

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sudah berkembang dengan pesat. Peluang usaha pun juga terbuka lebar diberbagai bidang usaha. Para pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga mulai berlomba untuk menciptakan suatu usaha yang kreatif dan unik guna mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Tak heran jika persaingan antar pemilik usaha saat ini semakin ketat.

Berbicara mengenai usaha, tentunya tak lepas dari kegiatan jual-beli setiap harinya. Kegiatan jual-beli menjadi satu hal yang penting terutama dalam hal perhitungan keuntungan dan kerugian suatu badan usaha. Dalam membantu proses perhitungan tersebut, terdapat suatu alat bernama mesin kasir / *cash register*. Mesin kasir dapat mempercepat transaksi jual-beli, membantu perhitungan yang akurat disetiap transaksi, memudahkan pembukuan dan rekam penjualan, hingga membangun kepercayaan pembeli. Dapat disimpulkan bahwa fungsi mesin kasir begitu esensial untuk membantu kelancaran bisnis.

Menentukan mesin kasir untuk sebuah usaha adalah pilihan besar, yang membutuhkan banyak riset, apalagi saat jenis mesin kasir sudah semakin beragam seperti sekarang. Mesin kasir sendiri pada awalnya ditemukan oleh James Ritty setelah Perang Saudara Amerika. Dia adalah pemilik sebuah bar di Dayton, Ohio, Amerika Serikat dan ingin menghentikan karyawan dari pencurian keuntungannya. Dengan bantuan John Ritty, saudaranya, ia mematenkan penemuan mesin kasirnya pada tahun 1883.

Memasuki abad 21, mesin kasir telah mengalami banyak perubahan. Ada mesin kasir yang hanya menghitung jumlah transaksi, ada pula yang sudah didukung oleh teknologi komputasi *cloud* dan memiliki banyak fitur. Perkembangan termutakhir dari mesin kasir adalah yang berbasis web atau aplikasi yang terhubung dengan internet, disebut pula dengan istilah *Point of Sale (POS)*. Pebisnis cukup menyediakan perangkat ponsel, jaringan internet dan printer kasir, dan ia akan langsung dapat menghitung transaksi pelanggan. Mesin kasir ini dapat disambungkan dengan perangkat bantu lainnya seperti timbangan digital, *barcode scanner*, kode QR, juga pembaca kartu kredit atau kartu debit.

Mesin kasir pada zaman sekarang sudah sangat *modern* dan memiliki banyak fitur, tapi pada kenyataannya masih ada pemilik usaha yang menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengumpulkan laporan penjualan, mengecek stok inventaris, dan berbagai macam pekerjaan administratif lainnya. Pekerjaan-pekerjaan tersebut akan terasa lebih mudah dengan hadirnya aplikasi sistem kasir. Salah satu sistem aplikasi kasir yang telah hadir di Indonesia adalah MOKA POS.

MOKA POS (*Point of Sale*) adalah sebuah sistem aplikasi kasir berbasis mobile yang dapat melakukan banyak hal seputar penjualan dan *inventory*. MOKA POS didirikan pada tahun 2014 oleh Haryanto Tanjo dan Grady Laksmono. Layaknya sistem aplikasi kasir lainnya, MOKA POS dapat membuat kategori barang, stok, harga, keterangan tambahan dan membuat laporan bisnis dengan cepat dan secara *real time* dimanapun dan kapanpun. Para pemilik usaha saat ini sudah tidak perlu khawatir lagi jika sedang tidak berada di tempat usahanya, karena dengan aplikasi ini mereka bisa memantau segala perkembangan usahanya dengan mengunjungi website moka melalui *gadget*.

Sebuah pembaharuan telah hadir bagi MOKA POS, karena pertanggal 9 April 2020, MOKA POS telah di akuisisi oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek). Akuisisi ini bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan jaringan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah MOKA POS dengan menyediakan akses terhadap ratusan juta pengguna gojek di seluruh Indonesia.

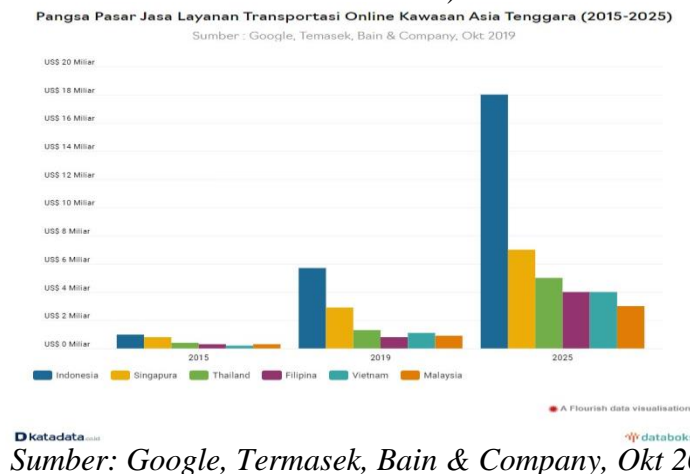
Perjalanan Gojek di Indonesia dimulai pada tahun 2010 sebagai ojek online di Indonesia. Aplikasi buatan anak bangsa ini kemudian diluncurkan pada tahun 2015 dengan hanya memiliki 3 layanan yaitu *GoRide*, *GoSend* dan *GoMart*. Sejak saat itu, gojek kemudian telah berkembang menjadi *super app*, *platform* multi layanan dengan lebih dari 20 layanan hingga saat ini.

Layanan transportasi online adalah salah satu penyedia jasa yang paling dibutuhkan saat ini. Jika pada zaman dahulu semua serba tradisional, saat ini masyarakat dari segala kalangan dan dari segala lapisan bisa memanfaatkan *platform* multi layanan ini. Dimulai dari layanan antar jemput penumpang dengan sepeda motor atau mobil, layanan *delivery* makanan, pengiriman dokumen dan barang. Bahkan bukan hanya kebutuhan bisnis dan kebutuhan sehari-hari saja, Gojek kini telah membuat suatu *improvement* dengan menghadirkan pilihan fitur untuk dapat menghibur penggunanya, dengan adanya fitur *Goplay* dan *Gotix*.

Layanan transportasi online juga tidak dapat dipisahkan dari kegiatan sehari-hari di era serba *digital* saat ini. Semua kalangan sangat membutuhkan aplikasi *platform* multi layanan ini. Terlebih dikeadaan yang mendesak, tentu sangat bisa diandalkan oleh siapapun.

Berikut merupakan data pengguna jasa layanan transportasi online di kawasan Asia Tenggara dari tahun 2015-2019:

Gambar 1. Data Pengguna Layanan Transportasi Online Kawasan Asia Tenggara (2015-2025)



Sumber: Google, Termasek, Bain & Company, Okt 2019

Berdasarkan data di atas, pengguna jasa layanan transportasi online di Indonesia pada tahun 2015 baru mencapai US\$ 980 juta. Kemudian tumbuh menjadi US\$ 5,7 milyar. Lalu akan meningkat menjadi US\$ 18 milyar pada tahun 2025. Seperti terlihat pada grafik, pada tahun 2025 Indonesia menempati urutan pertama di pengguna jasa layanan transportasi online.

Aksi korporasi ini membuat Gojek dan MOKA menggabungkan layanan untuk memberikan solusi terintegrasi bagi mitra usaha (*merchant*), terdiri dari pembayaran, pengantaran makanan, dan *Point of Sale* (POS), sehingga mendukung pertumbuhan dan digitalisasi UMKM di Indonesia, baik usaha *online* maupun *offline*.

MOKA POS merupakan sistem POS yang memanfaatkan tablet android atau ipad sebagai mesin utamanya. Pengguna hanya perlu memasang aplikasi Moka POS pada tablet mereka dan menambah sejumlah perangkat tambahan seperti laci uang, printer, atau perangkat scan nirkabel apabila ingin menambahkan sejumlah fitur. Tidak hanya sekadar sistem POS, MOKA POS juga menyediakan alat analisis penjualan sehingga para pemilik bisnis bisa menganalisis laporan penjualan mereka. Selain itu, dengan menggunakan

komputasi awan, semua data inventaris dan penjualan bisa diakses di mana saja dan kapan saja. Untuk harga berlangganan MOKA POS sendiri ditawarkan mulai dari Rp 299.000,- / bulan atau Rp 2.988.000,- / tahun. Namun dengan segala kemudahan yang telah di tawarkan oleh MOKA POS, sangat di sayangkan jika masih banyak para pemilik usaha yang masih menggunakan media untuk mengelola transaksi penjualannya secara manual atau tidak menggunakan sistem. Salah satu penyebabnya adalah masih minimnya informasi yang diketahui para pemilik usaha tentang *Point of Sale*.

MOKA POS bukanlah satu-satunya merek *Point of Sale* yang ada di Indonesia, terdapat pesaing-pesaing dari MOKA POS untuk kategori *Point Of Sale* dan memiliki keunikannya masing-masing. Seperti kita ketahui, kehadiran suatu *brand* tentu tidak lepas dari adanya *competitor*. Jika ingin bertahan di hati konsumen, sebuah *brand* harus mampu berinovasi dari waktu ke waktu. Dengan mempertahankan kualitas dan harga jual yang ramah di kantong, maka konsumen tidak akan beralih ke *brand* yang lain. Berikut adalah pesaing-pesaing dari MOKA POS.

1. Olsera Pos

Olsera menjadi salah satu aplikasi kasir yang cukup populer di kalangan para pelaku bisnis. Hal ini dikarenakan dengan aplikasi ini, memungkinkan penggunaanya untuk bisa bekerja dengan lebih fleksibel. Mengingat aplikasi ini bisa dioperasikan dengan menggunakan PC, *smartphone* hingga tablet. Pengguna hanya perlu mengunduhnya, maka aplikasi Olsera POS bisa digunakan. Harga berlangganan Olsera POS mulai dari Rp 140.000,- / bulan untuk pengambilan paket 1 tahun, dikenakan Rp 1.688.000,- / tahunnya.

Gambar 2. Olsera Pos



Sumber: www.olserapos.com

Salah satu keunggulan dari Olsera POS adalah aplikasi ini bisa digunakan untuk penjualan secara *offline* hingga *online*. Walaupun cara menjalankannya berbeda, namun tidak akan memberikan pengaruh pada sinkronisasi data penjuala juga transaksi yang ada di kasir, karena semua data dan juga transaksi pada aplikasi Olsera POS ini telah disimpan pada *Cloud* Olsera. Adanya penyimpanan *Cloud* Olsera ini akan memungkinkan para penggunanya untuk toko online dan POS dalam berbagai data laporan, penjualan hingga inventaris. Dengan adanya hal tersebut tentu penggunaannya akan memudahkan para pemilik usaha dalam memantaunya. Transaksi juga akan tetap berjalan sekalipun tidak terhubung dengan internet.

2. Pawoon

Pesaing lain dari MOKA POS adalah Pawoon. Aplikasi berbasis *online* atau *cloud* untuk kasir ini juga akan memudahkan para penggunanya untuk mengelola bisnis. Hal ini dikarenakan Pawoon bisa langsung dipasang pada tablet ataupun *smartphone* pemiliknya. Untuk harga berlangganan Pawoon adalah Rp 599.000,- / bulannya.

Gambar 3. Pawoon



Sumber: www.pawoon.com

Keunggulan dari Pawoon adalah dengan adanya fitur khusus dari aplikasi ini yaitu bisa langsung mencetak struk dengan printer atau bisa langsung mengirimnya ke email. Pawoon juga termasuk aplikasi POS yang bisa digunakan secara *offline*. Semua data yang telah disimpan akan dipindahkan ketika sistem telah terkoneksi dengan internet.

Berikut adalah perbandingan fitur antara MOKA POS, pawoon dan olsera POS:

Table 1. Perbandingan Fitur POS

No	Daftar Fitur	MOKA POS	Pawoon	Olsera POS
1	Loyalty Program	Ya	Tidak	Tidak

2	Table Management	Ya	Ya	Ya
3	Pembayaran OVO	Ya	Tidak	Tidak
4	Pembayaran TCash	Ya	Tidak	Tidak
5	Operasi di Windows dan iOS	Ya	Tidak	Tidak
6	Manajemen Staff	Ya	Ya	Ya
7	Support Toko Online	Tidak	Tidak	Ya
8	Stock In, Stock Out, Transfer	Ya	Ya	Ya
9	Harga per bulan	Rp 299.000,-	Rp 249.000,-	Rp 198.000,-

Dari table diatas, dapat disimpulkan bahwa sistem kasir MOKA POS memiliki fitur yang lebih lengkap dibanding dengan kompetitornya. Walaupun dari segi harga, harga berlangganan MOKA POS lebih mahal dibanding dengan kompetitornya, namun sesuai dengan service dan fitur yang didapat oleh konsumen.

Setiap POS terus memberikan *service* dan fitur yang terbaik guna menarik minat pelaku UMKM untuk menggunakan POSnya, karena dengan semakin banyaknya *brand* sistem aplikasi kasir di Indonesia, semakin sulit untuk memutuskan sistem aplikasi kasir apa yang akan di gunakan. Setiap *brand* berlomba untuk dapat mengambil hati para pelaku UMKM.

Brand/merek merupakan bagian penting dari suatu produk. *Brand* bukan hanya menunjukan nama dari sebuah produk, tetapi memiliki nilai tambah dari produk untuk membedakan produk tersebut dengan produk lain. Kemampuan konsumen terhadap eksistensi suatu *brand* disebut juga *brand awareness* atau kesadaran merek. Pada dasarnya *brand awareness* merupakan tujuan utama dari adanya komunikasi pemasaran. *Brand awareness* juga memiliki tingkatan, dari tingkatan yang paling rendah yaitu tidak menyadari adanya merek (*unware of brand*) sampai tingkatan paling tinggi yaitu *top of mind*.

Ketika kebutuhan dari suatu produk muncul ditambah dengan kesadaran merek yang tinggi dari konsumen, diharapkan yang terlintas dibenak konsumen adalah nama suatu *brand*. Sama halnya dengan kebutuhan akan sistem POS, tentunya MOKA POS berharap jika para pemilik usaha mempunyai kebutuhan akan sistem kasir maka yang terlintas di benak mereka adalah MOKA POS.

Dari pemaparan di atas, maka peneliti berusaha untuk menganalisis bagaimana komunikasi pemasaran dari MOKA POS untuk membangun *brand awareness* terhadap para pemilik usaha yang masih menggunakan metode manual dalam mengelola usahanya. Karena MOKA POS adalah suatu sistem aplikasi kasir berbasis *mobile* yang segala kebutuhan dari transaksi jual beli suatu usaha ada dalam satu aplikasi. Jadi sangat disayangkan jika para pemilik usaha tidak memanfaatkan segala kelebihan dalam aplikasi MOKA POS atau belum mengetahui adanya *brand* ini.

1.2. Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi pemasaran aplikasi sistem kasir MOKA POS dalam membangun *brand awareness*?
2. Hal-hal apa saja yang dilakukan MOKA POS dalam membangun *brand awareness*?
3. Promosi apa yang digunakan MOKA POS dalam membangun *brand awareness*?
4. Apa saja kendala bagi MOKA POS dalam membangun *brand awareness*?

Untuk menghindari luasnya permasalahan, maka masalah yang dibahas dalam penelitian ini hanya dibatasi pada komunikasi pemasaran aplikasi sistem kasir MOKA POS dalam membangun *brand awareness*.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana komunikasi pemasaran aplikasi sistem kasir MOKA POS dalam membangun *brand awareness*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi komunikasi pemasaran aplikasi sistem kasir MOKA POS dalam membangun *brand awareness*.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi ilmu komunikasi khususnya di bidang periklanan tentang komunikasi pemasaran MOKA POS dalam membangun *brand awareness*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pihak MOKA POS untuk mengembangkan komunikasi pemasaran dalam membangun *brand awareness*.