

# ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TENTANG KUALITAS PRODUK KAMERA DSLR (DIGITAL SINGLE LENS REFLEX) MEREK CANON DAN NIKON PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI NGADIROJO

Pegi Trio Sanjaya<sup>1</sup>, Muga Linggar Famukhit<sup>2</sup>, Dwi Rahayu<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan

Email : [pegisanjaya987654321@gmail.com](mailto:pegisanjaya987654321@gmail.com)<sup>1</sup>, [mugalinggar@gmail.com](mailto:mugalinggar@gmail.com)<sup>2</sup>

<sup>3</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, STKIP PGRI Pacitan

Email : [dwirahayu6537@gmail.com](mailto:dwirahayu6537@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi anggota komunitas fotografi Ngadirojo tentang kamera DSLR merek Canon dan Nikon berdasarkan delapan dimensi kualitas produk. Penelitian ini ditujukan untuk komunitas fotografi Ngadirojo. Subjek penelitian yaitu pengguna kamera Canon dan Nikon di komunitas fotografi Ngadirojo, dan persepsi anggota komunitas fotografi Ngadirojo tentang kamera DSLR merek Canon dan Nikon berdasarkan delapan dimensi kualitas produk yaitu Kinerja, Fitur, Reliabilitas, Kesesuaian Dengan Spesifikasi, Daya Tahan, Kemudahan Perawatan, Estetika, Persepsi Kualitas. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran angket (kuesioner) kepada 25 responden yang merupakan anggota komunitas fotografi. Hasil penelitian terhadap konsumen tentang kualitas produk kamera DSLR merek Canon dan Nikon melalui delapan dimensi yaitu kinerja, fitur, reliabilitas, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemudahan perawatan, estetika, dan persepsi kualitas. Diperoleh hasil bahwa persepsi konsumen pada kualitas DSLR Canon sebesar 70,7% dan persepsi konsumen pada kualitas produk kamera Nikon sebesar 67,2%.

**Kata Kunci:** kamera, persepsi konsumen, komunitas fotografi.

**Abstract:** This study aims to determine the perception of members of the Ngadirojo photography community about Canon and Nikon DSLR cameras based on eight product quality dimensions. This research is aimed at the Ngadirojo Photography Community. The research subjects are Canon and Nikon camera users in the Ngadirojo photography community, and the perception of members of the Ngadirojo photography community about Canon and Nikon DSLR cameras based on eight product quality dimensions, namely Performance, Features, Reliability, Compliance with Specifications, Durability, Ease of Maintenance, Aesthetics, and Perception Quality. The research method used is descriptive qualitative research. Data collection techniques using observation techniques, questionnaires, interviews, and documentation. Data was collected by distributing questionnaires to 25 respondents who are members of the photography community. The results research of consumer perception on the quality of Canon and Nikon DSLR camera products through eight dimensions, namely performance, features, reliability, conformance to specifications, durability, ease of maintenance, aesthetics, and perceived quality. The results show that consumer perceptions of Canon DSLR quality are 70.7% and consumer perceptions of Nikon camera product quality are 67.2%.

**Keywords:** camera, consumer perception, photography community.

## PENDAHULUAN

Kamera sebagai salah satu media atau alat untuk mengambil momen dan menyimpan informasi berupa gambar menjadi kebutuhan manusia pada saat ini. Dengan adanya

kebutuhan terhadap kamera tersebut, banyak perusahaan yang bergerak dibidang teknologi untuk memproduksi produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Salah satu jenis kamera yang diminati adalah kamera DSLR (Digital Single Lens Reflex).

Pada bulan Oktober 2020 berdasarkan kombinasi ulasan pelanggan, reputasi merek, dan popularitas produk. Ada beberapa merek kamera DSLR yang menguasai pangsa pasar penjualan kamera. Terlihat jelas bahwa Canon dan Nikon adalah dua merek teratas yang paling baik ([reviewfinder.id](http://reviewfinder.id)).

Berbagai produsen merek internasional sudah mulai merambah Indonesia karena memiliki pangsa pasar yang besar untuk meningkatkan penjualannya. Canon menguasai pangsa pasar di Indonesia dan diikuti oleh Nikon sejak tahun 2009 hingga tahun 2012.

Persaingan ketat antara pabrikan kamera DSLR Canon dan Nikon di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir sangat jelas terlihat. Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Komunitas fotografi Ngadirojo berdiri pada tanggal 11 Agustus 2014. Dengan beranggotakan 20 orang. Visi komunitas fotografi Ngadirojo adalah ingin membawa kebanggaan sebagai orang Pacitan. Oleh karena itu, komunitas fotografi Ngadirojo sering mengadakan hunting foto ke berbagai daerah wisata yang ada di kota Pacitan. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan kota Pacitan ke masyarakat luas. Pertemuan komunitas fotografi Ngadirojo biasanya diadakan satu bulan sekali dengan tujuan untuk mengembangkan, meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam fotografi. Komunitas fotografi Ngadirojo juga sering mengikuti berbagai lomba foto yang diselenggarakan oleh berbagai organisasi dimana anggota mendapatkan informasi lomba tersebut melalui media social Instagram.

Anggota komunitas fotografi Ngadirojo banyak yang menggunakan kamera dengan merek Nikon dan Canon. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen dan bagaimana perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas produk Kamera DSLR merek Canon dan Nikon pada komunitas fotografi Ngadirojo. Penelitian ini menggunakan

metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan seberapa besar persepsi konsumen berdasarkan delapan dimensi kualitas produk. Pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan kedua kamera tersebut. Teknik analisis yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data (*data display*) dan kesimpulan dan verifikasi. Yang belum diketahui dalam penelitian ini yaitu bagaimana persepsi anggota komunitas fotografi Ngadirojo tentang kamera DSLR merek Canon dan Nikon berdasarkan delapan dimensi kualitas produk yaitu Kinerja (*Performance*), Fitur (*Features*), Reliabilitas (*Reliability*), Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance To Specifications*), Daya Tahan (*Durability*), Kemudahan Perawatan (*Serviceability*), Estetika (*Esthetic*), Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*). Maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi anggota komunitas fotografi Ngadirojo tentang kamera DSLR merek Canon dan Nikon berdasarkan delapan dimensi kualitas produk.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Karena pada metode kualitatif Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan serangkaian instrumen penelitian berupa tes atau kuesioner. Data yang terkumpul kemudian dikonversikan menggunakan kategori atau kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Kualitas penelitian kualitatif ditentukan oleh banyaknya responden penelitian yang terlibat.

#### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada anggota komunitas fotografi Ngadirojo. Banyak yang menggunakan kamera dengan merek Canon maupun Nikon. Penelitian ini dilakukan selama tujuh bulan dari Januari sampai Juli 2021.

#### **Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah komunitas fotografi di Kecamatan Ngadirojo. Subjek dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan subjek berdasarkan pertimbangan tertentu untuk membantu peneliti dalam pengambilan sampel dengan menetapkan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan. Objek dalam penelitian ini adalah perbandingan persepsi konsumen tentang kualitas produk kamera dslr (digital single lens reflex) merek canon dan nikon.

#### **Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian penting dilakukan untuk mendapatkan data dan bahan yang diperlukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Observasi**

Observasi menurut Sugiyono (2016: 45), teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengamati kualitas produk kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflex*) merek Canon dan Nikon pada komunitas fotografi di Ngadirojo.

### **Kuesioner (Angket)**

Angket menurut Sugiyono (2011:199-203), Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sepeleangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang tidak bias diharapkan dari responden. Angket sebagai teknik pengumpulan data sangat cocok untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar. Angket dalam penelitian ini dilakukan untuk mengamati kualitas produk kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflex*) merek Canon dan Nikon pada komunitas fotografi di Ngadirojo.

### **Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016: 137), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin melakukan sudi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan apabila penelitian ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui lebih mendalam mengenai perbandingan persepsi konsumen tentang kualitas prosuk kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflex*) merek Canon dan Nikon pada komunitas fotografi di Ngadirojo.

### **Dokumentasi**

Dokumentasi menurut Sidiq dan Choiri (2019: 73), dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan kepada subjek peneliti. Dokumen yang diteliti bisa berupa dokumen resmi seperti surat putusan, surat instruksi sementara dokumen tidak resmi seperti surat nota, dan surat pribadi yang dapat memberikan



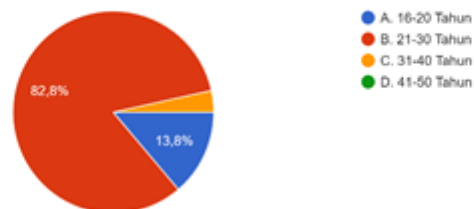
informasi pendukung terhadap suatu peristiwa. Dalam penelitian kualitatif dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan 5 teknis yaitu Reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi, uji beda Mann Whitney dan hipotesis penelitian. Kelima teknis tersebut yang digunakan untuk mengetahui perbandingan tentang kualitas produk kamera DSLR merek Canon dan Nikon. Dalam penelitian ini deskripsi data yang disajikan meliputi hasil pengamatan melalui wawancara dan kuesioner berdasarkan subjek yang telah dipilih.

Dari hasil analisis perbandingan kualitas produk kamera DSLR merek Canon dan Nikon pada komunitas fotogrifi Ngadirojo didapatkan hasil yang menunjukkan perbandingan diantara kedua merek tersebut. Karakteristik Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan kedua kamera DSLR merek Canon dan Nikon, dengan jumlah sampel sebanyak 25 responden yang dikategorikan berdasarkan usia dan jenis kelamin. Dari karakteristik tersebut didapatkan hasil bahwa responden yang berusia 16 sampai dengan 20 tahun memiliki persentase sebesar 13,8% atau berjumlah 4 orang, selanjutnya responden yang berusia 21 sampai dengan 30 tahun memiliki persentase sebesar 82,8% atau berjumlah 20 orang, selanjutnya responden yang berusia 31 sampai 40 tahun memiliki persentase sebesar 3,4% atau berjumlah 1 orang. Dari hasil pendataan ini, dapat terlihat bahwa mayoritas responden berusia 21 sampai dengan 30 tahun. Hal ini disebabkan oleh penyebaran kuesioner kepada anggota komunitas fotografi di Ngadirojo yang sebagian besar didominasi oleh anak muda.

Usia :  
29 jawaban



Hasil pengolahan data berdasarkan jenis kelamin didapatkan hasil bahwa hasil pengolahan data menunjukkan responden berjenis kelamin pria memiliki persentase sebesar 82,8% yang berjumlah 20 orang dan sisanya dengan persentase sebesar 17,2 % yang berjumlah 5 dan meliputi responden berjenis kelamin wanita. Berdasarkan hasil

pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna kamera DSLR atau sebagian besar anggota komunitas fotografi di Ngadirojo berjenis kelamin pria.

Hasil analisis tanggapan responden mengenai perbandingan kualitas produk kamera DSLR merek Canon dan Nikon di Ngadirojo tahun 2021 berdasarkan persepsi konsumen yang diukur dari sub variabel yang telah ditentukan yaitu menggunakan delapan dimensi Kualitas Produk kepada 25 responden yang pernah menggunakan kedua merek kamera DSLR yaitu Canon dan Nikon. Persepsi konsumen pada kualitas produk kamera DSLR Canon dari hasil perhitungan rata-rata delapan dimensi Kualitas Produk tergolong baik yaitu sebesar 70,7%. Jawaban yang ditunjukkan oleh konsumen tersebut sesuai dengan hasil yang didapat dari penelitian tentang kualitas produk yang ditawarkan yaitu kamera DSLR Canon.

Persepsi konsumen pada kualitas produk kamera DSLR Nikon dari hasil perhitungan rata-rata delapan dimensi Kualitas Produk tergolong baik yaitu sebesar 67,2%. Jawaban yang ditunjukkan oleh konsumen tersebut sesuai dengan hasil yang didapat dari penelitian tentang kualitas produk yang ditawarkan yaitu kamera DSLR Nikon. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:  $H_0$  = Tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas produk antara kamera DSLR Canon dan Nikon.  $H_1$  = Terdapat perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas produk antara kamera DSLR Canon dan Nikon. Berikut merupakan output pertama dari uji hipotesis yang menjelaskan informasi mengenai banyaknya data yang dialah untuk masing-masing variable.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji beda Mann Whitney pada persepsi konsumen tentang kualitas produk kamera DSLR Canon dan Nikon, didapatkan perolehan nilai signifikansi p-value sebesar 0,036. Hal menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas produk kamera DSLR Canon dan Nikon karena nilai signifikansi p-value lebih kecil dari 0,05 ( $0,036 < 0,05$ ). Tabel perbandingan persepsi konsumen dapat dilihat pada table 4.19:

**Tabel 4.19**  
**Perbandingan Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk**  
**Kamera DSLR Merek Canon dan Kamera DSLR Merek Nikon**

| <b>DELAPAN OBJEK<br/>DIMENSI KUALITAS PRODUK</b>              | <b>CANON</b> | <b>NIKON</b> |
|---|--------------|--------------|
| Kinerja (Performance)   | 73,6%        | 64,4%        |
| Fitur (Feature)   | 73,2%        | 72%          |
| Reliabilitas (Reliability)                                    | 72,2%        | 66,8%        |
| Kesesuaian dengan Spesifikasi (Conformance to Specifications) | 70%          | 55,2%        |
| Daya Tahan (Durability)                                       | 66,1%        | 70,4%        |
| Kemudahan Perawatan (Serviceability)                          | 75,2%        | 72%          |
| Estetika (Aesthetics)   | 66,4%        | 68,4%        |
| Persepsi Kualitas (Perceived Quality)                         | 69,2%        | 68,4%        |
| Rata-rata   | 70,7%        | 67,2%        |

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan penelitian atas delapan dimensi persepsi konsumen tentang kualitas produk kamera DSLR merek Canon dan Nikon anggota komunitas fotografi Ngadirojo dapat disimpulkan: (1) Kamera Canon memiliki Kinerja 73,6%, Fitur 73,2%, Reliabilitas 72,2%, Kesesuaian dengan Spesifikasi 70%, Daya Tahan 66,1%, Kemudahan Perawatan 75,2%, Estetika 66,4%, Persepsi Kualitas 69,2% dengan rata-rata persepsi konsumen sebesar 70,7%. (2) Kamera Nikon memiliki Kinerja 64,4%, Fitur 72%, Reliabilitas 66,8%, Kesesuaian dengan Spesifikasi 55,2%, Daya Tahan 70,4%, Kemudahan Perawatan 72%, Estetika 68,4%, Persepsi Kualitas 68,4% dengan rata-rata persepsi konsumen sebesar 67,2%. (3) Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji beda Mann Whitney pada persepsi konsumen tentang kualitas produk kamera DSLR Canon dan Nikon, didapatkan perolehan nilai signifikansi p-value sebesar 0,614. Hal menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang tidak signifikan persepsi konsumen tentang kualitas produk kamera DSLR Canon dan Nikon karena nilai signifikansi p-value lebih kecil dari 0,05 ( $0,614 > 0,05$ ).

## Saran

Bagi Penelitian Selanjutnya: (1) Penelitian ini hanya menggunakan variabel delapan dimensi Kualitas Produk untuk membandingkan persepsi konsumen. Pada penelitian selanjutnya sangat dimungkinkan untuk menambah variabel-variabel lain untuk diteliti yang tidak dibahas dalam penelitian ini, sehingga dapat dibahas lebih dalam lagi. Contohnya seperti variabel kualitas pelayanan, minat beli, ataupun faktor marketing lainnya, (2) Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas produk yang bersifat umum, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian yang lebih dalam dan rinci lagi misalnya dari spesifikasi-fitur yang dimiliki masing-masing kamera DSLR Canon dan Nikon, seperti penelitian tentang kualitas fitur lensa khusus pendukung untuk proses pembuatan video yang dimiliki masing-masing kamera. (3) Berdasarkan pengalaman peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, diketahui bahwa bagi peneliti selanjutnya akan lebih baik lagi menggunakan metode kualitatif atau metode mix kuantitatif dan kualitatif guna mendapatkan hasil yang lebih mendalam tentang variabel yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono.(2016). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono.(2011). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Siddiq & Choiri.(2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. Jakarta: Gramedia.