknologi bernama e-paper. Layar mereka cenderung menstimulasi warna aktual dari kertas buku, sehingga tidak memancarkan cahaya. Oleh karenanya, ia akan tetap terbaca, saat digunakan di bawah sinar matahari. Sementara iPad, menggunakan teknologi layar sentuh liquid-crystal. Layar semacam itu akan menembakkan cahaya, seperti yang dijumpai pada layar-layar komputer maupun layar televisi. Keuntungan dari layar seperti itu, penggunanya bisa tetap membaca buku, di saat orang-orang sedang tidur dan lampu ruangan tak menyala. Namun, membaca buku lewat iPad sebelum tidur ternyata menyebabkan penggunanya justru akan sulit tidur sepanjang malam. Hal itu disebabkan oleh ekspos sinar secara langsung ke mata tanpa pencahayaan yang cukup menyebabkan mata menginstruksikan otak untuk tetap terjaga. "Karena layar biasanya dibaca dekat dengan wajah, maka efek yang timbul akan semakin besar bila dibandingkan dengan layar TV biasanya yang

ditonton lebih jauh," kata Frisca, diberitakan Oleh LATimes. Pakar lainnya, Alon Avidan, yang menjabat Director UCLA Neurology Clinic, mengatakan bahwa sebaiknya gadget yang layarnya memancarkan cahaya - tak hanya iPad, tapi juga ponsel - sebaiknya tak terlalu banyak digunakan di saat menjelang tidur (www.suaramedia.com).

Berdasar dari Channel Management Telkomsel, Gideon Edi Purnomo, menyebut ada segmen tertentu yang menunggu kehadiran iPad. Ia juga mengakui eBook belum populer di Indonesia. Menggunakan gadget ini untuk presentasi, hanya bisa dilakukan oleh kalangan eksekutif muda. "Pasar Indonesia itu unik. Ponsel yang mahal justru banyak diburu," katanya. Sasaran utama iPad, tak urung adalah pengguna iPhone, pengguna blackberry, kalangan profesional, marketing, penggila game online. Berdasar dari Channel Management Telkomsel, target konsumen Ipad adalah mulai dari pengguna iPhone dulu, lalu target yang lain. Produk Apple, seperti iPhone sangat segmented, namun mampu menjadikan penggunanya 'merasa berbeda' dibandingkan dengan yang lain. Faktor sosio-psikologis seperti, barangkali, menjadi sebuah 'market' yang seringkali tidak diperhitungkan. Masih ingat Vertu, ponsel yang harganya belasan hingga puluhan juta rupiah. Ternyata pengguna terbanyak ponsel premium ini justru warga negara Indonesia. Mampukah iPad menembus pasar Indonesia? (Harian Republika, Kamis 9 Juni 2011).

Berdasar data dari www.techrepublic.com menyatakan beberapa pesaing utama dari iPad, yaitu: Samsung Galaxy Tab, BlackBerry Playbook, Cisco Cius, Toshiba Libretto, ViewSonic ViewPad 100, ASUS Eee Pad, LG Android Tablet, dan beberapa produk lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa persaingan dalam industri ini sangat besar.

Hal ini tentunya membutuhkan kejelian dari Apple untuk mempertahankan pasar yang sudah dimiliki.

Pada tahun 2011, Apple kembali melakukan inovasi dengan meluncurkan gadget terbaru iPad 2. iPad 2 yang diluncurkan Apple ini memang sudah digosipkan jauh-jauh hari dan dikabarkan spesifikasinya akan melebihi dari iPad generasi pertama. iPad 2 ini memang benar-benar didesain ulang, dengan ketebalan 0.34 inch (8.8 mm) yang diklaim lebih tipis 33% dan berat (sekitar 600 gram) yang lebih ringan 15% daripada iPad generasi pertama. Dibekali dengan processor 1GHz dual-core Apple A5 custom-designed tentu membuat iPad 2 ini lebih cepat dari generasi sebelumnya.

Display iPad 2 berukuran 9.7 inch dengan LED Backlit, glossy widescreen Multi-Touch display dengan IPS technology mempunyai resolusi 1024×768 pixel. iPad 2 ini juga dilengkapi dengan dual Camera, Kamera belakang dapat merekam video kualitas HD (720p) sampai 30 frame perdetik dan Dapat untuk fungsi Foto dapat melakukan zoom digital hingga 5x. Sedangkan Kamera berkualitas VGA yang dapat digunakan untuk fasilitas Facetime atau Video Conference (www.apple.com/iPad).

Hal ini menyebabkan Apple untuk kesekian kalinya menjadi perusahaan paling inovatif di dunia versi majalah Business Week. Berikut daftar 11 perusahaan paling inovatif menurut majalah Business Week, yaitu: (1) Apple; (2) Google; (3) Microsoft; (4) IBM; (5) Toyota Motor; (6) Amazon; (7) LG Electronics; (8) BYD (Car Company from China); (9) General Electric; (10) Sony; (11) Samsung.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dilakukan berdasar adanya pemikiran apakah Apple perlu melakukan pengembangan kualitas produk dan inovasi produk. Apple dalam melakukan kualitas produk dan inovasi produk tentunya membutuhkan biaya yang sangat besar sekali, terutama dalam melakukan inovasi produk. Apalagi kemunculan Ipad2 dilakukan pada saat Ipad masih dalam kondisi pasar bisa menerima produk ini, dan konsumen masih berminat membeli produk Ipad. Kualitas produk dan Inovasi produk adalah sesuatu yang penting untuk dilakukan, tetapi apakah keduanya membutuhkan untuk dilakukan secara bersamaan?

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi dengan variable-variable tertentu, yaitu: Inovasi Produk dan Kualitas Produk. Dalam penelitian ini, tidak dilakukan pengamatan terhadap faktor-faktor yaitu lingkungan, budaya dan faktor pribadi berupa umur, pekerjaan serta keadaan ekonomi dengan pertimbangan berikut:

1. Faktor-faktor lingkungan berupa faktor ekonomi, politik, teknologi dan budaya dihadapi secara bersama-sama oleh pembeli di wilayah kota Surabaya, yang dapat dikatakan bersifat homogen.
2. Faktor berupa kebudayaan, diasumsikan tidak berpengaruh terhadap minat beli produk iPad 2 di Surabaya.

Faktor internal pembeli berupa pribadi yang terdiri dari umur, pekerjaan dan keadaan ekonomi sudah ditentukan di dalam karakteristik populasi yaitu berumur 15-60

tahun yang disebut dengan masa dewasa dini dimana pada masa diasumsikan pembeli berpenghasilan tertentu yang mampu untuk membeli produk iPad 2 tanpa perlu pendapat orang lain sehingga dapat diasumsikan homogen.

Pertimbangan-pertimbangan ini juga didukung dengan beberapa penelitian yang terkait yang terdahulu dimana faktor eksternal yaitu lingkungan dan faktor internal yaitu kebudayaan dan pribadi yang berupa umur, pekerjaan serta keadaan ekonomi tidak digunakan sebagai faktor yang diteliti dalam penelitian tersebut. Penelitian ini dilakukan terhadap para pembeli produk iPad 2 di Surabaya dan diselenggarakan pada bulan September 2011.

Apabila faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk iPad 2 telah diketahui, selanjutnya dikaji pula atribut-atribut pada faktor tersebut. Dengan demikian dapat diketahui atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk iPad 2.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasar dari latar belakang diatas, penelitian ini didasarkan dari adanya fenomena iPad melakukan inovasi produk dengan meluncurkan iPad 2 dalam waktu yang relatif singkat. Sehingga peneliti ingin mengetahui dampak inovasi dari Apple terhadap kesuksesan produk tersebut.

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apakah Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen iPad 2 di Surabaya?

Perumusan permasalahan penelitian secara umum yaitu: Apakah Kualitas Produk dan Produk Innovation mempengaruhi Minat Beli Konsumen?

Adapun perumusan masalah secara spesifik yaitu: Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Minat Beli Konsumen?; Apakah Inovasi Produk mempengaruhi Minat Beli konsumen?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Untuk menggali dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya minat beli konsumen pada produk iPad 2; (2) Untuk menggali dan mengetahui hubungan kausalitas dalam variable inovasi produk dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dan data ilmiah pada *Apple* untuk melakukan *Research & Development* produk iPad; sebagai masukan bagi manajemen *Apple* untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor dan atribut apa saja yang menstimulasi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk iPad 2 dalam rangka untuk menetapkan strategi jangka panjang badan usaha yang berkaitan dengan produk baru. Juga sebagai masukan bagi investor yang ingin menanamkan modalnya pada bisnis *gadget* agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

1.6 Pengorganisasian Penulisan

Agar penyusunan proposal dapat dibaca dengan baik, maka penyusunan proposal ini ditulis secara sistematis dengan dibagi dalam tiga bagian, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang permasalahan, identifikasi permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II: Telaah Pustaka dan Hipotesis

Bab ini menjelaskan mengenai telaah pustaka dan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Telaah pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan konklusi, implikasi dan rekomendasi.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, prosedur pengumpulan data, aras dan skala pengukuran, serta pengolahan data.

BAB IV: Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dalam bentuk tabel dan gambar, serta penjelasan detail tentang hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil-hasil pengolahan data. Pembahasan bersifat komprehensif dan mampu menjelaskan permasalahan penelitian.

BAB V: Konklusi, Implikasi dan Rekomendasi

Bab ini menjelaskan tentang konklusi dari hasil pembahasan dan implikasinya serta rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada.