

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Smartfren



Gambar 1. 1 Logo Smartfren

Sumber: Smartfren (2021)

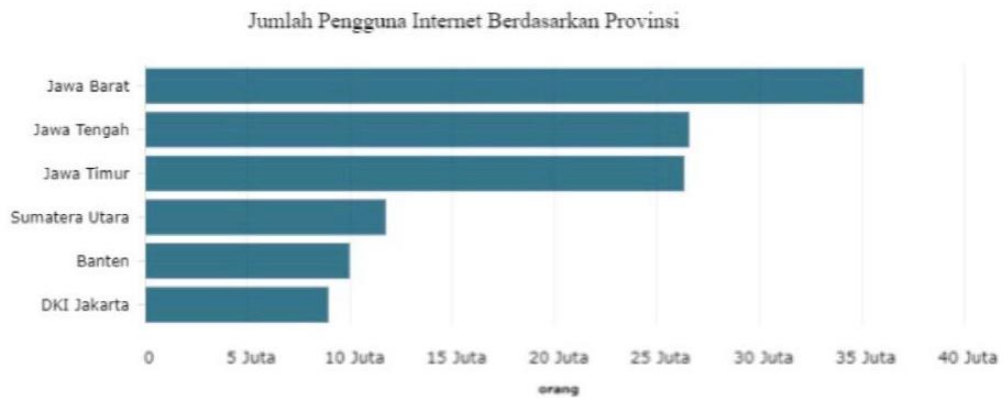
PT Smartfren Telecom Tbk adalah suatu persero yang menyediakan jasa pelayanan telekomunikasi di Indonesia. Sejak 2015, Smartfren merilis layanan 4G LTE Advanced yang pertama kalinya, dan pada 2016, Smartfren menjadi perusahaan telekomunikasi pertama di Indonesia yang membuat layanan Voice over LTE (VoLTE). Di tahun 2017, Smartfren mengesahkan kedudukannya menjadi agen layanan operator 4G lewat perpindahan konsumen CDMA ke 4G. Kawasan yang mencakup jaringannya sejumlah 15.000 BTS 4G pada 200 kota di Indonesia, Smartfren merupakan official telcom partner bagi merek ponsel dunia seperti Samsung, Oppo, Xiaomi, Oppo, Vivo, dan Infinix. Smartfren pun menyediakan pelayanan database lewat paket data yang beragam, serta ponsel Andromax dan MiFi modem (Smartfren, 2021).

1.2. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman hal ini berbanding lurus dengan perkembangan teknologi bidang telekomunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia saling berkomunikasi satu sama lain. Seiring dengan tingginya mobilitas manusia maka munculah alat komunikasi yang mempermudah dalam penyampaian informasi jarak jauh.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh APJII sejak 2019- tahun II/2020, total pelanggan internet di Indonesia sejumlah 196,7 juta penduduk dari populasi

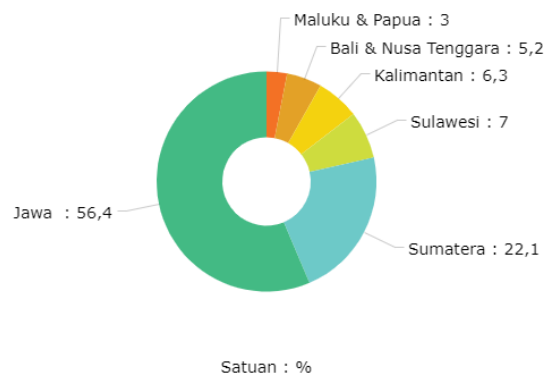
Indonesia 2019 sebesar 266,9 juta jiwa dengan penetrasi internet 73,7% (Bayu, 2020).



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Berdasarkan Provinsi

Sumber: Databoks, 2020

APJII menyebutkan jika total terbesar pemakai internet di Indonesia berdasarkan wilayah terdapat di provinsi Jawa Barat dengan sebesar 35,1 juta pengguna, Jawa Tengah sebesar 26,5 juta pengguna, Jawa Timur sebesar 26,4 juta pengguna, Sumatera Utara sebesar 11,7 juta pengguna, Banten sebesar 9,9 juta pengguna, DKI Jakarta sebesar 8,9 juta pengguna (Bayu, 2020).

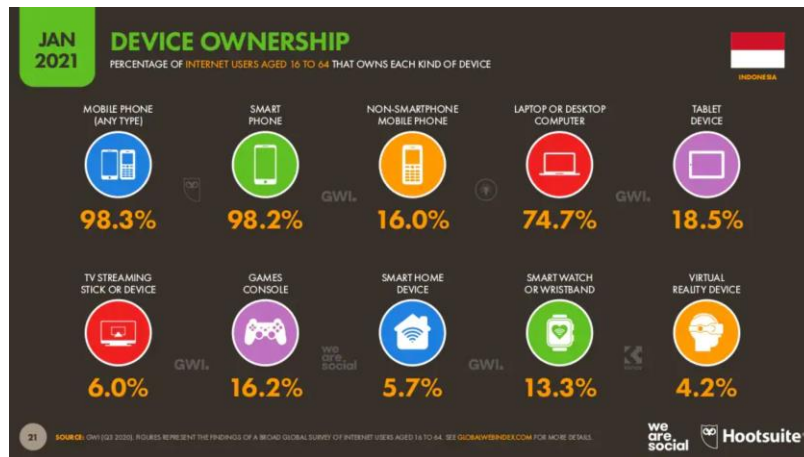


Gambar 1. 3 Penetrasi Internet per Wilayah di Indonesia 2019-2020

Sumber: databoks (2020)

Penelitian dari APJI, mengatakan jika kebanyakan pengguna internet asalnya dari pulau Jawa sejak 2019 - 2020. Skornya sejumlah 56,4%. Kawasan

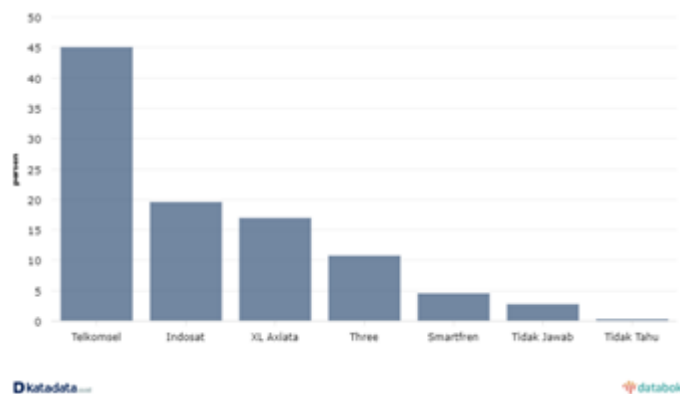
berikutnya yaitu Sumatera dan Sulawesi dengan setiap skor penggunaanya sejumlah 22,1% dan 7%. Sedangkan, pengguna paling sedikit berada di Provinsi Maluku dan Papua yaitu sejumlah 3% (Annur, 2020).



Gambar 1. 4 Kepemilikan Perangkat Untuk Mengakses Internet

Sumber: datareportal.com (2021)

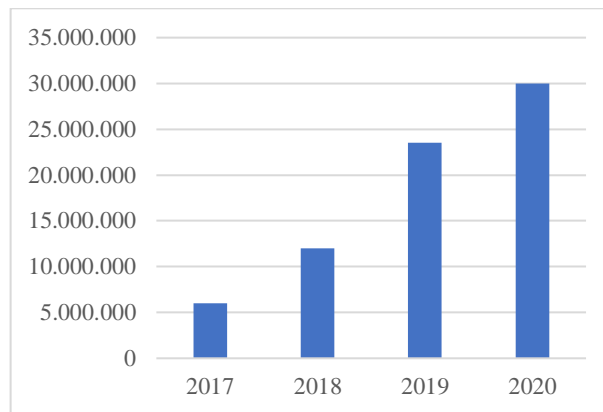
Menurut HootSuite bahwa pengguna internet mempunyai sejumlah sarana electronic yang beda, misalnya ponsel, laptop/PC, tablet, dsb. Berdasarkan jenisnya, ponsel merupakan perangkat terpopuler, pemakai internet rata-rata berusia 16-64 tahun dan yang mempunyai ponsel sejumlah 98,3%. Terdapat 96,4% (195,3 juta penduduk) mengakses layanan internetnya lewat ponselnya. Dalam riset itu respondents bisa memberi lebih dari satu (Riyanto, 2021).



Gambar 1. 5 Operator Seluler untuk Berinternet Melalui Ponsel

Sumber: databoks (2020)

Menurut data APJII, 45,1% pemakai internet lewat telepon genggam di Indonesia memakai provider Telkomsel. Terdapat 19,5% respondens pemakai indosat, 16,9% respondens pemakai XL Axiata, 10,8% respondens pemakai Tri dan 4,6% respondens pemakai Smartfren. Maka bisa diketahui jika provider smartfren berpresentase paling sedikit ketimbang provider lainnya (Bayu, 2020).



Gambar 1. 6 Pelanggan Smartfren 2017-2020

Sumber: Jatmiko, (2019) dan Jatmiko, (2021)

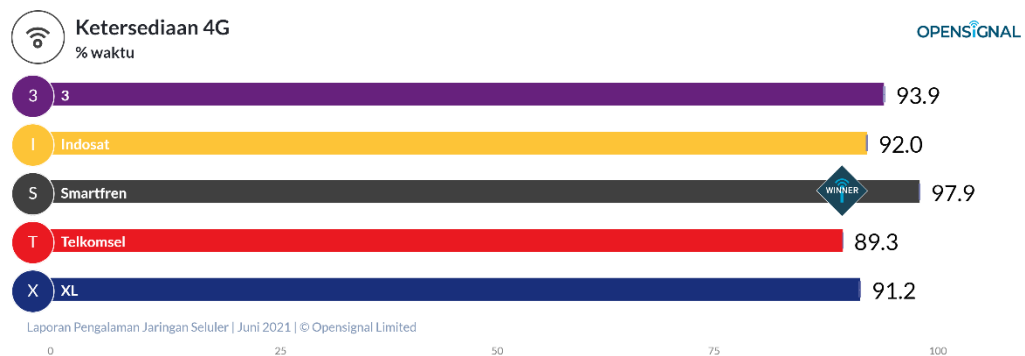
Pelanggan operator seluler terus bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2017 pelanggan smartfren mencapai enam juta pelanggan. Pada 2018 naik sebesar 50% menjadi 12 juta pelanggan (Jatmiko, 2019). Pada tahun 2019 naik sebesar 49% menjadi 23,5 juta pelanggan. Pada tahun 2020 naik sebesar 22% menjadi 30 juta pelanggan. Smartfren menargetkan realisasi 40 juta pelanggan diujung tahun 2021, dalam mewujudkan target tersebut Smartfren memperkuat jaringan serta promosi tanpa mengesampingkan peraturan pemerintah yaitu memperketat syarat aktivasi operator SIM sesuai prosedur. Adapun cara melakukan aktivasi operator SIM ditambah NIK dan NOK milik konsumen Smartfren (Jamiko, 2021).



Gambar 1. 7 Peta Sebaran Sinyal Smartfren

Sumber: nperf.com (2021)

Smartfren menjadi provider awal yang merilis layanan 4G LTE di Indonesia pada 2015. Sejak saat itu, tumbuhlah Smartfren yang sekarang dikenal memiliki jaringan 100% 4G. Jangkauan sinyal smartfren meliputi pulau Jawa, Bali, Sumatera, Sulawesi, dan Kalimantan. Dengan mayoritas jaringan berada di pulau Jawa (Selular, 2021).



Gambar 1. 8 Ketersediaan sinyal 4G

Sumber: Open Signal (2021)

Menurut riset Open Signal bertajuk "Indonesia: Laporan Pengalaman Jaringan Seluler Juni 2021". Smartfren memiliki keunggulan pada *availability* jaringan 4G di Indonesia. Ketersediaan 4G Smartfren sejumlah 97,9% yang berarti sejumlah pengguna Smartfren telah tersambung signal 4G. Angka tersebut

cukup besar ketimbang Tri, Indosat, XL Axiata, dan Telkomsel yang setiap *availability* 4G sejumlah 93,9%, 92%, 91,2%, dan 89,3%. Tingginya point yang diperoleh provide layanan 4G, menjadikan pengguna provider itu menjumpai signal 4G (Riyanto, 2021).

Smartfren sampai pertengahan 2021 memiliki 20 ribu *towe base transceiver station* (BTS) (Fauzi, 2021). Munir, selaku VP Technology Relations and Special Project Smartfren menyebutkan jangkauannya bisa dioptimalkan tidak dengan total BTS, namun terhadap ke-efektivitasan, maksudnya yaitu pemosisian BTS dengan ketepatan sasaran pada kawasan penduduk yang padat dan memerlukan banyak data (Tim, 2019).

VP Network Operations Smartfren, Agus Rohmat menyebutkan Smartfren terus mengoptimalisasi dan ekspansi jaringan guna mengatasi lonjakan *traffic data* yang berpotensi terjadi selama masa pandemi covid19 di mana terjadi perubahan perilaku penggunaan layanan data pada konsumen seperti kegiatan bekerja dan sekolah yang seluruhnya dilaksanakan secara daring. Maka dari itu smartfren menyiapkan tim *network* siaga hingga tingkat kabupaten dan juga didukung oleh *network operation center* yang beroperasi 24 jam yang fokus untuk mencegah dan menangani gangguan untuk memastikan konsumen dapat menjalankan aktivitas digital dengan lancar (Damar, 2021).

Jaringan ini sudah terkonsep memakai design berlebihan dan mempunyai teknologi alih otomatis, sehingga dapat sesuai dengan berubahnya capacity secara cepat. Teknologi tersebut juga berperan dalam penyepatan karingan. Selain itu capacity dan cakupan Smartfren dari tahun ke tahun sudah sampai rereta 14% (Damar, 2021).

Smartfren menghadirkan layanan pelanggan secara online. Adapun layanan tersebut berupa aplikasi Mysmartfren dan Whatsapp yang dapat digunakan untuk top up pulsa, mengecek sisa pulsa, serta membeli paket internet. Selain itu dalam menjangkau pelanggan baru, smartfren bekerja sama dengan Grab dengan membuka layanan penjualan di GrabMart. Produk Smartfren dapat

dibeli melalui GrabMart mulai dari Operator Perdana Unlimited, Gokil Max, Kuota Nonstop, eSIM (Jatmiko, 2021). Menurut Dina Siswarini, persaingan antar operator seluler semakin ketat untuk mengeluarkan produk paket data *unlimited* dengan harga terjangkau pada masa *pandemic* Covid-19 (Haryanto, 2020).

Berdasarkan pemaparan data yang menyebutkan Smartfren menjadi pilihan terendah dibandingkan dengan operator pesaingnya, bersamaan dengan terjadinya perubahan perilaku masyarakat dalam berinternet pada masa *pandemic* covid19, maka berdasarkan data ini mendasari penulis dalam penelitiannya yang berjudul **“Analisis Faktor Konsumen dalam Memilih Operator Seluler Smartfren”**.

1.3. Rumusan Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi, jumlah pemakai jaringan internet di Tanah Air tiap tahunnya terus meningkat. Menurut riset APJII tahun 2019-II/2020, total pemakai internet sejumlah 196,7 juta orang dari populasi Indonesia 2019 sebesar 266,9 juta jiwa dengan penetrasi internet 73,7% dengan penetrasi internet terbesar berada di pulau Jawa (Bayu, 2020). Masyarakat Indonesia mayoritas menggunakan telepon genggam dalam mengakses internet.

Menurut riset dari APJII diketahui bahwa operator seluler smartfren memiliki persentase terendah sebesar 4,6% jika dibandingkan dengan operator pesaingnya sebagai operator seluler untuk berinternet menggunakan ponsel (Bayu, 2020).

Menurut riset Open Signal Smartfren unggul dalam hal ketersediaan (*availability*) jaringan 4G mencapai 97,9 persen yang berarti makin besar point yang diperoleh provider, maka menyajikan jika pengguna providernya bisa menjumpai signal 4G pada kawasan di Tanah Air (Riyanto, 2021). Pada masa pandemi covid19 terjadi perubahan perilaku masyarakat dimana semua kegiatan dikerjakan secara daring dan di satu tempat tertentu seperti bekerja dari rumah maupun sekolah dari rumah (Damar, 2021).

Berdasarkan pemaparan data yang menyebutkan Smartfren menjadi pilihan terendah dibandingkan dengan operator pesaingnya, bersamaan dengan itu pengguna Smartfren terus meningkat setiap tahunnya, Atas dasar perumusan masalah diatas, maka peneliti ingin mengetahui faktor apa yang membuat konsumen memilih Smartfren dan faktor apa yang paling dominan.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap faktor-faktor dalam memilih operator seluler Smartfren?
2. Faktor apa yang membuat Smartfren dipilih konsumen?
3. Faktor apa yang paling dominan?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen Smartfren dalam faktor memilih operator seluler Smartfren
2. Untuk mengetahui faktor yang membuat Smartfren dipilih konsumen.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

Kegunaan penelitian ini dalam aspek teoritis yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu upaya pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran khususnya tentang faktor pilihan konsumen dan menjadi bahan referensi untuk penelitian dengan bidang kajian sejenis.

1.6.2. Aspek Praktis

Kegunaan penelitian ini dalam aspek praktis yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan terkait,

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini menjadi suatu wadah menerapkan teori yang terjadi dilapangan menjadi pertimbangan untuk para peneliti selanjutnya.

b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi konsumen dan perusahaan operator seluler dalam memilih dan mengeluarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka penelitian yang meliputi rangkuman teori dan penelitian terdahulu (literature review), kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil analisis serta saran yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan selaku objek penelitian.