

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis saat ini perusahaan atau lebih tepatnya pelaku bisnis beroperasi dalam perekonomian global. Perubahan dan perkembangan perekonomian terus melaju dan terus melakukan inovasi dalam jangka waktu yang sangat cepat dan ke arah yang lebih baik, dibuktikan dengan munculnya alat komunikasi yang semakin canggih atau lebih sering disebut dengan telepon pintar atau *smartphone*. Menurut Ferdiana (2008) *Smartphone* secara umum adalah jenis perangkat ponsel yang banyak fitur-fitur dari ponsel biasanya, sehingga *smartphone* selain dapat digunakan sebagai alat telekomunikasi juga dapat dipergunakan sebagai bisnis (*enterpreneur*) oleh penguasa media ataupun oleh masyarakat pada umumnya.

Dengan adanya *smartphone* memudahkan manusia dalam berkomunikasi dalam keadaan apapun. Peluang ini pun dimanfaatkan oleh perusahaan yang bergerak di bidang elektornik untuk menciptakan *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan bagi konsumen dalam pemakaian *smartphone*.

Melihat respon serta antusias masyarakat yang sangat tinggi akan kebutuhan perangkat komunikasi, *smartphone* Oppo Electronic Corp Ltd ikut ambil bagian dalam meramaikan pasar *smartphone* dunia. Oppo Electronic Corp Ltd pertama di dirikan pada tahun 2004 sebagai produsen atau perusahaan elektronik yang berpusat di Dongguan, Guangong, China sebelum memasuki dan menciptakan teknologi *smartphone*, Oppo lebih dahulu memproduksi peralatan

elektronik seperti *Portable Media Player*, *MP3 Player*, *LCD TV*, *DVD*, *eBook*, dan *Disc Player*.

Hingga pada tahun 2008 Oppo mulai melakukan inovasi dan memproduksi *smartphone* pertamanya pada bulan April 2013, Oppo secara resmi membangun di Indonesia dan memasarkan produknya. Sebelum membangun di Indonesia Oppo sudah terlebih dahulu sudah melebarkan sayap di pasar Vietnam, Qatar, Rusia, dan Amerika. Sejak saat itu perusahaan manajemen Oppo terus melakukan kegiatan promosi dalam upaya memperkenalkan produk serta kualitas produknya dalam yang dilakukan melalui berbagai media seperti TV, Internet, Media Cetak dan sebagainya. www.mandalamaya.com (Diakses pada 2 November 2018 Pukul 20:00)

Perusahaan ini mulai memproduksi *smartphone* yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan alat berkomunikasi serta alat untuk mencari informasi yang bisa digunakan dalam keadaan dan dalam waktu apapun, serta memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga dengan kepuasan yang dirasakan, konsumen dapat mempengaruhi keluarga, teman, serta kelompok lain untuk mencoba atau bahkan melakukan pembelian terhadap produk Oppo.

Selain produk Oppo banyak *smartphone* lain yang mempunyai fitur tersendiri yang membuat para konsumen tertarik untuk membeli seperti *smartphone* merek Samsung, Apple, Vivo, Huawei. Seperti sebelum-sebelumnya, Samsung dan Apple masih menduduki urutan teratas pabrikan *smartphone* terbesar di dunia. Namun, informasi terbaru dari lembaga riset pasar Gartner menunjukkan bahwa pabrikan China, yakni Huawei, Oppo, dan Vivo, mulai mengejar keduanya

dikancah global. Baik Huawei, Oppo, dan Vivo, sama-sama mengalami kenaikan penjualan global yang relatif tinggi dibandingkan tahun lalu. Ketiga pabrikan *smartphone* China di urutan teratas ini mendorong penjualan dengan *smartphone* berkualitas dan mengusung berbagai inovasi fitur harga terjangkau.yang membuat para konsumen tertarik dan meningkatnya penjualan *smartphone* milik China ini.
www.mandalamaya.com (Diakses pada 2 November 2018 Pukul 21:00)

Tabel 1.1

Tabel Penjualan dan Market Share Tahun 2016-2017

Produk	2016 (Unit)	2016 (Market Share)	2017 (Unit)	2017 (Market Share)
Samsung	81,186.9	23.3	78,671.4	20.7
Apple	51,629.5	14.8	51,992.5	13.7
Huawei	28,861.0	8.3	34,181.2	9.0
Oppo	15,891.5	4.6	30,922.3	8.1
Vivo	14,001.0	4.0	25,842.2	6.8

Sumber : Tekno.kompas.com (Diakses pada 5 November 2018 pukul 15.00)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Oppo, yang berada di posisi empat, mengalami kenaikan penjualan global hampir dua kali lipat dari kisaran 15 juta unit menjadi 30 juta unit. Pangsa pasarnya terdongkrak menjadi 8,1 persen dari setahun sebelumnya 4,6 persen.

2. Vivo, berada di posisi lima yang mencatat kenaikan penjualan dari kisaran 14 juta unit menjadi 25 juta unit. Pangsa pasarnya naik dari 4 persen di tahun lalu menjadi 6,8 persen.
3. Huawei, berada di posisi ketiga mengalami kenaikan penjualan unit menjadi kisaran 34 juta unit, dari 28 juta unit di kuartal yang sama tahun sebelumnya. Pangsa pasarnya mengalami kenaikan 8,3 persen menjadi 9 persen.
4. Samsung, berada di dalam urutan pertama penjualan tetapi menurun dari kisaran 81 juta unit menjadi 78 juta unit, dengan penurunan pangsa pasar dari 23,3 persen menjadi 20,7 persen.
5. Apple, berada di urutan kedua penjualan Apple relatif tak berubah di kisaran 51 juta unit, namun pangsa pasarnya menurun dari 14,8 persen menjadi 13,7 persen.

Dari tabel di atas menunjukkan peringkat Oppo berada ditingkat empat, tetapi pada tahun 2017 Oppo mengalami kenaikan penjualan hampir dua kali lipat. Pencapaian produk Oppo bisa diraih dalam waktu singkat karena Oppo selalu menghadirkan fitur-fitur yang paling dibutuhkan anak muda sebagai target utama mereka. Oppo merupakan pioner tren selfie dan fitur percantik wajah. Oppo meluncurkan ponsel dengan kamera depan 5MP ditahun 2012 dan 16MP ditahun 2016. Oppo juga menjadi merek pertama yang memperkenalkan sistem kamera berputar otomatis pada tahun 2013. Beritasatu.com (Diakses pada 5 November pukul 19:00).

Beberapa tipe *smartphone* Oppo antara lain Oppo A71, Oppo A83, Oppo F7, Oppo A37, Oppo A57, Oppo F3 dan masih banyak lagi tipe-tipe Oppo yang memiliki fitur-fitur canggih di setiap keluaran terbaru nya.

Dalam hal peningkatan kualitas produk Oppo selalu meluncurkan fitur-fitur dan desain yang cukup elegan untuk para pelanggan dan Oppo juga selalu senantiasa untuk menciptakan produk yang selalu *uptodate* agar tidak kalah dalam bersaing oleh produk *smartphone* lainnya. Dalam beberapa tahun kedepan ini Oppo selalu mencapai peningkatan penjualan berikut data penjualan Oppo dari tahun ke tahun.

Tabel 1.2

Presentase Peningkatan Jumlah Penjualan Smartphone Oppo

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
Hasil Penjualan	4,2%	5,7%	16,7%	24%	18%

Sumber : Tekno.compas.com (Diakses pada 10 November 2018 Pukul 19:00)

Dari data di atas dapat ditunjukkan bahwa Oppo selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun meskipun peringkat Oppo belum mencapai ke peringkat pertama dalam penjualan atau pemakaian *smartphone* Oppo. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh variabel-variabel tersebut dalam mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian *smartphone* Oppo, dengan menggunakan variabel-variabel seperti Kualitas Produk, Desain, Promosi dan Harga untuk meningkatkan penjualan dan untuk terus slalu melakukan inovasi-inovasi dalam produksi *smartphone* Oppo.

Islam mengajarkan umatnya untuk tidak berbohong, alias harus berkata jujur ketika memasarkan, menjual dan mempromosikan produk. Pedagang yang jujur adalah yang disukai dan yang akan diberikan rahmat dari Allah SWT. Sebagai pedagang muslim yang jujur, harus memberikan harga dan kualitas produk yang sesuai dengan barang yang akan diperjual belikan. Perbuatan yang mengabaikan kualitas merupakan perbuatan yang sia-sia, karena konsep kualitas tidak hanya berkaitan dengan antara sesama manusia tetapi juga manusia dengan Allah SWT. Sebenarnya, Islam banyak memberikan kebebasan kepada umatnya untuk melakukan jual beli, memasarkan, melakukan promosi, mengkonsumsi dan melakukan pembelian tetapi dengan ketentuan, tidak melanggar batasan-batasan yang telah ditentukan seperti berbohong, mengurangi takaran, menyembunyikan kecacatan barang, mengkonsumsi atau membeli minuman keras yang memabukkan, narkotika dan barang-barang yang dilarang Allah SWT karena dapat menimbulkan mudharat. Alimin (2004).

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa (4) : 29)

Dalam firman Allah SWT di atas mengisyaratkan Siapa saja yang menerima hasil riba, hasil judi, hasil suap menyuap dan dari sumber-sumber yang tidak halal lainnya, maka ia termasuk orang yang membunuh dirinya sendiri.

Dan yang berpihak kepada bisnis yang batil dan zhalim, termasuk juga mengeluarkan harta secara berlebihan atau menerima paham kapitalis atau liberalis atau komunis atau paham apa saja yang membolehkan mendapat sumber rezeki dari cara-cara yang tidak halal, maka menurut agama ia dinilai sebagai seorang yang membunuh dirinya sendiri.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang pengaruh **Kualitas Produk, Desain produk , Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Oppo serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam.**

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian?
2. Bagaimana pengaruh Desain Produk *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian?
3. Bagaimana pengaruh Promosi *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian?
4. Bagaimana pengaruh Harga *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian?

5. Bagaimana pengaruh bersama dalam Kualitas Produk, Desain Produk Promosi, dan Harga *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian?
6. Bagaimana pandangan Islam terhadap Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi, dan Harga *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan yang hendak dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh Desain produk *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian.
5. Untuk mengetahui pengaruh bersama Kualitas produk, Desain produk, Promosi, dan Harga *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian.
6. Untuk mengetahui pandangan Islam terhadap Kualitas produk, Desain Produk, Promosi, dan Harga *smartphone* Oppo terhadap Keputusan Pembelian

1.4 Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan perilaku konsumen turut mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

Untuk membantu dalam memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga diharapkan perusahaan dapat mengambil kebijakan untuk meningkatkan produknya.

2. Bagi Universitas

Dapat menambah buku referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan memerlukan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam minat beli konsumen.

3. Bagi Penulis

Agar lebih memahami dan mencoba menerapkan ilmu yang pernah penulis terima untuk mempraktkannya langsung ke lapangan kerja.