

KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SPARE PART MOBIL DI TOKO ANUGERAH MOTOR PADA SAAT PANDEMI

Robin Sachio

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen,
Universitas Widya Kartika
Jl. Sutorejo Prima Utara II/1, Surabaya 60113
Email: robinsachio00@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana keputusan konsumen dalam pembelian spare part mobil di toko Anugerah Motor Buol Sulawesi Tengah pada saat pandemi. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap 5 konsumen Toko Anugerah Motor Buol Sulawesi Tengah.

Hasil penelitian membuktikan bahwa barang dengan kualitas original dengan harga terjangkau memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen Toko Anugerah Motor melakukan pembelian spare part mobil di Toko Anugerah Motor daripada pesaing. Ketersediaan barang juga mempengaruhi konsumen melakukan pembelian spare part mobil di Toko Anugerah Motor.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 5 konsumen maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, sebagian besar pelanggan memiliki persamaan pembelian dalam jenis barang yang dibeli dikarenakan memiliki faktor jalan atau medan yang dilewati masih banyak yang rusak bahkan belum rata. Alasan mereka memilih membeli barang di Toko Anugerah Motor karena barangnya lengkap, harga murah, kualitas barang dijamin ori, memiliki berbagai jenis merk dan kualitas sehingga narasumber dapat memilih barang sesuai dengan keuangan yang mereka miliki.

Kata Kunci : Keputusan konsumen, Prinsip Ekonomi, Kualitas, Harga, ketersediaan Barang

Abstract

This study aims to illustrate how consumers' decisions in purchasing car spare parts at the Anugerah Motor Buol store in Central Sulawesi during the pandemic. The data collection method was carried out with in-depth interviews, observations, and documentation of 5 consumers of the Anugerah Motor Buol Store in Central Sulawesi.

The results of the study prove that goods with original quality at affordable prices have an influence on consumer decisions at the Anugerah Motor Store to purchase car spare parts at the Anugerah Motor Store than competitors. The availability of goods also affects consumers to purchase car spare parts at the Anugerah Motor Store.

Based on the results of interviews with 5 consumers, it can be concluded that, most of the customers have similar purchases in the type of goods purchased because they have road or terrain factors that are passed, there are still many that are damaged and even not flat. The reason they choose to buy goods at the Anugerah Motor Store is because the goods are complete, the price is cheap, the quality of the goods is guaranteed to be original, has various types of brands and quality so that the informants can choose goods according to their finances.

Keywords: *consumer decisions, economic principles, quality, price, availability of goods*

1. PENDAHULUAN

Mobil merupakan alat transportasi darat yang dibutuhkan oleh manusia untuk mempermudah berpindah – pindah dari suatu tempat ke tempat yang lain, mengangkut barang berat yang dikendarai oleh manusia dan menggunakan tenaga dari mesin. Mesin perlu juga dirawat secara rutin pada saat pandemi COVID – 19, pengguna kendaraan mengubah cara melakukan perawatan kendaraan pada saat pandemi Covid - 19, biasanya pengendara menunggu antrean lama di bengkel, saat ini banyak masyarakat dapat memilih untuk menggunakan aplikasi service online ke rumah, kalau biasanya konsumen datang langsung sekarang mulai berubah dengan menggunakan aplikasi service online ke rumah.

Toko Anugerah Motor berdiri pada tahun 2008, terletak di Jalan Syarif Mansyur no 155, Buol, Sulawesi Tengah, memiliki letak yang strategis yang menghubungkan jalur Trans Sulawesi, melewati jalur penghubung antara Buol dengan Gorontalo. Di Kota Buol memiliki sekitar 5 hingga 7 toko pesaing yang menjual spare part mobil yang berada di daerah Kota Buol. Pesaing kami sebagai berikut Toko Sinar Bakti, Ronald, Seng, Sing Ko, Hokky Motor. Toko Anugerah Motor buka setiap hari senin sampai minggu mulai jam 8 pagi hingga jam 5 sore. Pada Tahun 2018 Toko Anugerah Motor juga menjual spare part Vlar.

Berdasarkan dari latar belakang dan fenomena yang telah ditulis, maka peneliti memilih judul keputusan Konsumen Dalam Pembelian Spare Part Mobil di Toko Anugerah Motor Buol Sulawesi Tengah pada Saat Pandemi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Qurrotul Aini dan Dyah Riandadari (2018) Penelitian berjudul Analisis Perencanaan Persediaan Spare Part Mobil Dengan Metode ABC (Konsep 80-20) pada Gudang Suku Cadang di Bengkel PT. Liek Satu Invicta Toyota Pamekasan. Penelitian ini bertujuan PT. Liek Satu Invicta Toyota Pamekasan merupakan dealer satu-satunya di pulau Madura serta salah satu dealer resmi penjualan produk Toyota di Kota Pamekasan merupakan jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan spare part Toyota yang manajemennya dibawah jaringan PT. Toyota Astra Motor.

Meri Audrilia dan Arief Budiman (2018) Penelitian berjudul Perancangan Sistem Informasi Manajemen Bengkel Berbasis Web Studi Kasus Bengkel Anugrah. Penelitian ini bertujuan Bengkel Anugrah adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa service kendaraan dan penjualan sparepart kendaraan roda empat. Setiap transaksi masih dilakukan secara manual yaitu masih dilakukan dengan ditulis menggunakan buku penjualan, dan belum terdapat laporan penjualan per periode. Sering terjadi kehabisan stok barang dikarenakan tidak adanya informasi jika stok barang habis. Dan pelanggan harus datang langsung untuk melakukan service dan mendapatkan informasi barang yang dijual apakah barang masih tersedia atau tidak. Metode pengembangan sistem menggunakan metode web engineering (Communication, Planning, Modeling, Construction, Deployment) dan perancangan sistem menggunakan UML.

Astri Wardani dan Retno Sari (2017) Penelitian berjudul Perancangan sistem Informasi Penjualan Suku Cadang mobil STUDI KASUS KREASI AUTO PARTS. Penelitian ini bertujuan Kemajuan teknologi setiap waktunya selalu berkembang khususnya dalam bidang komputer hampir setiap saat terus berkembang baik dari segi software maupun hardware. Kreasi Auto Parts dalam melakukan penjualan masih menggunakan sistem penjualan konvensional, dimana penjualan konvensional memiliki beberapa kelemahan yaitu

kurang dikenalnya usaha, dalam melakukan perhitungan dan memproses data memakan banyak waktu dan rentan terjadi kesalahan dan seting terlambarnya dalam penyusunan laporan penjualan.

Guo Dongdong dan Yu Xingwu (2018) Manajemen suku cadang adalah salah satu pekerjaan terpenting bagi perusahaan, terutama untuk perusahaan manufaktur; namun, masalah manajemen suku cadang sangat mengganggu operator perusahaan. Dalam artikel ini, metode implementasi manajemen suku cadang lean dijelaskan. Proses pembelian suku cadang dinyatakan dapat mengurangi biaya pembelian dan nilai persediaan.

Pengertian Perilaku Konsumen berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh di saat konsumen mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Perilaku dapat terbentuk dengan metode-metode sebagai berikut:

1. Pembelajaran Sikap

Pada bagian-bagian terdahulu telah dipelajari tentang proses pembelajaran dasar, seperti teori-teori:

- a. *Clasissical Conditioning*
- b. *Instrumental Conditioning*
- c. *Cognitive Learning Theory*
- d. *Information Processing*

2. Sumber Pengaruh Terhadap Pembentukan Sikap

Sumber informasi utama yang mempengaruhi pembentukan sikap konsumen adalah:

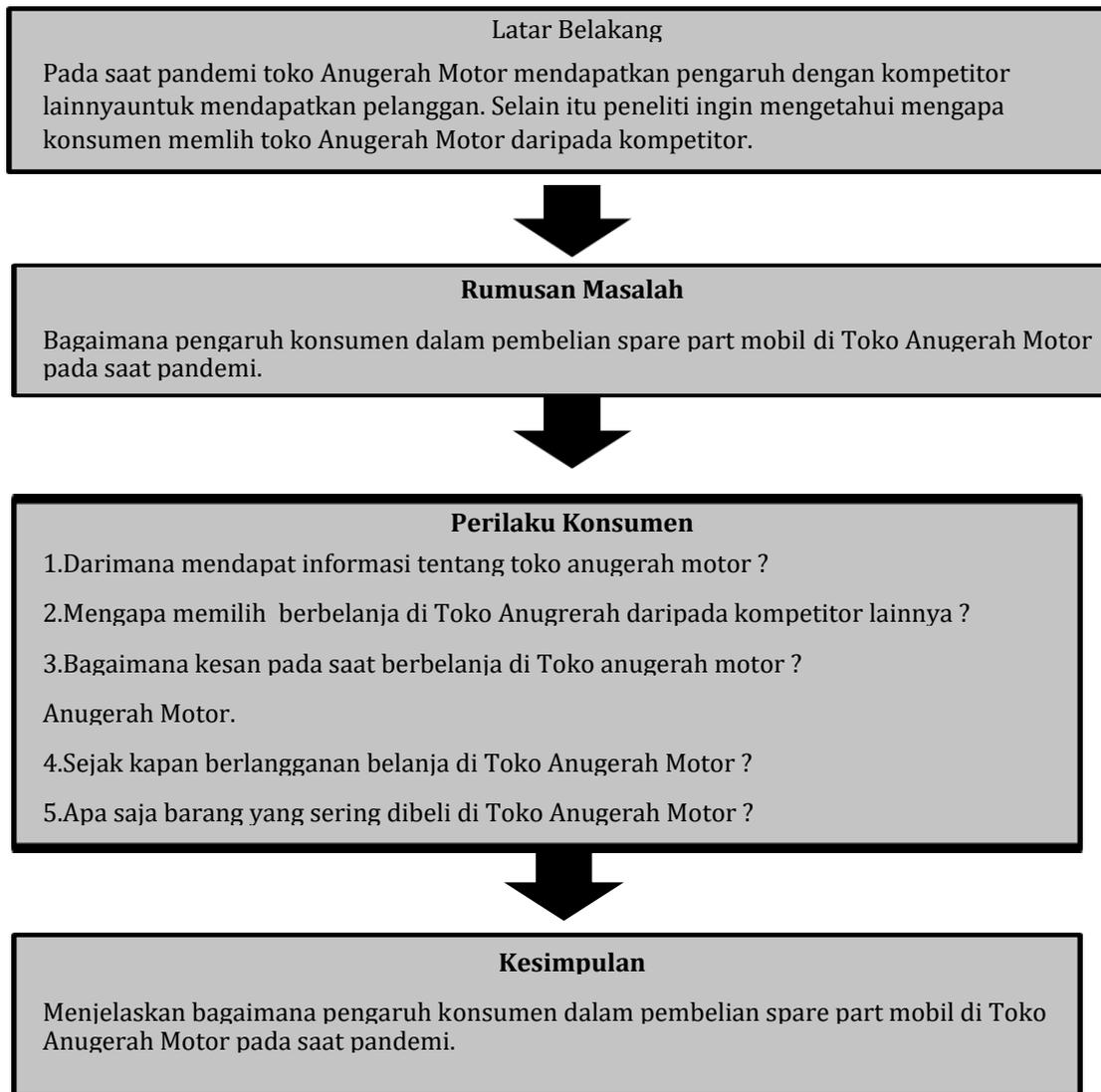
- a. Pengalaman
- b. Kepribadian
- c. Informasi dari Media Massa

Pengertian Minat Pembelian berdasarkan uraian diatas maka dapat simpulkan bahwa minat beli merupakan perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk, merk yang berbeda kemudian memilih yang disukai dengan cara pembayaran dengan uang atau pengorbanan.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:34), kemauan konsumen memiliki beberapa aspek.

- a. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk
- b. Mempertimbangkan untuk membeli
- c. Tertarik untuk mencoba
- d. Ingin mengetahui produk
- e. Ingin memiliki produk

Kerangka Penelitian



3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menurut Sugiyono ,(2017:4) metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Menurut Kurniawan (2012:21) metode penelitian berdasarkan sifat dan jenis data dibedakan menjadi 2 yaitu, penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif.

Jenis data yang digunakan merupakan data primer. Data primer merupakan data asli yang diambil peneliti melalui wawancara dengan responden yang pernah membeli spare part di Toko Anugerah Motor. Sumber data merupakan responden yang pernah membeli spare part di Toko Anugerah Motor sebanyak 5 responden dengan minimal pembelian sebanyak 4x dalam satu bulan.

Teknik Pengumpulan Data menurut Sugiyono Metode Interview (wawancara mendalam) teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan

untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit, Observasi suatu proses penelitian dengan mengamati situasi serta kondisi dari bahan pengamatan, Populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari Toko Anugerah Motor Buol Sulawesi Tengah selama tahun 2021 yang memenuhi syarat yang telah diajukan yaitu 4x pembelian dalam waktu satu bulan.

Metode pengambilan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, karena peneliti mengambil sampel secara acak, tetapi berdasarkan persyaratan yang telah ditentukan, serta menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dari narasumber yang didasarkan pada suatu pertimbangan tertentu.

Analisis data adalah proses mencari serta Menyusun data hasil wawancara dan observasi secara sistematis dengan cara mengorganisasikan data dan memilih hal yang penting serta yang perlu untuk dipelajari dan pada akhirnya membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2007:333). Adapun tahapan analisis data kualitatif dengan model interaktif menurut Miles & Huberman (1992:21), yakni adalah: reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan.

4. PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menggunakan unsur darimana, mengapa, bagaimana, kapan, apa untuk menjabarkan hasil wawancara yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian spare part mobil di Toko Anugerah Motor.

1. Darimana mendapat informasi tentang Toko Anugerah Motor

Berdasarkan jawaban dari narasumber dapat disimpulkan bahwa Narasumber mendapatkan informasi mengenai Toko Anugerah Motor melalui keluarga, sopir, orang kepercayaan, teman.

Menurut Kotler Armstrong dalam Nugroho (2019:12) konsumen yang tertarik didorong untuk menanyakan informasi lebih lanjut. Konsumen yang terunggah kebutuhan akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Besarnya pencarian yang dilakukan tergantung pada kekuatan dorongannya, jumlah informasi yang telah dimilikinya, kemudahan mendapatkan dan nilai yang diberikan pada informasi tambahan, dan kepuasan dalam pencarian informasi tersebut.

Sumber informasi konsumen dapat dibagi menjadi empat kelompok:

- Sumber pribadi: teman, keluarga, kenalan, dan tetangga.
- Sumber komersial: marketing, iklan, kemasan, penyalur, dan pameran.
- Sumber umum: media massa dan organisasi konsumen.
- Sumber pengalaman: menggunakan produk, pernah menanganinya, dan menguji.

Oleh karena itu teori yang dikemukakan oleh Nugroho sesuai dengan sumber informasi yang didapatkan oleh narasumber untuk mengetahui informasi tentang Toko Anugerah Motor.

2. Mengapa memilih berbelanja di Toko Anugerah Motor daripada kompetitor lainnya

Berdasarkan jawaban dari narasumber dapat disimpulkan bahwa alasan narasumber memilih Toko Anugerah Motor dikarenakan barang lengkap mulai dari jenis, kualitas, selain itu harga yang ditawarkan terjangkau.

Menurut Abdurachman (2004:26), faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen antara lain adalah sebagai berikut:

a. Faktor Kualitas

Kualitas merupakan atribut suatu produk yang dilihat dan dipertimbangkan dari sisi manfaat dan kegunaan fisik produk tersebut.

b. Faktor *Brand*/merek

Brand merupakan atribut produk yang merupakan acuan kepercayaan seseorang terhadap suatu produk secara emosional.

c. Faktor kemasan

Merupakan sisi luar atau pembungkus dari suatu produk yang merupakan acuan seorang konsumen untuk menilai produk tersebut.

d. Faktor harga

Merupakan faktor yang cukup krusial, karena disitulah seorang konsumen melakukan pengorbanan riil dan materiel untuk memperoleh produk tersebut.

e. Faktor ketersediaan barang

Merupakan sikap konsumen terhadap ketersediaan suatu produk.

f. Faktor acuan

Elemen ini dapat digunakan untuk media periklanan jika ada pengaruh eksternal yang membantu menginspirasi konsumen dalam memilih suatu produk.

Oleh karena itu alasan narasumber memilih Toko Anugerah Motor sesuai teori yang dijabarkan oleh Abdurachman.

3. Bagaimana kesan pada saat berbelanja di Toko Anugerah Motor

Berdasarkan jawaban dari narasumber dapat disimpulkan bahwa narasumber puas dengan pelayan, produk yang ditawarkan, harga. Meskipun memiliki beberapa catatan yang perlu di perhatikan oleh pemilik dari Toko Anugerah Motor.

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Donni Juni Priansah (2017:196) konsumen bereaksi dengan kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli suatu produk dan

bertindak setelah pembelian. Oleh karena itu sikap narasumber dalam memberikan respon atau sikap sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller mengenai kepuasan narasumber terhadap Toko Anugerah Motor.

4. Sejak kapan berlangganan belanja di Toko Anugerah Motor

Berdasarkan jawaban dari narasumber dapat disimpulkan bahwa narasumber mulai berlangganan di Toko Anugerah Motor mulai dari tahun 2008, 2012, 2014, 2015.

Menurut Kotler dan Keller (2012:568) Fase dimana konsumen tertarik untuk membeli dapat dipahami dengan menggunakan model AIDA

1. Perhatian (*Attention*)

Tahap ini adalah tahap paling awal untuk konsumen menilai suatu produk sesuai dengan kebutuhannya, pada tahap ini konsumen akan mempelajari tentang produk yang sedang ditawarkan.

2. Tertarik (*Interest*)

Setelah adanya penawaran dan mendapatkan banyak informasi mengenai produk, calon pelanggan mulai merasa tertarik dengan produk yang telah ditawarkan.

3. Hasrat (*Desire*)

Setelah tertarik, tahap selanjutnya adalah memikirkan serta berdiskusi dengan lingkungan sekitarnya mengenai produk yang ditawarkan, hal ini terjadi karena mulai timbulnya keinginan untuk membeli. Dalam tahap ini calon konsumen mulai merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan dan berkeinginan untuk mencobanya.

4. Tindakan (*Action*)

Konsumen yang yakin dengan produk yang mereka minati akan segera membeli dan menggunakan produk tersebut.

Oleh karena itu mereka tertarik untuk berlangganan di Toko Anugerah Motor sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Kotler dan Keller.

5. Apa saja barang yang sering dibeli di Toko Anugerah Motor

Berdasarkan jawaban dari para narasumber dapat disimpulkan bahwa kebanyakan narasumber membeli jenis barang yang sama dikarenakan faktor kondisi lokasi atau medan jalan yang masih rusak atau belum diaspal.

Menurut Assael (2000) dalam Donni Juni Priansa (2016:172), faktor yang mempengaruhi minat pembelian konsumen yaitu lingkungan sekitar dapat mempengaruhi pemilihan produk serta keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Oleh karena itu sikap narasumber dalam membeli barang sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Assael mengenai minat pembelian narasumber terhadap Toko Anugerah Motor.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dari 5 orang narasumber maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, sebagian besar pelanggan memiliki persamaan pembelian dalam jenis barang yang dibeli dikarenakan memiliki faktor jalan atau medan yang dilewati masih banyak yang rusak bahkan belum rata.

Alasan mereka memilih membeli barang di Toko Anugerah Motor karena barangnya lengkap, harga murah, kualitas barang dijamin ori, memiliki berbagai jenis merk dan kualitas sehingga narasumber dapat memilih barang sesuai dengan keuangan yang mereka miliki.

Kesan yang diberikan narasumber sangat puas meskipun memiliki beberapa catatan bagi pemilik Toko Anugerah Motor.

SARAN

Saran yang diberikan dari narasumber sebanyak 5 orang sebagai berikut :

Menurut pembeli yang di wawancara bisa di tambahkan item penjualan seperti : aki, ban luar, ban dalam, accessories mobil. Bisa menambah karyawan di toko, agar tidak terlalu antri jika adanya pembeli lainnya. Menurut pembeli, toko anugerah motor dapat membuka bengkel agar lebih praktis dan pembeli juga tidak perlu susah – susah untuk mencari bengkel dan toko alat mobil.

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah (2019) Pemasaran (Dasar dan Konsep). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Assael, Henry. (2008). Consumer Behaviour and Marketing Action. Boston: Wasworth, Inc.
- Astri Wardani dan Retno Sari. (2017) PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN SUKU CADANG MOBIL STUDI KASUS KREASI AUTO PARTS. Jurnal Universitas Nusa Mandiri.
- Guo Dongdong dan Yu Xingwu. (2018) Manajemen Suku Cadang di Manufaktur Otomotif. Jurnal Economic Technological Development Area.
- Meri Audrilia dan Arief Budiman. (2018) Perancangan Sistem Informasi Manajemen Bengkel Berbasis Web Studi Kasus Bengkel Anugrah. Universitas Teknokrat Indonesia.
- Nugroho, J. S. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Priansa, Donni Juni. (2017). Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Qurrotul Aini dan Dyah Riandadari. (2018) Analisis Perencanaan Persediaan Spare Part Mobil Dengan Metode ABC (Konsep 80-20) pada Gudang Suku Cadang di Bengkel PT. liek Satu Invicta Toyota Pamekasan. Jurnal Universitas Negeri Surabaya.
- Setiadi, Nugroho. (2019). Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga. Prenada Media.