

BAB I

PENDAHULUAN

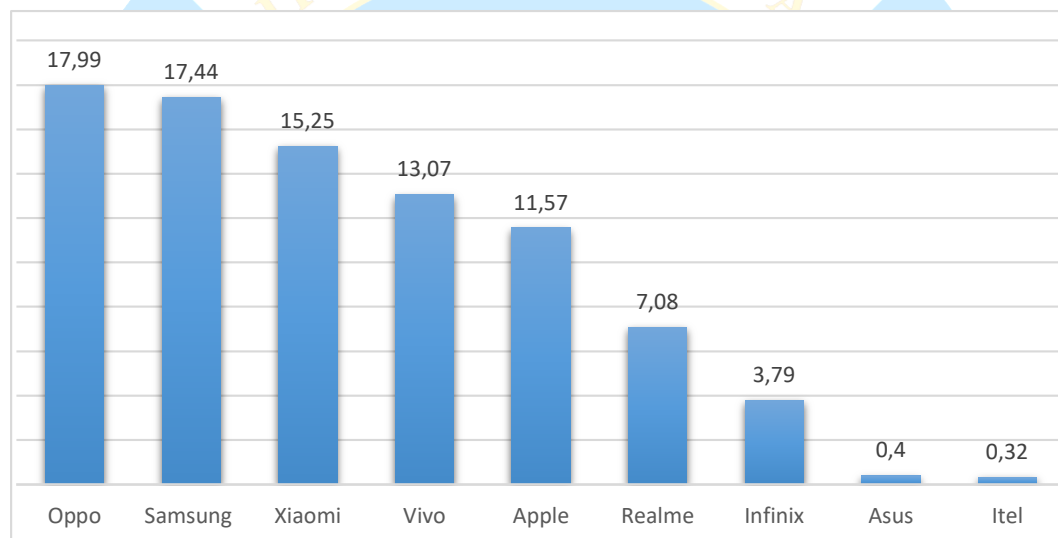
1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini industri teknologi berkembang pesat di berbagai belahan dunia, tidak terkecuali di Tanjungpinang. Dalam era digital saat ini, proses komunikasi telah berevolusi dari metode tradisional seperti pengiriman pesan dan telegram ke bentuk yang lebih cepat dan efisien melalui telepon dan internet. Teknologi modern seperti televisi dan media sosial memungkinkan komunikasi global tanpa batas, menjadikan interaksi antar individu lebih mudah dan cepat. " (Suhairi *et al.*, 2023)". Jika kita akan berkomunikasi dengan seseorang, kita akan membutuhkan waktu yang dimulai dari mengirim pesan, dilanjutkan dengan memeriksa telegram dan mengubahnya menjadi telepon. Berkat kemajuan teknologi yang pesat, seperti televisi, televisi satelit, dan internet, komunikasi global kini dapat dilakukan.

Teknologi yang berkembang pesat saat ini tidak dapat dihentikan, karena kemajuan baru terjadi setiap hari. Dari kelas atas hingga ke bawah, kita bisa mengamati model dan fitur baru. Setiap aspek kehidupan kita semakin dipengaruhi oleh teknologi, mulai dari smartphone canggih yang memungkinkan komunikasi instan di seluruh dunia hingga perangkat rumah pintar yang memudahkan pengelolaan rumah tangga. Di sektor industri, otomatisasi dan kecerdasan buatan telah meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi biaya operasional. Dengan demikian, perkembangan teknologi tidak hanya menciptakan produk dan layanan baru, tetapi juga membentuk budaya dan pola pikir masyarakat. Kita berada di

tengah-tengah revolusi digital yang terus berlanjut, di mana setiap hari membawa kemungkinan baru yang dapat mengubah cara kita melihat dunia dan berinteraksi di dalamnya.

Salah satu handphone android paling terkenal pada saat ini adalah handphone merek Oppo. Oppo memimpin pasar smartphone di Indonesia dengan pangsa pasar seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 pangsa pasar Oppo pada Januari 2024 lebih tinggi yaitu :



Sumber : Pangsa pasar vendor terkemuka di seluruh Indonesia per Januari, 2024

Gambar 1.1
Pertumbuhan pangsa pasar Handphone oppo 2024

Dapat dilihat pada gambar di atas Oppo memimpin pasar vendor ponsel di Indonesia, dengan pangsa pasar hampir 18 persen (17,99 persen) pada Januari 2024. Tepat di bawahnya ada Samsung dengan pangsa pasar sekitar 17,44 persen di periode yang sama. Di bawahnya ada Xiaomi (15,25 persen), Vivo (13,07 persen), Apple (11,57 persen), Realme (7,08 persen), Infinix (3,79 persen), Asus (0,4 persen), dan Itel (0,32 persen).

Handphone Oppo merupakan produk asal Taiwan yang berhasil masuk ke pasar Indonesia dan tersedia dalam beberapa tipe. Oppo secara konsisten mengembangkan produk *smartphone* dengan berbagai macam tipe sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen setiap tahunnya Oppo berhasil mendapatkan pangsa pasar tertinggi jika dibandingkan dengan *handphone* lainnya, namun pada April 2024 posisi Oppo tergeser oleh *handphone* lainnya. Seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bawah.

Tabel 1.1
Pertumbuhan Ponsel Tahun-ke-Tahun, Q1 2024

Company	1Q24 Shipments	1Q24 Market Share	1Q23 Shipment	1Q23 Market Share	Year-Over-Year Change
Samsung	60.1	20.8%	60.5	22.5%	-0.7%
Apple	50.1	17.3%	55.4	20.7%	-9.6%
Xiaomi	40.8	14.1%	30.5	11.4%	33.8%
Transsion	28.5	9.9%	15.4	8,2%	84.9%
Oppo	25.2	8.7%	27.6	10.3%	-8.5%
Others	84.7	29.3%	79.0	29.4%	7.2%
Total	289.4	100.0%	268.5	100.0%	7.8%

Sumber: Pelacak Ponsel Kuartalan IDC, April 2024

Menurut Yudhistira (2023), data di atas dengan jelas menunjukkan bahwa Samsung telah menjadi merek *smartphone* teratas di dunia. Pada kuartal pertama tahun 2024, Samsung menguasai 20,8% pangsa pasar. Seperti yang diharapkan, Samsung berhasil menyalip *Apple* setelah kuartal keempat 2023 *Apple* saat ini berada di posisi kedua dengan pangsa pasar 17,3% pada Q1 2024. Jika dilihat dari tahun 2023, pangsa pasar Samsung dan *Apple* sama-sama turun menjadi 3%.

Dibandingkan dengan Q4 2023, Samsung mengalami penurunan dari 16,3% menjadi 20,8%. Sebaliknya, *Apple* mengalami penurunan pada Q4 2023 dari 24,7% menjadi 17,3%. Satu kuartal setelah peluncuran model iPhone terbaru, pasar saham *Apple* secara konsisten mengalami penurunan. Smartphone terbaik di posisi ketiga pada Q1 2024 adalah Xiaomi, dengan pangsa pasar 14,1%. Persentase volume yang naik sekitar 33,8%. Di posisi teratas ada *Transsion* (berasal dari merek Infinix, Tecno, dan Intel) dengan pangsa pasar sekitar 9,9%, angka yang cukup fantastis yaitu 84,9% pada kuartal pertama 2023. Oppo Kembali mengalahkan Vivo yang sempat berada di posisi tiga pada Q4 2023. Saat ini, pangsa pasar Oppo adalah 8,7%, menurun 8,5% dibandingkan pada Q1 2023. Hal ini mengindikasikan adanya penurunan penjualan smartphone Oppo, yang merupakan akibat dari berkurangnya kepercayaan pelanggan karena Oppo memiliki banyak sekali saingan atau bahkan *rival* yang semakin hari semakin bertambah banyak.

Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan saat melakukan pembelian ponsel yaitu inovasi produk, kualitas produk, dan harga. Inovasi produk diawali dengan suatu proses atau kegiatan yang mendukung pengembangan ide dan konsep baru yang pada saatnya nanti akan menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih tinggi dan harga yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan produk sejenis yang sudah ada di pasaran (Zunan Setiawan, *et. al*, 2024). Maka dari itu, inovasi dapat memberikan solusi yang lebih baik untuk masalah yang ada pada konsumen, dan inovasi dapat membuat produk lebih menonjol di pasar sehingga, jika dibandingkan dengan produk lain, konsumen lebih bersedia untuk membeli produk tersebut, karena tersebut tersebut inovatif (Alisa, 2021). Dari *handphone* Oppo

sendiri, Oppo jarang memberikan update OS android, hal tersebut membuat *handphone* Oppo mengalami *error* atau lemot setelah lama digunakan. Sedangkan menurut Riyono (2016:100) harga merupakan pertimbangan dasar bagi semua pembeli dalam membeli sebuah produk, harga selalu dikaitkan dari produk yang memiliki kualitas harga tinggi tentu mempunyai produk berkualitas terbaik dan memuaskan. Pada harga *handphone* Oppo terbilang cukup tinggi daripada *handphone* merek lain yang memiliki spesifikasi yang sama yakni *handphone* Vivo.

Tabel 1.2
Perbandingan Harga dan Spesifikasi
Handphone Oppo A17 dan Vivo A17s

Spesifikasi	Oppo A17 RAM 4/64 GB	Vivo A17s RAM 4/64 GB
Harga	Rp. 1.449.900	RP. 1.399.000
Baterai	5000mAh	5000mAh
Kamera	Depan 5MP/Belakang 50MP	Depan 5MP/Belakang 50MP
Resolusi	720 x 1612 px	720 x 1612 px
Versi Android	Android 12	Android 13
Kecepatan RAM	1600 MHz (Media Tek Helio G35)	1800 MHz (Media Tek Helio G85)

Sumber: Versus.com 2024

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat harga *handphone* Oppo lebih tinggi dibandingkan dengan *handphone* Vivo padahal memiliki spesifikasi yang sama, bahkan untuk spesifikasi lebih *update* *handphone* merek Vivo. Selain itu, harga jual Oppo *second* juga mengalami penurunan *value* yang cukup drastis, lebih parah dibandingkan merek-merek lain. Beberapa pengguna mungkin akan mengeluhkan hal tersebut karena harga beli dengan harga jual sangat jauh berbeda. Maka dari itu bisa dilihat faktor-faktor yang mempengaruhi dan yang menjadi

permasalahan dengan minat beli konsumen bisa diketahui dari segi inovasi produk, kualitas produk dan harga.

Tabel 1.3
Pra-Survey keputusan pembelian Handphone Oppo Di
Tanjungpinang

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda termasuk masyarakat Tanjungpinang?	100%	0%
2.	Apakah anda pengguna dari Handpone Oppo?	100%	0%
3.	Apakah Desain yang di tawarkan oleh handphone Oppo unik dan menarik di dibandingkan merek lain?	0%	80%
4.	Apakah Fitur-fitur yang ditawarkan oleh handphone Oppo relevan dan bermanfaat?	13%	70%
5.	Apakah harga Handphone Oppo Secara umum terjangkau?	20%	80%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Hasil survei yang dilakukan terhadap 30 responden menunjukkan jumlah 100% responden dalam survei ini ialah masyarakat Tanjungpinang. Hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh sepenuhnya merepresentasikan pandangan masyarakat di wilayah tersebut. Seluruh responden adalah pengguna handphone Oppo. Ini memberikan gambaran bahwa survei ini secara spesifik menargetkan pengguna Oppo untuk mendapatkan masukan langsung dari pengalaman mereka.

Sebagian besar responden (80%) merasa bahwa desain Oppo tidak unik atau menarik dibandingkan merek lain. Hal ini mengindikasikan bahwa desain produk Oppo perlu ditingkatkan agar dapat bersaing lebih baik di pasar. Hanya sedikit responden (13%) yang merasa fitur Oppo relevan dan bermanfaat, sedangkan mayoritas (70%) merasa sebaliknya. Ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk

meningkatkan fitur agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Sebagian besar responden (80%) menganggap harga Oppo tidak terjangkau, sementara hanya sedikit (20%) yang merasa harganya sesuai. Ini menjadi poin penting bagi Oppo untuk mempertimbangkan strategi harga agar lebih kompetitif.

Research gap dalam penelitian dikarenakan adanya keluhan konsumen tentang performa, baterai, atau kualitas kamera oppo yang belum banyak diteliti dampaknya terhadap keputusan pembelian, khususnya di wilayah tanjungpinang timur.

Pada penjabaran diatas dapat dibangun sebuah dugaan sementara bahwa variabel inovasi produk, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Dan berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Pada Masyarakat Tanjungpinang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi dilakukan menurut latar belakang kajian untuk menemukan fenomena yang terjadi. Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat fenomena sebagai berikut?

1. *Handphone* Oppo kurang berinovasi pada desain bodi, kualitas bodi pada *Handphone* Oppo kurang optimal dan kokoh.
2. Kualitas produk yang dimiliki pada *handphone* Oppo kurang optimal, karena pembaruan OS yang jarang diberikan.

3. Harga *handphone* Oppo terbilang cukup tinggi jika dibandingkan dengan *vendor* lain yang memiliki spesifikasi yang sama.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian yang diteliti, maka terdapat perumusan masalah dalam penelitian yang diteliti yakni:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang?
4. Apakah inovasi produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang?

1.4 Pembatasan Masalah

Agar permasalahan penelitian tidak terlalu luas dan penelitian ini tetap fokus dilakukan maka peneliti memberi pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada variabel inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang.
2. Penelitian ini dilakukan pada *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang.
3. Responden yang diteliti merujuk pada pengguna *Handphone* merek Oppo di Tanjungpinang.

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinangmmm.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang.
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* Oppo pada masyarakat Tanjungpinang.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dapat dijelaskan secara sistematika sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan dan informasi berharga pada perusahaan Oppo mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Akademis

Menambah referensi dan literatur ilmiah di bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

4. Bagi Fakultas dan Prodi

Menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian di bidang serupa.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini menguraikan faktor-faktor yang memotivasi penelitian ini, mencakup teori-teori ilmiah yang relevan, temuan dari penelitian sebelumnya, serta hipotesis penelitian yang memberikan gambaran mengenai apa yang akan diteliti.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan variabel-variabel yang diteliti, cara operasionalisasi variabel tersebut, metode penentuan populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan tentang temuan penelitian, pengujian asumsi, diskusi teoritis, serta analisis kuantitatif dan statistik.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan solusi untuk perumusan masalah didasarkan pada temuan penelitian yang telah dilakukan, serta mencakup rekomendasi dan batasan penelitian.

