

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) berdiri pada tahun 1995 sebagai anak perusahaan dari PT. Telkom Tbk. yang berfokus pada penyedia layanan jaringan telekomunikasi seluler, yang di tandai dengan diluncurkannya kartu Halo sebagai produk pertamanya. Pada tahun 1997 Telkomsel menjadi penyedia layanan jaringan telekomunikasi seluler prabayar pertama di Asia dengan di luncurkannya produk simPATI, di susul produk prabayar Telkomsel lainnya yaitu kartu As, dan Loops, guna memenuhi semua target pasar yang ada di Indonesia.

Adapun Visi dan Misi dari Telkomsel adalah:

Visi:

Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya

Misi:

Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa

(PT. Telkom Tbk., 2015)

Sebagai anak perusahaan PT. Telkom Tbk. Telkomsel juga telah berhasil memberikan kontribusi yang besar terhadap pemasukan pendapatan PT. Telkom Tbk. hal itu dapat di lihat dari peningkatan pendapatan Telkomsel dari tahun ketahun.

Gambar 1.1 Jumlah pendapatan Telkomsel



Sumber: (PT. Telkom Tbk., 2014)

Hal ini di dukung oleh kualitas Telkomsel dalam menyediakan layanan jaringan yang luas di seluruh penjuru Indonesia, seiring berkembangnya teknologi di era instan telekomunikasi saat ini kecepatan dan kualitas jaringan sangatlah penting. Oleh karena itu Telkomsel saat ini meluncurkan layanan jaringannya yang terbaru yaitu 4G yang merupakan pengembangan dari generasi sebelumnya yaitu 3G dan 2G, jaringan 4G memiliki kecepatan 3 kali lebih cepat di bandingkan generasi sebelumnya. 4G merupakan layanan yang menyediakan jaringan pita ultra lebar berstandar WiMAX dan LTE *The True Mobile Broadband*, berbeda dengan generasi sebelumnya 3G yang meyediakan layanan jaringan suara dan data, 4G hanya menyediakan layanan data. Adapun beberapa layanan dan tarif yang disediakan Telkomsel untuk jaringan 4G sebagai berikut:

Gambar 1.2 Paket 4G KartuHalo

kartuHalo

BENEFIT	PAKET HALO FIT 4G LTE Rp.150 Ribu
Data	4GB
Voice & SMS	200 MENIT & 200 SMS
Konten	FREE Package Movie (3 Zero rated movies)
Keterangan	Paket termasuk berlangganan 3 Package Movie

Gambar 1.3 Paket 4G simPATI, kartuAS, dan Loop

PAKET BASIC

BENEFIT	simPATI Rp.80 RIBU	kartuAS/Loop Rp.60 RIBU
Data	2 GB	1.3 GB
Konten	FREE Package Movie (3 Zero rated movies)	
Keterangan	Paket termasuk berlangganan 3 Package Movie	

PAKET COMBO

BENEFIT	simPATI Rp.150 RIBU	kartuAS/Loop Rp.100 RIBU
Data	3.5 GB	1.8 GB
Voice	100 Menit	100 Menit
SMS	300 SMS	200 SMS
Konten	FREE Package Movie (3 Zero rated movies)	
Keterangan	Paket termasuk berlangganan 3 Package Movie	

PAKET LTE

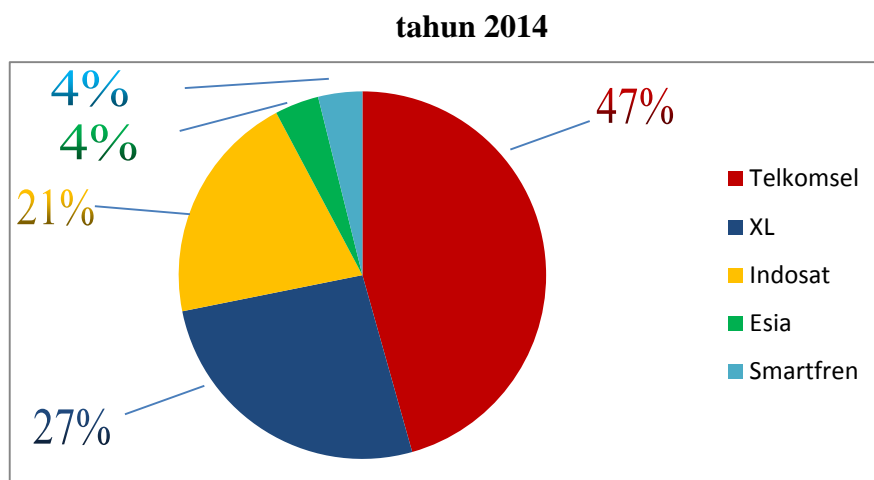
BENEFIT	simPATI Rp.99 RIBU
Data	8 GB
Keterangan	*Untuk pembelian perdana Telkomsel Simpati 4G LTE bertanda khusus di area tertentu. Syarat dan Ketentuan berlaku

Sumber: (PT. Telkom Tbk., 2014)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, masyarakat dapat mengakses informasi yang mereka butuhkan kapan saja dan dimana saja. Hal itu tidak mengherankan karena jumlah pertumbuhan pengguna jaringan data internet di Indonesia terus bertambah. Per Januari 2015 total populasi penduduk Indonesia mencapai 255,5 juta jiwa, dan 308,2 juta jiwa adalah pengguna *mobile connection*, selain itu 72,7 juta jiwanya adalah pengguna jaringan data internet aktif di Indonesia atau sekitar 28% penduduk Indonesia telah menggunakan jaringan data internet (Wijaya, 2015). Telkomsel sebagai perusahaan penyedia jaringan data internet dan *mobile seluler* pertama di Indonesia telah berhasil menguasai pangsa pasar di Indonesia dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Gambar 1.4 Pangsa Pasar Operator Telekomunikasi di Indonesia

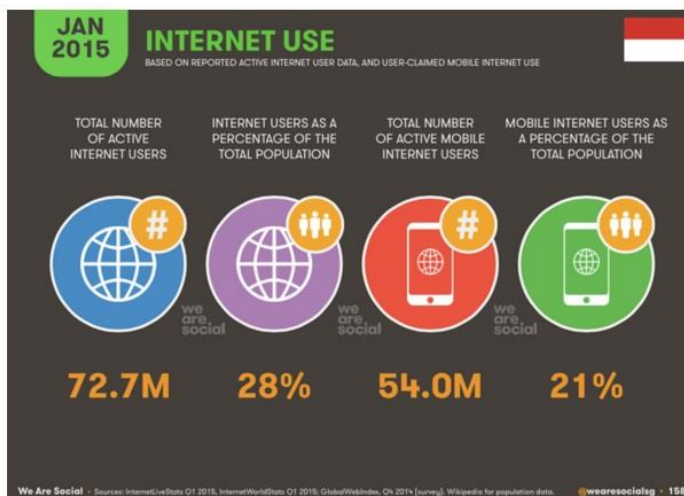


Sumber: (Presetya, 2014)

Telkomsel berhasil menguasai persaingan pangsa pasar dengan pengguna layanan jaringan Telkomsel mencapai 132,7 juta pelanggan atau sekitar 47% dari total pengguna operator *seluler* di Indonesia. Hal ini sangat di dukung dengan jumlah ketersediaan BTS Telkomsel guna menjamin kualitas layanan jaringan telekomunikasi yang baik, Telkomsel hingga akhir tahun 2015 sudah memiliki 85.420 ribu BTS yang tersebar di seluruh Indonesia (PT. Telkom Tbk., 2014).

Seiring berkembangnya teknologi telekomunikasi saat ini kecenderungan masyarakat terus beralih menggunakan jaringan data internet dari pada penggunaan jaringan telepon dan sms, hal itu dapat di lihat dari data berikut:

Gambar 1.5 Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: (Wijaya, 2015)

Melihat fenomena ini Telkomsel sebagai *internet services provider* (ISP) terus berusaha mengembangkan layanan jaringan data internet di Indonesia. Hal tersebut di jawab oleh Telkomsel pada bulan Desember 2014, Telkomsel meluncurkan layanan jaringan data 4G pertama di Indonesia dan kota Bali adalah kota yang dipilih Telkomsel saat itu. Layanan Telkomsel 4G LTE digelar di frekuensi 900MHz dengan lebar pita sebesar 5 MHz, yang memiliki kecepatan *data access* mencapai 36 Mbps. Frekuensi 900MHz memiliki daya pancar yang lebih besar, sehingga penetrasi sinyal Telkomsel 4G LTE akan dapat menjangkau sampai ke dalam gedung atau rumah untuk area perkotaan dan menjangkau area yang jauh untuk di luar perkotaan. Layanan 4G LTE dipercaya akan memberikan pelanggan kepuasan tersendiri di dalam menikmati berbagai aktivitas yang erat dengan *digital lifestyle* seperti akses *video streaming* dan musik dengan kualitas yang lebih baik dan waktu tunggu yang lebih cepat, serta menikmati *game online* tanpa adanya *delay* dengan kualitas gambar HD (*High Definition*). Selain itu *download* atau *upload file* juga dapat dilakukan lebih cepat, melakukan *video conference* dengan kualitas koneksi dan gambar yang lebih jernih, dan mengakses data di *cloud* dengan lebih cepat (Telkomsel, 2014).

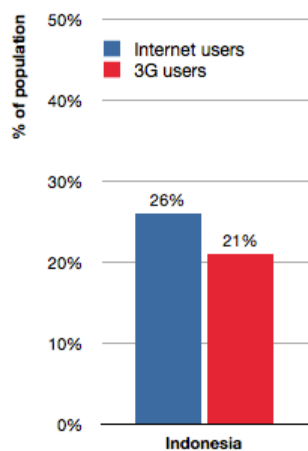
4G merupakan pengembangan teknologi dari layanan jaringan komunikasi bergerak (*Mobile Communication Network*), menurut perkembangannya 4G adalah perkembangan lanjutan dari generasi sebelumnya 3G, 2G, 1G. Dimana 3G yang merupakan generasi terdahulu dari 4G yang pertamakali di gelar di Indonesia pada tahun 2006.

3G adalah generasi digital dengan kecepatan akses tinggi, dan menggunakan pita lebar (*broadband*). 3G menggunakan sistem UMTS (*Universal Mobile Telecommunication System*) dan WCDMA (*Wideband – Coded Division Multiple Access*) sudah bisa melayani multimedia secara baik seperti internet dan video call karena kemampuan transfer data mencapai 2 Mbps (Indrawati, 2009). Dengan kehadiran generasi terbaru dari pengembangan teknologi telekomunikasi bergerak 4G dengan standar baru yaitu WiMAX dan LTE (*Long Term Evolution*) dengan pita ultra lebar, dan kecepatan yang lebih meningkat dari layanan jaringan sebelumnya yang mencapai hingga 300Mbps sebagai standar LTE.

3G adalah teknologi yang menjadi dasar multimedia dapat di selenggara, dengan hadirnya perkembangan teknologi 4G diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen di era dimana kecepatan transfer data sangat di butuhkan, dimana kehidupan masyarakat saat ini sangat erat dengan kebutuhan transfer data, seperti *social media*, *access video streaming*, *transfer data* dan lain-lain. Salah satu alasan mengapa 4G dapat memberikan *throughput* yang lebih besar adalah karena 4G menggunakan spektrum ultra lebar yang memungkinkan *input data* yang lebih besar dengan kecepatan yang tinggi untuk dapat di transmisikan.

Telkomsel menargetkan 3 juta pelanggan di akhir tahun 2015. Sejauh ini layanan 4G/LTE Telkomsel sudah tersedia di 7 kota besar di Indonesia, di antaranya Jakarta, Surabaya, Bandung, Bali, Medan, Makassar dan Mataram. Dari sekitar 800 ribu pelanggan 4G/LTE Telkomsel yang tersebar di 7 kota tersebut, jumlah pengguna terbanyak tentu saja berada di ibukota 63%, diikuti oleh kota-kota lain seperti Surabaya 13%, Bandung 12%, Bali 6%, Medan 3%, Makassar 2% dan Mataram 1%. Meski angka 800 ribu terdengar cukup besar, nyatanya angka tersebut masih jauh dari target yang ditetapkan oleh Telkomsel sendiri, yakni menarget 3 juta pelanggan aktif 4G/LTE pada akhir tahun 2015 (Priambada, 2015). Selain itu bila kita bandingkan pengguna jaringan 4G dan 3G di Indonesia penggunaannya masih sangat terpaut jauh, dapat di lihat dari data berikut:

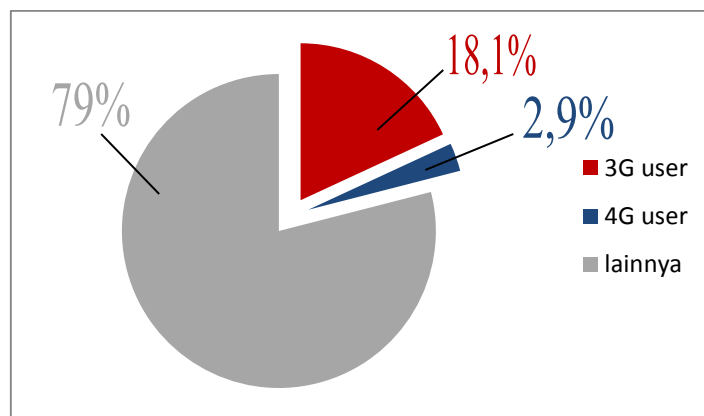
Gambar 1.6 Jumlah Pengguna Jaringan 3G di Indonesia



Sumber: (Gillet, 2013)

Dari data diatas dapat kita olah bila total populasi penduduk indonesia yang menggunakan *mobile seluler* mecapai sekitar 281,9 juta (gambar 1.5), dan Telkomsel berhasil mengambil pangsa pasar 47% yang berarti sekitar 132,7 juta penduduk Indonesia menggunakan Telkomsel, dan dari data di atas menjelaskan bahwa sekitar 21% nya menggunakan jaringan 3G yang berarti sekitar 27,8 juta pelanggan menggunakan jaringan 3G Telkomsel, dan menurut pemaparan (Priambada, 2015) Bahwa pengguna 3G yang beralih ke 4G di seluruh Indonesia baru sekitar 800 ribu pelanggan yang berarti hanya sekitar 2,9% pengguna 4G di Indonesia dari total 132,7 juta pelanggan Telkomsel yang berpindah dari 3G ke 4G, atau dapat kita gambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.7 Presentase Pengguna 3G dan 4G Telkomsel di Indonesia

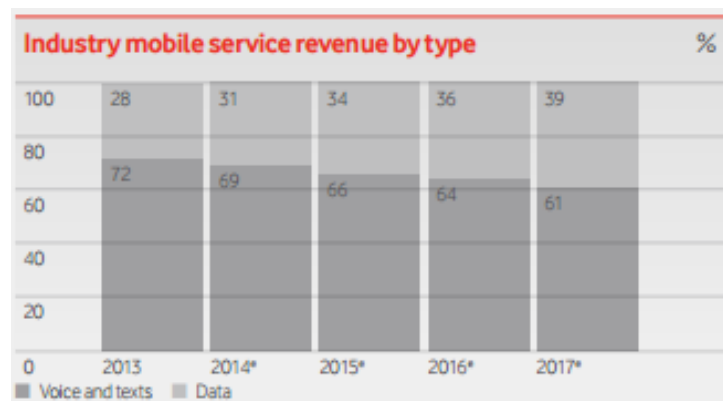


Sumber: Olahan Penulis

Peningkatan pengguna layanan 4G dirasa sangat perlu karena kecenderungan pengguna *mobile seluler* sudah tidak terbatas oleh layanan berbasis suara saja, namun saat ini kecenderungan konsumen lebih kepada penggunaan layanan berbasis data jaringan internet seperti *e-mail*, *content chanel*, dan *e-commers*, dan lain-lain, yang memiliki nilai ARPU (*average revenue per user*) lebih tinggi di dibandingkan dengan nilai ARPU layanan berbasis suara (Indrawati, Faktor Adopsi untuk Meningkatkan Pelanggan 3G di Indonesia, 2009). Dengan layanan 4G dirasa sangat dapat mengakomodir seluruh kebutuhan layanan jaringan data internet yang di butuhkan saat ini, dengan mengingat keunggulan jaringan 4G dengan kecepatan hingga 36 Mbps dan jaringan pita ultra lebar.

Mengatahui faktor adopsi penggunaan 4G di masyarakat akan sangat menguntungkan untuk perusahaan telekomunikasi hal ini di kemukakan oleh salah satu perusahaan telekomunikasi multinasional Vodafone yang meramalkan bahwa era telekomunikasi di dunia akan berubah ke jalur penggunaan data internet, sedangkan pengguna layanan suara akan terus turun di beberapa tahun kemudian, berikut *forecasting* terhadap presentase penyumbang pendapatan perusahaan telekomunikasi yang di lakukan oleh Vodafone, sebagai berikut:

Gambar 1.8 Peramalan Presentase Penyumbang Pendapatan Perusahaan Telekomunikasi di Dunia Oleh Vodafone



Sumber: (Vodafone, 2014)

Layanan jaringan data akan meningkatkan ARPU dari setiap konsumen untuk perusahaan telekomunikasi yang berarti persentase *revenue* terbesar untuk perusahaan berasal dari sektor ini.

Dalam penelitian ini *tools* yang akan digunakan adalah model UTAUT2 dimana dalam model ini merupakan pengembangan dari model terdahulu UTAUT yang menjelaskan penerimaan penggunaan teknologi dari segi konsumen, dalam model UTAUT2 di tambahkan variabel *Hedonic Motivation*, *Prive Value*, dan *Habit*, guna mendalami niat konsumen dalam mengadopsi teknologi baru, berdasarkan penelitian terdahulu (Venkatesh, thong, & Xin, 2012), menjelaskan adopsi internet seluler model UTAUT2 berhasil menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi yang berada dalam model UTAUT2 lebih besar dari model

sebelumnya, dalam model UTAUT2 menjelaskan *Behavioral Intention* dari 56% naik menjadi 74%, dan *Use Behavior* dari 40% naik menjadi 52%. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah layanan jaringan komunikasi bergerak 4G, sehingga model UTAUT2 dirasa mampu menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam adopsi layanan jaringan telekomunikasi bergerak 4G Telkomsel dari konteks konsumen.

1.3 Perumusan Masalah

Telkomsel telah sukses menjadi perusahaan penyedia jaringan *seluler* dan jaringan data internet terbesar di Indonesia. Dengan meluncurkan jaringan data internet 4G, Telkomsel dirasa mampu menguasai pangsa pasar. Telkomsel menyediakan layanan jaringan data internet 4G dengan berbagai keunggulan dan jaringan yang luas. Dengan keunggulan jaringan data internet 4G Telkomsel dirasa sangat mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen di era teknologi informasi saat ini. Namun saat ini pengguna jaringan data internet 4G belum bisa menarik minat konsumen. Konsumen masih enggan pindah dari layanan jaringan data internet 3G ke 4G di Indonesia. Hal tersebut di lihat dari sedikitnya pengguna layanan jaringan data internet 4G di Indonesia.

Analisis atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam adopsi layanan data internet 4G belum di pahami dengan baik. Hal tersebut merupakan alasan sedikitnya pengguna layanan jaringan data internet 4G di Indonesia. Hal ini menyebabkan kurang bertumbuhnya pengguna layanan jaringan data internet 4G di Indonesia. Dari hasil pencarian literatur, belum ada artikel terpublikasi tentang kecenderungan perilaku penggunaan layanan jaringan internet berbasis teknologi telekomunikasi 4G Telkomsel di Indonesia.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value* dan *habit* mempengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan layanan jaringan 4G Telkomsel berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT 2)* ?
2. Bagaimana *behavioral intention, facilitating condition, dan habit* mempengaruhi *use of behavior* pada penggunaan layanan jaringan 4G Telkomsel berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT 2)* ?
3. Apakah atribut-atribut mutu yang mempengaruhi adopsi layanan jaringan 4G Telkomsel di Indonesia ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value* dan *habit* mempengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan layanan jaringan 4G Telkomsel berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT 2)*.
2. Untuk mengetahui apakah *behavioral intention, facilitating condition, dan habit* mempengaruhi *use of behavior* pada penggunaan layanan jaringan 4G Telkomsel berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT 2)*.
3. Mengidentifikasi atribut-atribut mutu yang mempengaruhi adopsi layanan jaringan 4G Telkomsel di Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah pertama, manfaat teoritis, yaitu penelitian ini bermanfaat untuk menguatkan model Adopsi Teknologi UTAUT 2 serta dapat menambah pemahaman tentang faktor - faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk dengan menguji model Adopsi Teknologi UTAUT 2 pada objek penelitian yang baru, yaitu preferensi konsumen terhadap kecenderungan perilaku penggunaan layanan jaringan internet berbasis teknologi telekomunikasi 4G Telkomsel di Indonesia.

Kedua, manfaat praktis, yaitu Telkomsel selaku produsen *internet services provider* (ISP) yang menyediakan layanan jaringan *seluler* dan jaringan data internet di Indonesia, dan dengan munculnya isu yang mencuat mengenai OTT (*over the top*) atau layanan jejaring sosial media seperti, *facebook*, *line*, *BBM*, *whats Apps*, dan lain-lain yang sedang merebak di dunia dan Indonesia khususnya, merupakan sebuah potensi yang dapat meningkatkan revenue dari operator, karena di Indonesia layanan OTT tidak di gratiskan. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi Perusahaan Telkomsel dalam menentukan strategi bisnisnya, dengan melibatkan pemahaman terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap kecenderungan perilaku penggunaan layanan jaringan internet berbasis teknologi telekomunikasi 4G Telkomsel di Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi/warga pengguna layanan jaringan Telkomsel dan konsumen pengguna layanan jaringan di luar lingkungan Telkomsel.

1.7.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai target responden yaitu mahasiswa/i Universitas Telkom dan warga Indonesia yang menggunakan layanan jaringan data internet.

1.7.3 Periode Penelitian

Periode penelitian ini terdapat dua tahap yaitu pengumpulan data dan analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden. Lalu setelah data terkumpul akan dilakukan analisis data. Berikut adalah rencana penyelesaian penelitian:

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Studi Pustaka	X	X			
2	Studi Pendahuluan	X	X			
3	Penelitian Lapangan			X	X	
4	Pengolahan Data				X	X
5	Penyusunan Laporan	X	X	X	X	X

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan berisi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab Tinjauan Pustaka dan Lingkup penelitian berisi tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab Metode Penelitian berisi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh, dijabarkan dan data yang didapatkan ditabulasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini dipaparkan garis besar bab 1 sampai dengan bab 4 yang berupa kesimpulan dari hasil penulisan skripsi serta saran yang sesuai dengan hasil penelitian.