

## PENGARUH PERUBAHAN GARANSI LENSA TERHADAP PENJUALAN KACAMATA DI OPTIK TUNGGAL SEMPURNA CABANG AEON MALL CAKUNG

**Taufik Hadi**

Optometri, Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta  
Jl. Ciputat Molek, Pisangan, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419  
E-mail: [alvandita@gmail.com](mailto:alvandita@gmail.com)

### *Abstract*

*This study aims to determine the effect of Lens Warranty Changes on the Glasses Sale. Used in the research is quantitative methods and assessment of the results of this study based on the answers to the questionnaire given to respondents using Guttman Scale. The population in this study as much as 120 is customers at Optik Tunggal Sempurna and sample in this study is amounted to 92 respondents all of whom have made previous purchases. Methods of analysis in this research using descriptive analysis, The Instrument (Validity and Reability), Corelation, Linier regression analysis, t test Hipotesis.*

*The results of the t test (partially), has obtained results that variable Lens Warranty Changes (X) is significant on the Glasses Sale of PT.Optik Tunggal Sempurna AEON Mall Cakung store.*

**Keywords:** *Lens Warranty Changes and Glasses Sale.*

**PUBLISHED BY:**  
Jurnal Optometri

**Article history: (dilengkapi oleh admin)**  
Published: Februari 2023

**Address:**  
Jl. Ciputat Molek Selatan Sel No. 1C, Pisangan - Kec. Ciputat  
Kota Tangerang Selatan - Banten Indonesia

**Email:**  
[lppm@aroleprindo.ac.id](mailto:lppm@aroleprindo.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Perubahan Garansi Lensa Terhadap Penjualan Kacamata. Yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan penelitian dari hasil penelitian ini berdasarkan jawaban pada kuesioner yang diberikan kepada responden menggunakan Skala Guttman. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 120 konsumen PT.Optik Tunggal Sempurna dan sampel pada penelitian ini berjumlah 92 responden yang semuanya telah melakukan pembelian sebelumnya. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif, Uji Instrument (Validitas dan Reability), Uji Korelasi, Analisis Regresi Linier Sederhana, dan Uji t Hipotesis.

Dari hasil uji t (secara persial), telah diperoleh hasil bahwa variabel Perubahan Garansi Lensa

(X) mempunyai pengaruh terhadap Penjualan Kacamata di PT.Optik Tunggal Sempurna Cabang AEON Mall Cakung.

**Kata Kunci:** Perubahan Garansi Lensa,dan Penjualan Kacamata.

\*Penulis Korespondensi:

Nama: Taufik Hadi, email: [alvandita@gmail.com](mailto:alvandita@gmail.com)



*This is an open access article under the CC-BY license*

---

## PENDAHULUAN

Pada masa ini banyak dan beraneka ragam usaha yang sedang berkembang. Dunia mode pun sekarang di dalam negeri sangat berpengaruh bagi masyarakat termasuk mode kacamata serta softlens. Oleh sebab itu banyak Optik baru bermunculan. Optik banyak berpengaruh dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan perkantoran. Optik menjual kacamata dan lensa, dimana lensa merupakan jendela dunia. Mata manusia ialah alat indra penglihatan yang sangat penting bagi manusia. Tingginya aktivitas dan banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi gangguan tajam penglihatan pada seseorang mengakibatkan sangat tingginya angka kelainan refraksi, pada kondisi tersebut dijelaskan bahwa setiap orang membutuhkan kacamata sebagai alat bantu penglihatan karena penglihatannya sudah tidak berfungsi normal lagi. Kacamata saat ini bukan lagi digunakan sebagai alat penglihatan saja tetapi juga sudah menuju ke arah kosmetik dan fashion, serta juga penggunaan kacamata sudah lebih mengarah pada kesehatan dan keselamatan dari bahaya kecelakaan kerja.

Dengan Banyaknya optik-optik baru yang muncul di Indonesia menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat sehingga mengharuskan setiap perusahaan berusaha keras untuk mempertahankan pangsa pasar yang ada, bahkan kemungkinan besar harus bisa memperluas pangsa pasar yang ada. Oleh sebab itu usaha di dunia optik sangat menjanjikan karena kemungkinan akan mendapatkan omset yang besar dikarenakan produk yang di jual adalah produk dengan harga yang bisa dibilang sedikit tinggi.

Perusahaan yang cerdas perlu berusaha untuk memahami proses penjualan secara penuh, semua pengalaman mereka baik dalam pembelian, memilih, menggunakan juga bahkan menyingkirkan produk. Sedangkan Konsumen melalui 5 tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta perilaku pasca pembelian dimulai sebelum pembelian aktual dan juga mempunyai konsekuensi dalam waktu lama setelahnya.

Berkaitan juga dengan teori penjualan yang memiliki beberapa tahap dalam proses setiap pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen memilih suatu produk untuk dibeli. Banyak aspek yang biasa menjadi pertimbangan konsumen untuk

---

membeli produk di Optik Tunggal Sempurna. Satu diantara aspeknya yaitu garansi produk ini sangat penting karena berdampak besar bagi perusahaan dan merupakan citra perusahaan itu sendiri, karena garansi produk tersebut dapat menimbulkan kesan profesionalitas tinggi sehingga akan timbul rasa aman dan nyaman serta dihargai sebagai konsumen maka dapat terjadi minat pembelian bahkan akan timbul transaksi jual beli. Semua optik memiliki standart pelayanan masing- masing yang berbeda, di Optik Tunggal Sempurna satu diantaranya adalah mereka membuat kenyamanan pada tempat area jual, serta menggunakan alat optik yang modern serta canggih dan Optik Tunggal Sempurna sendiri mempunyai standart pada penampilan staff nya. Selain itu Optik Tunggal Sempurna juga sangat fokus dalam memberikan pelayanan kacamata bisa selesai dalam 1 jam akan tetapi terdapat lensa-lensa khusus yang harus di proses di Laboratorium selama 4 hari. Optik Tunggal Sempurna juga menyediakan jasa seperti cuci kacamata, periksa mata gratis tanpa harus mengeluarkan biaya,stell kacamata bahkan free nose pad . Sedangkan karyawan yang bekerja di Optik Tunggal Sempurna selalu di bekali dengan pengetahuan baik tentang produk kacamata, lensa maupun standar pelayanan yang berguna untuk menambah pengetahuan staff agar mempermudah dalam menjawab setiap pertanyaan konsumen, serta komunikasi yang sangat baik dan selalu menanyakan kebutuhan konsumen ketika datang ketoko sehingga dapat memahami kepentingan konsumen.

Dalam setiap keputusan pembelian satu faktor yang tidak kalah pentingnya yaitu Garansi Produk. Pada saat ini juga banyak konsumen yang lebih mementingkan Garansi Produk dikarenakan sebelum pelanggan melakukan keputusan pembelian biasanya pelanggan terlebih dahulu mengenal produk yang ingin mereka beli melalui Sales.

Selain itu, menurut Putra dan Seminari ( Seminari 2014 ) pelayanan pelengkap (supplementary service) adalah pendukung jalannya fungsi daripada bisnis pokok yang dijalani disetiap perusahaan, satu diantaranya adalah garansi produk. Perusahaan yang memberikan garansi produk berarti mengeluarkan tambahan biaya bagi pengusaha optik secara signifikan dari total penjualan. Garansi menunjukan nilai yang signifikan terhadap minat dan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen tidak pernah tahu kualitas produk yang sesungguhnya sebelum mereka memakainya dalam jangka waktu tertentu setelah pembelian. Oleh karena itu konsumen perlu diberikan garansi terhadap setiap produk yang dibelinya. Dengan demikian, konsumen akan memiliki keyakinan terhadap produk dan melakukan pembelian. Berdasarkan uraian di atas mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Perubahan Garansi Lensa Terhadap Penjualan Kacamata di Optik Tunggal Sempurna cabang AEON Mall Cakung.”

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :  
Untuk mengetahui pengaruh Perubahan garanslensa terhadap penjualan kacamata di Optik Tunggal Sempurna AEON Mall Cakung.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni penelitian kuantitatif, dimana pendekatan analisisnya menekankan pada data-data numerikal atau angka yang diolah dengan metode statistik. Tempat penelitian ini akan di lakukan di Optik Tunggal Sempurna Cabang Aeon Mall Cakung dan Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Maret - Mei 2022.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang didapatkan berdasarkan data konsumen, Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dan mendapat hasil 92 responden yang berasal dari konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian sebelumnya di Optik Tunggal AEON Mall Cakung.

Dalam metode pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner sebagai instrument pengambilan data. Dimana kuisisioner tersebut disebar dan diisi lengkap oleh para responden. Dalam hal ini Peneliti menggunakan data sekunder berupa laporan penjualan kacamata di Optik Tunggal Sempurna Cabang Aeon Mall Cakung.

### 2.1 Garansi

Kata garansi berasal dari bahasa inggris guarantee yang memiliki arti jaminan atau tanggungan. Menurut Taufik Hidayat (2016:113) Garansi dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti jaminan, dan dalam ensiklopedia Indonesia garansi adalah bagian suatu perjanjian dari jual beli, di mana penjual menanggung kelaiakan barang yang dijual untuk jangka waktu yang ditentukan, apabila barang tersebut mengalami kerusakan ataupun cacat maka segala macam perbaikannya ditanggung oleh penjual, sedangkan peraturan- peraturan tentang garansi tersebut biasanya ditulis pada suatu surat garansi.

### 2.2 Lensa

Lensa adalah benda bening yang dibatasi oleh 2 buah bidang lengkung. Dua bidang lengkung yang membatasi lensa memiliki bentuk silindris maupun bola. Lensa silindris memiliki sifat memusatkan cahaya dari sumber titik yang jauh pada suatu garis, sedangkan untuk lensa yang berbentuk bola yang melengkung ke semua arah bersifat memusatkan cahaya dari sumber yang jauh pada suatu titik.

### 2.3 Coating

Coating adalah lapisan terakhir yang sempurna pada lensa kacamata, coating dapat mengubah lensa kacamata menjadi sebuah karya teknologi yang akan sangat membantu kita dalam menikmati kenyamanan penglihatan yang luar biasa. Pada saat ini sebagian besar pelanggan memilih lensa plastik, namun lensa ini tidak terlalu sulit dibandingkan lensa yang terbuat dari kaca, tetapi lensa plastik akan lebih sensitif terhadap goresan. Oleh sebab itu, lapisan keras khusus sangat dianjurkan untuk meningkatkan daya ketahanan lensa.

**2.4. Kacamata**

Kacamata adalah alat bantu penglihatan yang terdiri dari lensa serta frame untuk menormalkan dan mempertajam penglihatan sehingga membantu mata mencapai penglihatan yang normal (Hasyim, 2012).

**2.5 Penjualan**

Penjualan merupakan suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang ditujukan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, agar mendapatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan. Penjualan adalah sumber pokok suatu perusahaan, karena dari penjualanlah diperoleh keuntungan, dan dengan usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

3.1 Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

*Unstandardized Residual*

N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.56506520
Most Extreme Differences	Absolute	.437
	Positive	.437
	Negative	-.324
Test Statistic		.437
Asymp. Sig. (2-tailed)		.440 <sup>c</sup>

Note:

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi data pada penelitian ini sebesar  $0.440 > 0.05$ , maka dapat dinyatakan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

3.2 Analisa Regresi Linier Sederhana

Model Summary

MODEL	R	R SQUARE	ADJUSTED R SQUARE	STD. ERROR OF THE ESTIMATE
1	.756A	.571	.566	.434

Dari tabel diatas diperoleh koefisien determinasi (Rsquare) sebesar 0.571 yang berarti bahwa pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) sebesar 57.1%.

### 3.3 Uji Hipotesis ANOVA<sup>a</sup>

MODEL		SUM OF SQUARES	DF	MEAN SQUAR E	F	SIG.
<b>1</b>	Regre ssion	22.534	1	22.534	119. 696	<b>.000</b> <b>B</b>
	Resid ual	16.944	90	.188		
	<b>TOTAL</b>	<b>39.478</b>	<b>91</b>			

Note:

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Perubahan garansi

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa Fhitung sebesar 119,696 kemudian dibandingkan dengan Ftabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Pada tingkat signifikan sebesar 0,000 dan besar nilai Ftabel dengan level signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05) numerator df = k-2 (jumlah variabel-1 atau 2-1), serta denumerator df = n-k (jumlah data-jumah variabel atau 92-2-1=89) dengan dk pembilang = 2 maka diperoleh angka 5,66. Karena nilai Fhitung > Ftabel atau 119,696 > 5,66 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa Perubahan Garansi Lensa berpengaruh signifikan terhadap Penjualan kacamata.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan tentang Pengaruh Perubahan Garansi Lensa terhadap Penjualan Kacamata pada Optik Tunggal Sempurna Cabang AEON Mall Cakung dapat disimpulkan :

Terdapat Pengaruh antara Perubahan Garansi lensa terhadap Penjualan kacamata pada Optik Tunggal Sempurna Cabang AEON Mall Cakung.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diungkapkan kepada OPTIK TUNGGAL SEMPURNA CABANG AEON MALL CAKUNG dan semua yang mendukung penulisan jurnal penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

[1] Anisah Novitarani, S. R. (2016). ANALISIS GARANSI TERHADAP PERLINDUNGAN

- KONSUMEN DALAM JUAL BELI TELEPON SELULER. DIPONEGORO LAW JOURNAL, Volume 5, Nomor 3.
- [2] Armstrong, P. K. (2014). Principles of Marketing. Edisi 14. England: Pearson Education Limited.
- [3] Basu Swastha, d. I. (2000). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- [4] Erma Novida, H. S. (2018). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN PRODUK LENSAM KACAMATA MENGGUNAKAN METODE PROMETHEE II. Jurnal Pelita Informatika, Volume 6, Nomor 3, 325-332 .
- [5] hidayat, T. (2006). Garansi dan Penerapannya Perspektif Hukum Islam. Al-Mawarid Edisi XV, 113.
- [6] Keller, P. K. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Terjemahan Oleh Bob Sabran.
- [7] Keller, P. K. (2016). Marketing Management, Edisi 15. England: Pearson Education Limited.
- [8] Nirsal. (2012). PERANGKAT LUNAK PEMBENTUKAN BAYANGAN PADA CERMIN DAN LENSAM. Jurnal Ilmiah d'Computare Volume 2 Januari 2012, 24-33.
- [9] Sudarsono, G. Y. (2015). Fabrikasi Lapisan Antirefleksi dengan Bahan Methyl Methacrylate (MMA) Menggunakan Metode Spin Coating. Jurnal Fisika Indonesia No: 55, Vol XIX, Edisi November 2015 ISSN : 1410-2994, 30 - 33.
- [10] Tjiptono, F. G. (2016). Service, Quality & Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta: Andi.