

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Komputer merupakan salah satu hasil dari kemajuan teknologi dan perkembangan jaman. Dengan semakin berkembangnya teknologi yang canggih dan modern maka manusia sebagai salah satu sumber daya yang berpotensi dituntut untuk bisa mengikuti arus perkembangan tersebut. Pada saat ini hampir semua kegiatan dan bidang pekerjaan manusia menggunakan jasa komputer, misalnya dalam bidang pendidikan, bidang kedokteran, bidang perumahan dan lain sebagainya, dari kalangan perguruan tinggi sampai sekolah menengah bahkan sampai dengan dapur rumah tangga. Dan di masa yang akan datang dapat dipastikan akan semakin berkembang lagi. Hal ini mendorong banyak orang untuk belajar menguasai komputer guna mempermudah kegiatan sehari-harinya. Dengan modal kemampuan menggunakan komputer berarti terpenuhinya salah satu dari berbagai tuntutan jaman yang ada. Dari adanya keinginan konsumen untuk menguasai komputer tersebut memberikan kesempatan bagi pengusaha-pengusaha untuk membuka usaha jasa yang bergerak di bidang kursus komputer.

Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar merupakan salah satu kota yang berpotensi dan merupakan peluang pemasaran yang baik untuk dimanfaatkan bagi pengusaha - pengusaha yang bergerak di bidang pendidikan untuk membuka kursus komputer. Salah satu lembaga yang bergerak di bidang kursus komputer di

Computec (Computa Executive Course). Lembaga ini didirikan pada tahun 1984 dan berlokasi di Jalan Sindunegaran No. 10 Yogyakarta.

Agar dapat memanfaatkan peluang pasar dan meraih bagian dalam pasar, maka kegiatan pemasaran sangat dibutuhkan. Karena dengan kegiatan pemasaran maka perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang senantiasa berubah dari waktu ke waktu, sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memenuhi kebutuhan konsumen, berkembang dan mendapatkan laba. Dengan kata lain bahwa berhasil atau tidaknya suatu usaha tergantung dari kegiatan pemasaran dan banyak sedikitnya kepuasan yang diperoleh konsumen dari produk jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Karena dikatakan bahwa :

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan pengembangan produk, pencarian, komunikasi, distribusi, penetapan harga, dan pelayanan.¹

Ini berarti bahwa dalam menghadapi perubahan yang cepat dalam hal selera konsumen dan teknologi serta menghadapi persaingan yang semakin meningkat dari hari ke hari maka suatu perusahaan perlu menciptakan suatu strategi sebagai usaha untuk meningkatkan atau mengembangkan bagian pasar. Salah satu strategi pengembangan yang dapat dijalankan perusahaan adalah penawaran produk baru.

Adanya suatu produk baru tidak begitu saja diluncurkan atau ditawarkan kepada konsumen atau pasar. Tetapi melalui beberapa tahapan, salah satunya seperti pengidentifikasian terhadap kebutuhan konsumen pada saat sebelum munculnya ide

¹ Philip Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran (Terjemahan : Wilhelmus .W. Bahowatun), Jilid I, Edisi Ketiga. (Jakarta : Intermedia, 1987) hal.15

pengidentifikasian terhadap kebutuhan konsumen pada saat sebelum munculnya ide penawaran produk baru.

Program Akuntansi Komputer yang akan ditawarkan oleh Computec sebagai program baru, merupakan suatu program yang menawarkan pengolahan akuntansi melalui komputer, suatu program yang memegang peranan penting di masa yang akan datang. Dalam Media Akuntansi Edisi No.20 Tahun IV 1997 dikatakan bahwa pada saat ini di dalam dunia bisnis dan dunia usaha semakin dibutuhkan software yang dapat memecahkan masalah aplikasi akuntansi dengan komputer. Bahwa tuntutan terhadap efisiensi pengolahan data yang bervolume besar dengan cepat dapat dipenuhi melalui Akuntansi Komputer. Demikian juga dengan Microsoft Office'97, yang merupakan suatu sistem komputer yang menawarkan program atau software untuk mengerjakan keperluan kantor atau tugas-tugas sekolah seperti mengetik, membuat pembukuan, menggambar sampai keperluan rumah tangga sehari-hari. Kebutuhan akan program ini dapat dilihat dari penawaran lowongan pekerjaan di koran-koran yang menyertakan syarat yang menuntut pencari kerja untuk dapat mengoperasikan program ini dengan baik. Dalam harian Kompas tertanggal 23 November 1997 dikatakan bahwa Microsoft Office merupakan software yang memiliki pangsa pasar terbesar di dunia. Ini berarti bahwa dalam penawarannya di masa yang akan datang Microsoft Office memiliki harapan yang cerah. Penawaran kedua program tersebut berangkat dari pengidentifikasian yang dilakukan oleh Bagian Penelitian Dan Pengembangan Computec terhadap kebutuhan konsumen dimana peranan kedua program tersebut menjadi semakin penting di

perusahaan, di kampus dan di sekolahan. Selain itu, untuk dapat ikut dalam persaingan pasar Bagian Litbang juga mengadakan penelitian terhadap usaha dari pihak pesaing, yang ternyata sudah lebih dulu menawarkan program yang serupa. Hal ini memperkuat alasan Computec untuk segera meluncurkan program Akuntansi Komputer dan Ms.Office'97 kepada konsumen. Faktor lain yang juga merupakan pertimbangan akan diluncurkannya kedua program baru tersebut adalah bahwa perusahaan merasa perlu untuk mengadakan inovasi baru terhadap produk perusahaan. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak bosan dengan program-program lama.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti apakah Computec menggunakan peluang yang ada pada produk program Akuntansi Komputer dan program Ms Office'97 sebagai usaha pengembangan. Untuk melaksanakan usaha pengembangan ini yang harus dilakukan pertama adalah mengkaji bagaimanakah sikap dan tanggapan konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan. Sehubungan dengan hal itu, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP RENCANA PENGEMBANGAN USAHA COMPUTEC MELALUI PROGRAM AKUNTANSI KOMPUTER DAN MS.OFFICE'97. “

2. Rumusan Masalah

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk baru (Akuntansi Komputer dan Microsoft Office 1997) yang ditawarkan oleh Computec.
2. Apakah ada perbedaan tanggapan yang signifikan terhadap produk baru dilihat dari karakteristik konsumen.

3. Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, serta agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberi batasan masalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang dimaksud adalah pengguna potensial di Computec dan mereka yang akan menggunakan jasa di Computec.

Dan pelaksanaan penelitian dimulai dari November 1997 sampai Maret 1998.

2. Selain kedua hal di atas peneliti mengkategorikan karakteristik konsumen yang akan diteliti sebagai berikut dibawah ini :

a. Dari segi umur

- dibawah 13 tahun
- 13 - 15 tahun
- 16 - 18 tahun
- 19 - 25 tahun
- 25 tahun keatas

Pengelompokan ini dikarenakan umur konsumen yang satu dengan yang lain berbeda atau bersifat heterogen, dan perbedaan umur tersebut menghasilkan tanggapan yang berbeda-beda pula. Pembagian umur disini dikategorikan

berdasarkan pelajar SD, SMP, SMA, dan untuk mahasiswa, pegawai dan wiraswasta dikategorikan umum sehingga mempermudah perusahaan dalam memahami tanggapan konsumen terhadap cara pengajaran maka konsumen yang bersifat heterogen ini dikelompokkan ke dalam umur tertentu.

b. Dari segi status kerja / jabatan

- pelajar
- mahasiswa
- pegawai
- wiraswasta

Pembagian ini untuk membantu perusahaan dalam memahami materi yang dibutuhkan peserta karena tiap-tiap peserta mempunyai kepentingan yang berbeda-beda. Pelajar membutuhkan pengetahuan komputer untuk tugas-tugas sekolah karena di sekolah pelajaran komputer menjadi pelajaran ekstra kurikuler. Mahasiswa membutuhkan pengetahuan komputer karena diperlukan untuk mengerjakan tugas-tugas dan untuk penyusunan skripsi, serta untuk bekal jika sudah bekerja. Pegawai membutuhkan pengetahuan komputer untuk memudahkan mengerjakan tugas-tugas kantor, dimana sekarang ini banyak kantor yang menerapkan komputerisasi. Sedangkan wiraswasta membutuhkan pengetahuan komputer untuk mengadakan transaksi bisnis, melakukan analisis data dan lain-lain. Diadakan pengelompokan berdasar status kerja karena status kerja yang berbeda menghasilkan tanggapan yang berbeda.

c.1. Dari segi penghasilan / pendapatan

- Rp. 105.000,00 - Rp. 182.800,00
- Rp. 182.900,00 - Rp. 241.700,00
- Rp. 241.800,00 - Rp. 282.800,00
- Rp. 282.900,00 - Rp. 331.000,00
- diatas Rp. 331.000,00

Pengelompokan penghasilan dimulai dari Rp. 105.000,00 karena dilihat dari upah minimum per hari di Yogyakarta adalah sebesar Rp. 3.500,00, jadi untuk penghasilan sebulan adalah sebesar Rp. 3.500,00 x 30 hari = Rp. 105.000,00. Untuk kemudian dikombinasikan dengan golongan gaji pegawai negeri², yaitu golongan I, II, III, IV. Dimana batas tertinggi gaji pegawai golongan I adalah merupakan batas terendah gaji pegawai golongan II yaitu Rp. 182.800,00, demikian selanjutnya. Diadakan pengelompokan berdasarkan tingkat penghasilan dikarenakan responden dengan tingkat penghasilan yang berbeda mempunyai kecenderungan untuk memberikan tanggapan yang berbeda-beda pula.

c.2. Dari segi uang saku / wesel

- Rp. 83.000,00 - Rp. 132.999,00
- Rp. 133.000,00 - Rp. 182.999,00
- Rp. 183.000,00 - Rp. 232.999,00
- Rp. 233.000,00 - Rp. 282.999,00
- diatas Rp. 283.000,00

² Penyesuaian Peraturan Gaji Pokok Pegawai Negeri Sipil (Mulai April 1997)

Pengelompokan uang saku / wesel dimulai dari Rp. 83.000,00 karena didasarkan pada data tingkat biaya hidup di Yogyakarta dari BPS (1995) yaitu Rp. 75.480,00. Untuk tahun 1996 diperkirakan tingkat biaya hidup naik 10% menjadi Rp. 83.000,00. Diadakan pengelompokan berdasarkan tingkat uang saku atau tingkat kiriman wesel yang berbeda dikarenakan responden yang memiliki tingkat kiriman wesel yang berbeda mempunyai kecenderungan untuk memberikan tanggapan yang berbeda-beda pula.

4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam perumusan ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Peneliti ingin mengetahui tanggapan yang diberikan konsumen terhadap produk program “Akuntansi Komputer dan Ms. Office’97“ yang ditawarkan oleh Computec sebagai strategi pengembangan usahanya.
2. Peneliti ingin mengetahui ada tidaknya perbedaan tanggapan dilihat dari karakteristik konsumen.
3. Peneliti ingin mengetahui program Akuntansi Komputer dan Ms. Office’97 layak dilanjutkan penawarannya atau tidak.

4.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini memberikan masukan yang berguna kepada perusahaan mengenai tanggapan konsumen terhadap rencana pengembangan usaha perusahaan melalui produk program “Akuntansi Komputer dan Ms. Office’97” yang ditawarkan kepada konsumen sehingga perusahaan dapat mempertimbangkan apakah produk tersebut diluncurkan atau tidak.

2. Bagi penulis

Diharapkan dengan penulisan ini dapat bermanfaat dan menambah cakrawala pengetahuan bagi penulis.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat membantu pembaca untuk membuat penulisan lain yang lebih baik lagi, dan dengan ini dapat membantu menambah bahan penulisan dan pengetahuan.

5. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proposisi, kondisi atau prinsip yang untuk sementara waktu dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar supaya dapat ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang kebenarannya dengan menggunakan data empiris hasil penelitian.

Dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesa sebagai berikut :

1. Dilihat dari segi atribut produk yang ditawarkan :

Tanggapan konsumen terhadap produk program “Akuntansi Komputer dan Ms. Office’97” yang ditawarkan oleh Computec sebagai rencana pengembangan usahanya adalah sangat baik.

2. Dilihat dari segi karakteristik konsumen

Ada perbedaan tanggapan konsumen terhadap produk program Akuntansi Komputer dan Ms.Office’97 dari Computec dilihat dari umur, status pekerjaan dan penghasilan (uang saku) konsumen.

6. Metodologi Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di Computec di Jalan Sindunegaran No.10 Yogyakarta.

2. Metode pengambilan sampel

Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh artinya tidak mencakup seluruh obyek penelitian, akan tetapi hanya sebagian dari populasi saja, yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Metode sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling.

3. Pengumpulan Data

Untuk penyusunan dan pengumpulan data sehubungan dengan masalah yang dihadapi, penulis mengambil sejumlah konsumen yang pernah ikut kursus dan yang akan mengikuti kursus di Computec sebagai sampel. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang realistis, sehingga dapat digunakan untuk

menganalisis dan menyimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Jadi data yang dibutuhkan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari daftar pertanyaan / kuesioner yang diberikan kepada responden. Kuesioner disebar ke peserta kursus di Computec yang telah disesuaikan dengan jumlah responden yang telah ditentukan yaitu sebanyak 120. Hal ini karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya.

Langkah yang dilakukan :

a. Menyusun kuesioner yang terdiri dari 2 bagian, yaitu :

- Bagian I : bertujuan untuk mengetahui data pribadi pengguna potensial , dalam hal ini adalah mereka yang pernah kursus dan yang akan mengikuti kursus di Computec.
- Bagian II : bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap rencana pengembangan usaha Computec melalui peluncuran program baru “ Akuntansi Komputer” dan Ms.Office’97”.

b. Menentukan skala pengukuran atas alternatif jawaban responden tersebut.

Pada bagian ini ada lima kemungkinan jawaban responden dengan bobot sebagai berikut :

- Sangat baik / sangat setuju : bobot 5
- Baik / setuju : bobot 4
- Ragu-ragu : bobot 3
- Kurang baik / kurang setuju : bobot 2

- Sangat tidak baik / sangat tidak setuju : bobot 1

c. Pengambilan dan pengumpulan data

d. Data kemudian dianalisis dengan membuat tabulasi penilaian terhadap setiap atribut produk program baru Akuntansi Komputer dan Ms.Office'97 dari Computec.

e. Mencari angka total dari seluruh jawaban responden, kemudian menghitung angka rata-ratanya dan selanjutnya angka rata-rata dikembalikan lagi pada kategori skala yang sudah dibuat pada butir b. Hasilnya menunjukkan tanggapan konsumen terhadap rencana pengembangan usaha Computec melalui produk program baru Akuntansi Komputer dan Ms.Office'97 di Computec.

4. Teknik pengujian instrumen

Sebelum masuk dalam analisis atau pengukuran data yang sesungguhnya, terlebih dahulu dirasa perlu untuk melakukan pengukuran terhadap instrumen yang digunakan, yaitu melakukan pengukuran terhadap validitas dan reliabilitas dari instrumen atau alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Ada dua pengujian yaitu :

a. Analisis Validitas

Tujuan dari analisis validitas adalah untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurnya. Dengan kata lain, analisis validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat penelitian telah mencerminkan

variabel yang diukur. Rumus yang dipakai untuk pengujian ini adalah Product Moment Coefficient of Correlation, yaitu :³

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}} \sqrt{\{\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi setiap item nomor ganjil dan genap
 x = nilai dari setiap item
 y = nilai dari semua item
 N = banyaknya sampel / responden

b. Analisis Reliabilitas

Yaitu analisis tingkat keandalan dari suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala. Untuk mengujinya dipakai metode genap ganjil, yaitu memisahkan item nomor ganjil dan item nomor genap yang valid, kemudian dicari dengan rumus diatas, setelah itu untuk menguji reliabilitasnya digunakan rumus Spearman Brown sebagai berikut :⁴

$$r_{xx} = \frac{2(r_{xy})}{1 + r_{xy}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara item nomor ganjil dan genap

³ Sutrisno Hadi, Cara Menghitung Validitas, Reliabilitas & Analisis Item dan Teknik-teknik Korelasi, Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta, 1973, hal.37

⁴ Ibid

r_{xx} = koefisien realibilitas dengan taraf nyata = 5%

Setelah melihat hasil dari korelasi product moment maka dimasukkan dengan rumus korelasi realibilitas dari item.

7. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan untuk memecahkan persoalan yang bersifat pengukuran angka yang diperoleh dari hasil yang diajukan kepada responden. Selain itu, juga disertakan keterangan-keterangan atau penjelasan mengenai hasil pengukuran yang akan menjawab permasalahan tentang bagaimana tanggapan responden terhadap rencana pengembangan usaha Computec melalui program baru Akuntansi Komputer dan Ms. Office'97.

Dalam analisis ini digunakan model analisis sebagai berikut :

1. Analisis Prosentase

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk program Akuntansi Komputer dan Ms.Office'97 yang akan ditawarkan oleh perusahaan dengan cara menghitung setiap klasifikasi dari produk. Tanggapan konsumen ini dihitung berdasarkan kriteria menurut skala Likert.

Rumus yang digunakan untuk analisis ini adalah sebagai berikut :⁵

$$Z = \frac{X_k}{N \times n}$$

Keterangan :

X_k = nilai kuantitatif total

⁵ Thomas .C. Kinnear & James .R. Taylor, Marketing Reserch An Approach, Ththird edition, 1987

N = jumlah responden atau sampel

n = jumlah item pertanyaan

Z = nilai rata-rata konsumen terhadap atribut yang diteliti

Nilai rata-rata konsumen terhadap atribut yang diteliti (Z) dikategorikan sebagai berikut :

4,2 - 5 = sangat baik

3,4 - 4,19 = baik

2,6 - 3,39 = kurang baik

1,8 - 2,59 = buruk

1 - 1,79 = sangat buruk

2. Chi Square (X^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang berarti atau signifikan dari tanggapan responden terhadap rencana penawaran produk program baru yaitu Akuntansi Komputer dan Ms. Office'97, ditinjau dari berbagai tingkat usia, status kerja, pendapatan dan uang saku.

Rumus Chi Square adalah sebagai berikut .⁶

$$X^2 = \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan :

f_o : frekwensi yang diharapkan

f_e : frekwensi observasi

⁶ Anto Dajan, Pengantar Metode Statistik, Edisi kesembilan Jilid II (Jakarta : Penerbit LP3ES, 1984), hal. 281

Kemudian hasil dari rumus tersebut diatas dibandingkan dengan tabel Chi square dengan derajat kebebasan tertentu dan tingkat kepercayaan tertentu. Apabila hasil perhitungan rumus lebih besar dari hasil tabel maka menunjukkan ada perbedaan yang signifikan dari tanggapan responden dilihat dari karakteristik responden. Sedangkan bila hasil perhitungan rumus lebih kecil daripada hasil tabel, berarti tidak ada perbedaan yang signifikan.

Alat analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis nomor dua.

8. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui lebih jelas maka penyusun menyajikan sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis, metodologi penelitian, metode analisis data dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi mengenai uraian teoritis yang berhubungan dengan masalah penelitian ini dan konsep yang mendasari perumusan hipotesis.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisikan gambaran umum dari Perusahaan Computec.

BAB IV : ANALISA DATA

Berisi pengolahan dan analisis data serta penafsiran hasil analisis.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pengolahan data serta saran-saran yang perlu diberikan.



BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pengolahan data serta saran-saran yang perlu diberikan.

