

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Earphone* atau penyuar telinga merupakan suatu alat yang mengubah energi listrik menjadi gelombang suara. Biasanya, *earphone* dapat ditemukan bersama dengan perangkat *smartphone* sebagai bentuk paket penjualannya. Cara pakainya cukup sederhana hanya dengan memasangnya atau disumpalkan di telinga. Awal mulanya, *earphone* diciptakan sebagai alat pelindung pendengaran untuk para pilot agar terhindar dari kebisingan di dunia penerbangan. *Earphone* sendiri mulai digemari mulai tahun 2000 hingga saat ini dimana *earphone* sudah hampir menjadi salah satu aksesoris yang wajib dibawa kemana-mana baik tua maupun muda. *Earphone* dahulunya tidak sebagai sekarang baik dari segi suara yang dihasilkan dimana dulu kualitas suara yang dihasilkan tidak begitu bagus, dari segi bentuknya tak seminimalis desain-desain pada tahun ini ataupun dahulu *earphone* harus disambungkan ke terminal baterai bertegangan tinggi.

Perusahaan atau produsen *earphone* kini sudah beragam dari yang sebatas perseorangan, kelompok, hingga yang telah dianggap sebagai perusahaan besar di dunia audio dengan unit yang tersebar di seluruh dunia. Salah satu perusahaan yang sudah sangat tua dan jam terbangnya di dunia audio sudah sangat lama yaitu Beyerdynamic. Kemudian, perusahaan Sony dengan perangkat audio portabelnya yang sangat populer pada

kala itu yaitu Walkman. Ada juga brand audio premium seperti Sennheiser dan Shure.

Industri audio di Indonesia sendiri perkembangannya sudah kearah yang lebih baik walaupun untuk menjadikan pasar audio di Indonesia menjadi lebih besar lagi butuh waktu yang terbilang masih cukup lama dan sebenarnya kita juga tidak mengetahui seberapa cepat informasi dan teknologi yang akan berkembang kedepannya.

Indonesia sendiri sudah mempunyai beberapa pelaku industri kreatif di bidang audio sudah lumayan lama. Contoh para pelaku industri yang sudah memasarkan produknya dalam jumlah yang cukup banyak ialah *Don't Blame your Ear Acoustics* (dbE Acoustics), *Willsound*, *Verus* dan tak jarang juga produk mereka sanggup menembus pasar audio luar negeri contohnya produk earbud *Willsound MK2* yang dibeli salah satu konsumen dari India. Beberapa industri kreatif pada bidang audio yang lainnya contohnya seperti *Eli Audio*, *Eario*, *Qlabs*, *Abnormal*, dan lain-lainnya. Walaupun beberapa diantara produsen produk audio belum siap untuk memproduksi barang mereka secara massal tapi mereka mampu menciptakan produk audio dengan kualitas yang terbilang bagus. Barang yang mereka hasilkan tidak semata-mata hanya *earphone*, ada yang memproduksi kabel, *jack*, *housing earphone*, kabel *male to male* dan kebutuhan *audio portable* para konsumen lainnya.

Tabel 1.1 Jumlah konsumen yang telah membeli produk *earphone* lewat *online market*

NO	Indurstri Kreatif	Jumlah konsumen
1	Willsound	1.374
2	Eli Audio	2.321
3	Don't Blame your Ear Acoustics (dbE Acoustics)	5.736
4	Qlabs	200

Sumber : Pihak Internal (Facebook Messenger)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa, produsen Don't Blame your Ear Acoustics (dbE Acoustics) memiliki jumlah konsumen tertinggi untuk saat ini sekitar 5.736 orang sedangkan Qlabs menempati urutan terakhir dengan jumlah konsumen sebanyak 200 orang.

Di Indonesia *earphone* sudah mulai dianggap kebutuhan primer dimana ketika orang ingin mendengarkan musik atau suatu rekaman dan tidak ingin mengganggu lingkungan sekitar karena suara yang dihasilkan dari *speaker smartphone* mereka lebih memilih untuk memakai *earphonenya* atau saat berolahraga. Kadang kala juga banyak ditemui banyak pelari yang sekarang memilih memakai *earphone* saat lari dengan berbagai macam tujuan seperti ingin berlari sambil dengan mendengarkan musik dengan dalih untuk menambah semangat saat jogging atau mungkin mereka ingin berjaga-jaga ketika ada telfon penting yang harus mereka terima dan mungkin saja mereka memakai *earphone* juga hanya sebagai pelengkap gaya mereka saat jogging.

*Earphone* yang beredar di pasar Indonesia jumlah cukup banyak dengan harga dan varian model yang cukup beragam dimana hal ini sangat menguntungkan para calon konsumen yang ingin membeli *earphone*. Walaupun model *earphone* cukup banyak, namun akhir-akhir ini konsumen sangat sukai dengan desain

*earphone* yang berbentuk menyerupai *Custom In Ear Monitoring* (CIEM). Tentu saja desainnya universal yang artinya semua orang bisa memakai *earphone* tersebut walaupun tentu ada sedikit penyesuaian di beberapa orang-orang tertentu karena telinga manusia pada umumnya berbeda-beda.

Tak hanya desain produknya, kualitas produk dan harga produk *earphone* juga sangat bervariasi. Dahulu dimana kita ingin mendapatkan desain *earphone* yang bagus tanpa mengesampingkan kualitas harus mengeluarkan uang yang tidak sedikit. Namun, saat ini hal tersebut sudah tidak berlaku lagi dimana banyak sekali desain produk *earphone* yang menarik untuk dibeli tanpa mengesampingkan desain dan harga yang ditawarkan oleh produsen terbilang cukup murah atau sepadan dengan apa yang konsumen dapatkan. Dari hal tersebut, ada salah satu produsen *earphone* yang dinilai tidak melupakan beberapa faktor diatas dan akhir - akhir ini menyita banyak perhatian karena desain universal *Custom In Ear Monitoring*nya ialah *Avara Custom*.

*Avara Custom* selalu menyediakan opsi untuk membuat *earphone* dengan bentuk *housing Universal* (bisa digunakan di semua telinga orang) dan bentuk CIEM (*Custom In Ear Monitoring*) yang dimana *earphone* CIEM sendiri hanya bisa digunakan oleh orang itu sendiri saja namun banyak manfaat yang didapatkan dari *earphone* dengan bentuk CIEM tersebut seperti kenyamanannya melebihi *earphone Universal*, suara yang dihasilkan lebih kuat sekitar 10%, isolasi suara yang lebih baik agar telinga si para penyanyi terlindungi dari kebisingan *background* panggung. Maka dari itu, banyak para penyanyi tanah air yang sudah menggunakan produk dari *Avara Custom* mulai dari penyanyi gampus Nissa Sabyan, band *Slank*, *Marion Jola*, tak ketinggalan aktor *Iqbal Ramadhan* juga menggunakannya ketika tampil bersama bandnya.

Tak hanya bentuk desain *earphone* yang mereka perhatikan, namun kualitas produk juga tak kalah bagus dari produk sejenis yang ada dipasaran. Avara Custom saat ini menggunakan driver atau benda penghasil suara dari 2 perusahaan kenamaan yaitu Knowless dan Sonion dimana 2 perusahaan tersebut sudah tidak bisa diragukan lagi akan driver *earphone* yang mereka buat. Akan tetapi, harga yang ditawarkan oleh Avara Custom sendiri cukup terjangkau bilamana dilihat dari perusahaan yang menawarkan produk *Custom In Ear Monitoring* (CIEM) yang ada diluar negeri sana dimana kita harus menunggu cukup lama bila ingin memesan produk tersebut hingga sampai di Indonesia dan notabene saat ini masih jarang ditemui produsen yang memproduksi *earphone* secara massal di Indonesia yang melayani jasa Custom In Ear Monitoring (CIEM) dikarena beberapa faktor seperti bahan yang dibutuhkan cukup mahal.

Sengitnya persaingan pasar audio di Indonesia membuat Avara Custom mengeluarkan salah satu ide dimana mereka menciptakan produk *earphone* dengan atau tanpa bentuk *Custom In Ear Monitoring* (CIEM) mulai dari harga Rp. 1.000.000 dengan nama produk AV1Lite dimana hal ini menjadikan produk tersebut menjadikan produk *Custom In Ear Monitoring* satu - satunya yang termurah di Indonesia dan driver (alat untuk memproduksi suara) yang dipakai merupakan driver balance armature dari perusahaan Knowless yang terkenal akan driver balance armaturenya dan driver yang digunakan AV1Lite ini juga digunakan oleh produk *earphone* dari brand Etymotic yaitu Etymotic Er-4 yang seharga \$299 USD atau setara dengan Rp. 4.000.000, jadi untuk kualitas suara tidak perlu diragukan lagi.

Projek Avara AV1Lite mendapatkan feedback yang sangat positif khususnya bagi para audio enthusiast karena dapat merasakan kelebihan dari *Custom In Ear Monitoring*. Projek ini

awalnya diadakan pada bulan sekitar bulan Juni - Juli tahun 2018 dan pada group buy pertama yang diadakan oleh team Avara Custom sendiri, mereka mendapatkan konsumen sekitar 166 orang. Jumlah yang sangat banyak mengingat ini adalah sebuah produk baru yang dimana orang - orang masih belum tahu bagaimana keluaran suaranya ataupun performa produk itu sendiri. Avara Custom mengklaim bahwa ini merupakan projek paling sukses yang pernah diadakan oleh team Avara Custom sendiri. Kemudian, karena masih banyaknya request para konsumen kepada Avara AV1Lite maka team Avara Custom membuat group buy kembali hingga keempat kalinya.

Tabel 1.2 Grafik Group Buy AV1Lite dari ke -1 hingga ke - 4



Sumber : Group Facebook Warung Audio Kere Hore

Dari tabel di atas diketahui bahwa, jumlah pesanan produk Avara AV1Lite paling tinggi berjumlah 166 orang pemesan, kemudian jumlah pesanan produk Avara AV1Lite terendah sebanyak 56 orang pemesan.

Antusiasme pada group buy selanjutnya dinilai menurun akan tetapi para konsumen yang telah memiliki Avara AV1Lite ini mengaku sangat puas dengan kualitas produk yang disajikannya. Selanjutnya, Avara Custom menciptakan terobosan dimana

seorang konsumen dapat mendapatkan *Custom In Ear Monitoring* (CIEM) dengan harga yang terbilang sangat terjangkau dan lokasi pembuatannya berada di Indonesia, pada bulan Juli tahun 2019 kemarin Avara Custom telah menambahkan produk baru mereka yang bisa disebut *Top of The Line (TOTL)* atau produk unggulan mereka yaitu Avara Est-6.

Avara Est-6 merupakan produk yang mungkin bisa dikatakan yang paling bagus yang bisa dihasilkan Avara Custom untuk saat ini. Konfigurasi driver yang dipakai yaitu memakai *balance armature* dan elektrostatis dimana Avara Est-6 ini memang dirasa cocok untuk musik yang dibawakan dengan banyak instrumen. Walaupun begitu, harga yang dibanderol untuk satu produk premium ini tidak main - main, harga 1 pcs Avara Est-6 yaitu Rp. 15.000.000. Sekalipun diklaim lebih murah ketimbang beberapa pesaing dari brand audio luar negeri, namun untuk harga yang dibanderol sedemikian beberapa konsumen berfikir 2x untuk membeli produk tersebut.

Akan tetapi, tetap masih ada juga orang yang membeli Avara Est-6 dengan dalih dan kepercayaan mereka bahwa Avara Est-6 dari segi desain, harga, dan kualitas produk yang ditawarkan memang sangat bagus bila dibanding dengan kompetitor lainnya. Sebagai penutup tahun 2019, di akhir bulan Desember Avara Custom juga ikut meramaikan pasar *earphone* di harga Rp. 500.000 dimana Avara Custom merilis *earphone* universal dimana 100 pembeli diberi free desain *housing faceplate* sesuai dengan apa yang diinginkan calon konsumen tersebut namun bagi yang tidak kebagian kuota 100 orang tersebut, konsumen tetap diberi layanan yang sama namun dengan biaya yang disesuaikan dengan desain yang diinginkan dan harga yang ditawarkan oleh Avara Custom terbilang cukup terjangkau yaitu Rp. 500.000 dengan nama produk terbaru mereka yaitu Avara Neo.



Gambar 1.1 Produk jadi Avara Est-6

Produk Avara Custom memiliki keunikan atau setidaknya punya ciri khas tersendiri dimana calon konsumen pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk *earphone* dari Avara Custom dengan berbagai macam alasan. Ada yang memang mencari untuk keperluan menyanyi (*penyanyi*) karena bisa dibentuk *Custom In Ear Monitoring* dimana hal ini sangat membantu dalam melindungi telinga penyanyi itu sendiri maupun dalam hal koreografi, untuk orang yang bekerja *sound engineering*, atau mungkin beberapa konsumen yang ingin mendengarkan lagu namun ingin mendapatkan kenyamanan lebih saat memakai *earphone* mereka.

Konsumen memiliki faktor pertimbangan dalam membeli produk Avara Custom beberapa diantaranya ialah mulai dari faktor desain, harga yang bersaing, dan kualitas produk yang dibawakan terbilang bagus. Desain produk memang pada saat ini memang menjadi salah satu faktor yang membuat calon konsumen mempertimbangkan apakah akan membeli sebuah produk. Desain produk sendiri ialah suatu cara dimana para produsen menampilkan produknya semenarik mungkin bisa dalam bentuk kemasan yang unik atau bentuk produk itu sendiri



yang berbeda dari lainnya dengan maksud untuk menarik minat beli konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kotler dan Keller (2012:332) dalam Titipani, dkk (2019) menyatakan bahwa "*Design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and functions to a consumer.*" Hal tersebut mempunyai arti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana suatu produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Pada jaman sekarang tak heran banyak produk yang sejatinya produk tersebut hanya produk biasa pada umumnya atau produk yang telah ada namun diolah kembali menjadi produk yang terkesan baru namun desain daripada produk tersebut sangatlah bagus dan bervariasi dimana pada kenyataannya banyak konsumen yang mudah tergiur bukan karena kualitas produknya lagi akan tetapi bagaimana desain yang dibawakan produk tersebut.

Kotler dan Armstrong (2014:11) dalam Herdianto (2016) menyatakan "kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya". Kualitas produk juga merupakan salah satu faktor kuat bagaimana keputusan untuk membeli sebuah produk. Konsumen berhak menilai bagaimana produk itu baik atau tidaknya dengan melihat dari beberapa faktor salah satunya kualitas produk itu sendiri. Apakah kualitasnya sebanding dengan harganya, atau apakah kualitas barang tersebut lebih bagus ketimbang berbanding terbalik dengan harganya, ataupun jika harganya mahal kualitas produk yang dibawakan akan semakin bagus. Penilaian seperti ini memang pada akhirnya mengacu pada preferensi pribadi konsumen sendiri, walaupun begitu apapun preferensi penilaian

yang dimiliki oleh para konsumen produsen mutlak harus memberikan produk dengan kualitas produk yang siap dijual.

Faktor harga menjadi acuan pembelian sebuah produk, dimana seberapa tingkat harga barang yang dapat dibeli dengan budget yang tersedia. Dikatakan menurut Kottler dan Amstrong (2010:314) dalam Moniharapon (2015) mengatakan bahwa “ Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut “. Pada umumnya, ketika ingin membeli suatu barang konsumen terlebih dahulu menetapkan berapa uang yang akan dia habiskan demi mendapatkan suatu barang yang diinginkannya.

Keputusan pembelian menurut Winardi (2010:200) dalam Sumarauw, dkk (2015) ialah titik suatu pembelian dari proses evaluasi. Nantinya ketika konsumen sudah mendapatkan salah satu atau seluruh faktor penilaian akan suatu produk yang ingin dibeli, calon konsumen diharapkan bisa mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan mereka.

Berdasarkan anggapan dari para teori, faktor – faktor yang mengakibatkan konsumen memiliki suatu poin untuk membeli produk, dan sempat terjadi penurunan daya jual salah satu produk Avara Custom maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh desain produk, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Avara Custom (Studi Populasi di Wilayah Surabaya)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Avara Custom ?

2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Avara Custom ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Avara Custom ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Avara Custom.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Avara Custom.
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Avara Custom.

### 1.4 Manfaat penelitian

#### a. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat diantaranya :

1. Memberikan sumbangan pemikiran perihal :
  - a. Memberikan masukan dan saran tentang desain produk seperti apa yang bagus dan cocok untuk produk Avara Custom.
  - b. Memberikan gambaran tentang harga produk yang sesuai dengan produk yang dapat menarik minat beli calon konsumen.
  - c. Memberikan gambaran tentang kualitas produk yang harus selalu dijaga dalam setiap produk yang dihasilkan agar kepercayaan konsumen selalu terjaga kedepannya.
2. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan desain produk yang selalu berkembang dan inovatif, harga yang terkadang berbanding terbalik dengan produk itu

sendiri, dan kualitas produk makin hari semakin bagus.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat diantaranya :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan atau masukan terhadap apa yang harus dilakukan oleh Avara Custom kedepannya demi menghadapi pasar audio yang semakin lama semakin sengit dan diharapkan kedepannya dapat membuat produk yang lebih menarik lagi.

2. Bagi Universitas PGRI Adi buana Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga memajukan kualitas pendidikan Universitas PGRI Adi buana Surabaya khususnya untuk fakultas Ekonomi.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk menambah wawasan sehingga ilmu yang didapatkan saat perkuliahan dapat diterapkan secara langsung di dunia kewirausahaan.