

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Belakangan ini konsumen dibingungkan dengan banyak pilihan ketika ingin memilih *smartphone* berbasis sistem operasi dengan segala macam keistimewaannya. Kemajuan teknologi menjadi kian pesat sehingga seorang konsumen dapat mengakses informasi secara cepat, tepat dengan kemampuan fitur-fitur canggih yang ada pada *smartphone*. Tetapi tidak hanya kemudahan tentunya, hal ini dapat menyebabkan banyak konsumen yang kebingungan, terutama orang-orang yang kurang mengerti akan perbedaan dari tiap sistem operasi yang terdapat pada *smartphone* tersebut. Namun di Indonesia, penggunaan *smartphone* tidak serta merta melihat kelebihan atau kekurangan dari setiap fitur-fitur yang dimiliki dari tiap sistem operasi, ada juga yang memilih sebagai penunjang tingkat strata sosial. Setiap sistem operasi *smartphone* memiliki versi yang berbeda-beda, tiap versi akan terus mengalami perkembangan secara berkala.

*Smartphone* adalah lambang teknologi masa kini, banyak yang dapat dilakukan dengan menggunakan *gadget* ini, dari tugas-tugas sederhana seperti mengirim pesan dan membuat panggilan telepon hingga tugas yang lebih kompleks seperti mengirim *e-mail*, menggunakan perintah suara untuk menyelesaikan tugas, *browsing* internet, dan berbagai macam tugas lainnya. Berbagai varian dan fitur baru dari *smartphone* tentu dapat lebih mudah menagani tugas yang banyak.

Sistem operasi sebenarnya adalah perangkat lunak pengolah yang menggunakan semua komponen dan fitur telepon dan memungkinkan Anda untuk melakukan tugas dan menggunakan aplikasi. Sederhananya, sistem operasi menyatukan komponen perangkat keras dan memungkinkan mereka untuk bekerja bersama, sehingga dapat digunakan oleh konsumen.

Saat ini di Indonesia ada 4 sistem operasi yang memiliki sebagian besar pangsa pasar *smartphone* di Indonesia. Diantaranya ada Android, iOS, Windows Phone dan Blackberry. Untuk Symbian tidak dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan sudah mati, tidak memiliki pangsa pasar lagi di Indonesia (<http://inet.detik.com>, 2014). Informasi tentang sistem operasi diatas, bisa dilihat sebagai berikut:

a. Sistem Operasi Android

Android adalah sistem operasi berbasis Linux yang diperuntukkan khusus untuk *smartphone*. Seperti ciri khas Linux pada umumnya, penggunaannya Android juga diberi hak penuh untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri. Kalau dilihat dari sejarah, awal terciptanya Android berasal dari Andorid Inc, setelah melalui berbagai pengembangan hingga terbentuk Open Handset Alliance, Android langsung di akuisisi oleh Google. Logo sistem operasi Android dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini:

### **Gambar 1.1**

#### **Logo Sistem Operasi Android**

Sumber: <http://www.heqris.com/2011/11/pengertian-hp-android-kelebihan.html> (Diakses tanggal 11 April 2015)



Android pertama kali dirilis pada tahun 2007 tanggal 05 November, saat itu Google membuat kode-kode Android yang dilisensi oleh Apache. Dan pada waktu itu *Open Handset Alliance (OHA)* menyatakan untuk mendukung pengembangan *open source* pada perangkat *smartphone*. Untuk saat ini distributor Android terdapat dua jenis. Pertama dari *Google Mail Service*

(GMS) dan *Open Handset Distribution (OHD)* distribusi yang benar-benar bebas karena tanpa dukungan langsung dari Google.

b. Sistem Operasi iOS

iOS adalah sebuah sistem operasi yang ditanamkan pada produk-produk yang diciptakan oleh perusahaan terkenal, Apple. Awalnya iOS hanya dikembangkan untuk iPhone saja, namun seiring berkembangnya teknologi maka iOS sendiri sekarang sudah diperluas untuk bisa dipergunakan pada berbagai jenis perangkat lainnya, seperti iPad dan Apple TV. Versi terbaru dari sistem operasi iOS adalah iOS versi 6. Logo sistem operasi iOS dapat dilihat pada gambar 1.2 dibawah ini:

**Gambar 1.2**

**Logo Sistem Operasi iOS**

Sumber: <https://mindframeeducation.com/courses/introduction-to-ios-app-development-for-iphone-and-ipad/> (Diakses tanggal 11 April 2015)



Menurut beberapa sumber Apple akan meninggalkan Google Maps dan menggantinya dengan perangkat lunak lain di sistem operasi *mobile* iOS miliknya. Kelebihan dari sistem operasi iOS sendiri menurut desainer antarmuka iOS, Danilo Campos dari perusahaan Hipmunk adalah karena desain di mana tampilan iOS lebih elegan dan mudah untuk dipergunakan dibandingkan dengan sistem operasi pada *smartphone* lainnya.

c. Sistem Operasi Windows Phone

Windows Phone adalah sebuah *smartphone* yang dikembangkan oleh Microsoft sejak akhir tahun 2000. Sebelumnya pada awal tahun 2000-an Microsoft telah berhasil mengembangkan system operasi bernama Pocket PC dan dilanjutkan dengan Windows Mobile sampai versi 6.5, tetapi karena perkembangan Windows Mobile yang kurang sempurna menyebabkan Microsoft harus berfikir untuk merombak total sistem operasi untuk *smartphone* ini agar bisa menjadi semakin ideal untuk digunakan oleh semua orang. Logo sistem operasi Windows Phone dapat dilihat pada gambar 1.3 dibawah ini:

**Gambar 1.3**

**Logo Sistem Operasi Windows Phone**

Sumber: <http://www.pcworld.com/article/2079510/microsoft-may-be-desperate-enough-to-offer-windows-phone-and-windows-rt-for-free.html>

(Diakses tanggal 11 April 2015)



Salah satu perbedaan visi saat Microsoft mengembangkan Windows Mobile vs Windows Phone adalah saat itu Windows Mobile (WM) lebih diperuntukan bagi *coorporate* seperti *business work*, email dan hal yang berhubungan lainnya, tetapi saat ini Microsoft melihat bahwa semua orang sudah semakin membutuhkan *smartphone* yang memiliki banyak kemampuan baik untuk bekerja, bermain dan bersosialisasi. Itu sebabnya Windows Phone (WP) diciptakan untuk semua orang mulai dari personal sampai *coorporate*.

d. Sistem Operasi BlackBerry

BlackBerry merupakan sistem operasi yang dikembangkan oleh RIM (*Research In Motion*) untuk produk-produk BlackBerry. Sistem operasi ini mendukung *multi tasking* dan dukungan khusus bagi perangkat-perangkat inputnya seperti *trackwheel*, *trackball*, *trackpad* dan *touchscreen*. Platform BlackBerry terkenal dengan dukungannya dengan *email* korporat melalui MIDP 1.0 dan MIDP 2.0. Dimana *platform* ini juga mendukung sinkronisasi dengan Microsoft Exchange, Lotus Domino, dan Novell Group Wise. BlackBerry mendukung WAP 1.2 untuk koneksi ke jaringan internet.

Selain itu, untuk dapat meng-Update sistem operasi dapat dilakukan melalui layanan BlackBerry *OTASL* (*Over The Air Software Landing*). Sistem operasi BlackBerry juga merupakan sistem operasi terbuka dimana pengembang pihak ketiga dapat mengembangkan aplikasi-aplikasi untuk BlackBerry menggunakan BlackBerry *API* (*Application Programming*

*Interface*). Logo sistem operasi BlackBerry dapat dilihat pada gambar 1.4 dibawah ini:

**Gambar 1.4**

**Logo Sistem Operasi Blackberry**

Sumber: <http://mobilityarena.com/wp-content/uploads/2013/12/blackberry-logo.png> (Diakses tanggal 11 April 2015)



Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui kebutuhan konsumen dan selera dari pada konsumen.

Kebutuhan dan selera konsumen terhadap alat telekomunikasi semakin tinggi, kebanyakan konsumen saat ini tidak lagi semata-mata memerlukan *handphone* sebagai alat komunikasi saja. Saat ini *handphone* diharapkan bisa menjadi sebuah *smartphone* dengan mempunyai fitur-fitur yang canggih, serta dapat mengakses internet yang cepat dengan aplikasi-aplikasi yang menghibur dan fitur canggih yang diinginkan oleh konsumen.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang berkembang dengan pesat membuat setiap individu terdorong untuk memiliki sebuah alat yang mampu memenuhi kebutuhan dalam mengakses kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi tersebut, salah satunya dengan memiliki *handphone*. Pada awal kehadirannya *handphone* diciptakan untuk mengakomodasi kebutuhan komunikasi seorang individu untuk dapat dipergunakan secara berpindah-pindah, konsep ini ditujukan untuk menggantikan konsep telepon konvensional yang menggunakan jaringan kabel sebagai perantaranya.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, fungsi komunikasi yang dimiliki *handphone* terus mengalami perkembangan guna mengakomodasi kebutuhan setiap individu yang semakin meningkat terutama dalam mengakses teknologi, informasi dan komunikasi. Atas dasar tersebut maka muncul sebuah konsep telepon seluler pintar atau yang lebih dikenal *smartphone*.

*Smartphone* merupakan *handphone* yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi dengan berbagai fungsi yang menyerupai komputer yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi dengan berbagai macam aplikasi serta kegunaanya. Selama bertahun-tahun konsep *smartphone* terus dikembangkan sebagai perangkat yang lebih canggih. *Smartphone* pertama dinamakan Simon, dirancang oleh IBM pada tahun 1992 dan dipamerkan sebagai produk konsep tahun itu di COMDEX, sebuah pameran komputer di Las Vegas, Nevada. *Smartphone* tersebut dipasarkan ke publik pada tahun 1993 dan dijual oleh BellSouth, tidak hanya menjadi sebuah *handphone*, *smartphone* tersebut juga memiliki kalender, buku telepon, jam dunia, tempat pencatat, surel, kemampuan mengirim dan menerima faks dan permainan. *Smartphone* tersebut tidak mempunyai tombol-tombol, melainkan para pengguna menggunakan layar sentuh untuk memilih nomor telepon dengan jari atau membuat *faksmile* dan memo dengan tongkat *stylus*. Teks dimasukan dengan papan ketik “prediksi” yang unik



dilayar. Bagi standar masa kini, Simon merupakan produk tingkat rendah, tetapi fitur-fiturnya pada saat itu sangatlah canggih.

Fenomena pada era globalisasi sekarang ini memberi peluang munculnya berbagai jenis barang dan jasa dengan banyak merek yang terjual dipasaran. Persaingan antara merek dari setiap produk yang semakin tajam, mengakibatkan setiap konsumen dapat memilih variasi merek produk yang lebih berkualitas. Dengan memilih variasi merek produk yang lebih berkualitas maka dalam menunjang pengambilan keputusan, setiap konsumen dapat memilih sesuai dengan selera, daya beli dan kualitas produknya.

Banyak diantara produsen alat telekomunikasi berlomba-lomba menciptakan *smartphone* yang memiliki fitur-fitur canggih yang diinginkan oleh konsumen. Seperti yang kita ketahui, perkembangan *smartphone* di dunia, khususnya Indonesia saat ini sangatlah pesat. Masuknya beberapa *smartphone* mampu membuat pengguna memilih *smartphone* seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

*Smartphone* yang beredar saat ini tersedia dengan berbagai macam merk dan berbagai jenis sistem operasi basis produk (*platform*) seperti Android, iOS, Windows Phone, Blackberry dan lain sebagainya. Perusahaan riset teknologi dan pasar, *IDC (International Data Corporation)* menampilkan sebuah laporan mengenai pangsa pasar sistem operasi *smartphone* dari tahun 2011-2014 kuartal dua. Data tersebut sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Pangsa pasar sistem operasi *smartphone* didunia tahun 2011-2014 kuartal dua**

kuarter	Android	iOS	BlackBerry	Windows Phone	Other
014 Q2	84.73%	11.68%	0.50%	2.46%	0.63%
014 Q1	83.06%	15.55%	0.50%	2.70%	0.60%
013 Q4	78.07%	17.61%	0.59%	3.04%	0.69%
013 Q3	81.04%	12.95%	1.72%	3.64%	0.65%
013 Q2	79.27%	13.20%	2.88%	3.68%	0.00%
013 Q1	74.98%	17.30%	2.91%	3.24%	0.05%
012 Q4	70.15%	20.98%	3.25%	2.63%	0.13%
012 Q3	75.10%	14.85%	4.25%	1.99%	0.00%
012 Q2	68.05%	16.88%	4.81%	3.51%	0.06%
012 Q1	59.03%	23.05%	6.37%	2.17%	0.26%

*Sumber: <http://ashimima.com/4-os-smartphone-terbesar-android-ios-windows-phone-dan-blackberry/> (Diakses tanggal 11 April 2015)*

Pada tabel 1.5 terlihat penurunan data penjualan *smartphone* yang menggunakan sistem operasi lain (Others) yang mencakup berbagai sistem operasi seperti; Symbian (sejak 2012 sudah berhenti), Linux, Sailfish, dan Firefox OS serta yang lainnya turun di kuartal dua 2014, sementara Android meningkat pesat dari tahun ke tahun. Windows Phone mulai menggeliat sejak 2012 menggantikan posisi BlackBerry yang menempati posisi ketiga di tahun 2012 yang kemudian terus menurun di tahun 2013 dan 2014. Dari tabel pertumbuhan tersebut, untuk kuartal kedua tahun 2014: Android 84,73 persen, iOS 11,68 persen, Windows Phone 2,46 persen dan BlackBerry 0,50 persen.

**Tabel 1.2**

**Pertumbuhan Pangsa pasar sistem operasi *smartphone* didunia kuartal 1 tahun 2015**

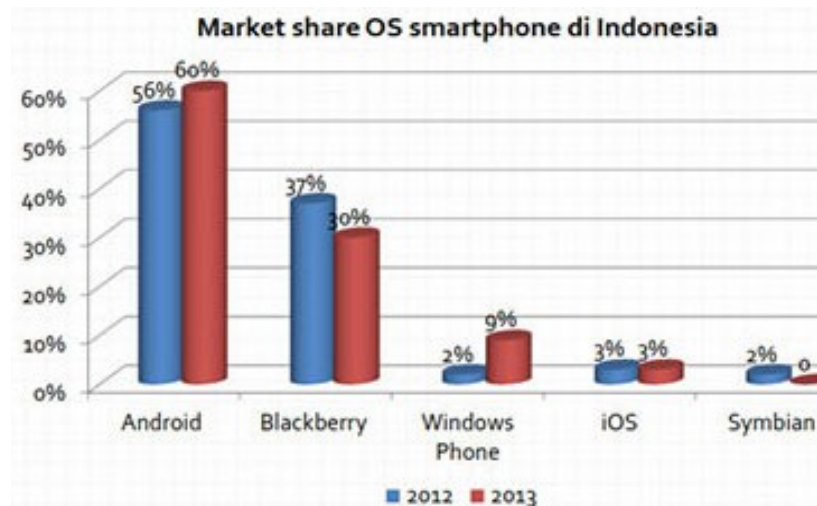
Period	Android	iOS	Windows Phone	BlackBerry OS	Others
Q1 2015	78.0%	18.3%	2.7%	0.3%	0.7%
Q1 2014	81.2%	15.2%	2.5%	0.5%	0.7%
Q1 2013	75.5%	16.9%	3.2%	2.9%	1.5%
Q1 2012	59.2%	22.9%	2.0%	6.3%	9.5%

*Sumber: <http://www.idc.com/prodserv/smartphone-os-market-share.jsp>  
(Diakses tanggal 27 Mei 2015)*

Pada tabel 1.6 terlihat fluktuasi peningkatan dan penurunan penjualan sistem operasi *smartphone* pada tahun 2015 kuartal 1 dibandingkan dengan kuartal 1 pada tahun-tahun sebelumnya. Untuk sistem operasi Blackberry mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebesar 0,5 persen pada tahun 2014, 2,9 persen pada tahun 2013 dan 6,3 persen pada tahun 2012 menjadi 0,3 persen pada tahun 2015. Pada sistem operasi Windows Phone mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 2,5 persen pada tahun 2014, 3,2 persen pada tahun 2013 dan 2,0 persen pada tahun 2012 menjadi 2,7 persen pada tahun 2015. Fluktuasi peningkatan dan penurunan juga terjadi pada sistem operasi iOS. Pada tahun 2012 sebesar 22,9 persen mengalami penurunan pada tahun berikutnya, tahun 2013 sebesar 16,9 persen dan 15,2 persen pada tahun 2014. Namun bangkit kembali pada tahun 2015 sebesar 18,3 persen. Fluktuasi kenaikan dan penurunan juga terjadi pada sistem operasi Android. Pada tahun 2012 sebesar 59,2 persen naik menjadi sebesar 75,5 persen pada tahun 2013, lalu pada tahun 2014 sebesar 81,2 persen dan mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 78,0 persen.

**Tabel 1.3**

**Pangsa Pasar Sistem Operasi di Indonesia**



*Sumber: <http://id.techinasia.com/pangsa-pasar-terbesar-android-os-paling-rentan-grafik/> (diakses tanggal 11 April 2015)*

Pada tabel 1.7 dapat dilihat tahun 2013 sistem operasi Android menguasai 60 persen pangsa pasar *smartphone* di Indonesia, naik dari 56 persen di tahun sebelumnya. Kemudian dengan Blackberry menguasai 28 persen pangsa pasar, turun dari tahun sebelumnya 37 persen. Untuk Windows Phone menguasai 9 persen pangsa pasar *smartphone*, naik dari 2 persen di tahun sebelumnya. Untuk iOS Apple masih pada posisi 3 persen, sama seperti pada tahun sebelumnya. Untuk Symbian tidak memiliki pangsa pasar yang cukup dan juga sudah kalah populer dibanding ke-empat sistem operasi *smartphone* lainnya, pada tahun 2012 sebesar 2 persen dan pada tahun berikutnya nol persen.

Dari deskripsi data-data di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan sistem operasi *smartphone* dewasa ini sangatlah pesat, pangsa pasar sistem

operasi *smartphone* di Indonesia terus bersaing. Untuk menanggapi persaingan pasar sistem operasi *smartphone* yang semakin kompetitif ini, maka aspek *positioning* dalam strategi pemasaran produk merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian yang lebih serius. Karena adanya perbedaan pangsa pasar sistem operasi yang cukup signifikan di Indonesia. Menurut Kotler dan Keller (2012:182) Dengan adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap suatu produk antara suatu wilayah dengan wilayah yang lain, maka strategi perusahaan yang harus diterapkan pada suatu wilayah tertentu haruslah berbeda pula agar produk yang didistribusikan pada konsumen dapat terserap baik oleh konsumen. Karena keberhasilan suatu produk dalam suatu persaingan tergantung pula dari bagaimana suatu produk tersebut diposisikan pada pasar sasaran yang dituju dan bagaimana konsumen mempersepsikan produk yang ditawarkan tersebut. Sedangkan persepsi Menurut Kotler dan Keller (2012:183) Persepsi (*perception*) adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.

Berdasarkan aspek *positioning* dalam strategi pemasaran produk, selanjutnya penetapan atribut dari jurnal/ penelitian terdahulu yang sudah dianggap valid, dari atribut-atribut yang telah dipilih, penelitian sistem operasi *smartphone* dilakukan secara umum, tidak meneliti secara spesifik per versi. Ini merupakan limitasi dari penelitian ini, dapat dilihat pada Lampiran 1, berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber, bahwa dalam proses pembeli *smartphone*, konsumen memakai persepsi secara umum, tidak melihat secara spesifik per versi dan juga konsumen belum tentu peduli terhadap versi dari tiap sistem operasi *smartphone* tersebut. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mengikuti pola pikir konsumen. Pertimbangan ini yang membuat penelitian dilakukan secara umum, tidak spesifik per versi.

Dari deskripsi data-data yang telah dipaparkan diatas mendasari penulis untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “**Analisis Positioning Sistem Operasi Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Dengan Multidimensional Scaling Di Jawa Barat (Studi Pada Sistem Operasi Android, iOS, Windows Phone dan Blackberry)**”. Dari analisis ini dapat diketahui peta *positioning* sistem operasi *smartphone* di analisis menggunakan metode yang tepat untuk *positioning* adalah *multidimensional scaling*. Analisis ini digunakan untuk memberi gambaran *positioning* sistem operasi *smartphone* berdasarkan persepsi konsumen dalam bentuk *perceptual map* yang dapat ditentukan sesuai dengan atribut yang dipakai.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang mengenai sistem operasi *smartphone* tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan untuk dilakukan penelitian sebagai berikut:

Bagaimanakah *positioning* sistem operasi *smartphone* berdasarkan persepsi konsumen?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui *positioning* sistem operasi *smartphone* berdasarkan persepsi konsumen.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam melakukan *positioning*/ pemetaan terhadap sistem operasi *smartphone*, serta memberikan informasi apa saja atribut-atribut yang mampu memberikan perubahan persepsi pada benak konsumen.

### 1.5.2 Aspek Praktis

Bagi para produsen sistem operasi *smartphone*, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan rekomendasi dalam aspek pengukuran citra merek, segmentasi pasar, pengembangan produk dan analisis harga dalam pelaksanaan strategi pemasaran untuk kedepannya, serta merubah persepsi dalam benak konsumen secara menyeluruh yang berkaitan dengan atribut-atribut yang ada didalam pembentukan *positioning*/ pemetaan dari tiap-tiap sistem operasi.

## 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini ditulis untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan tugas akhir disusun sebagai berikut:

### a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

### b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai hasil pengumpulan data melalui data sekunder, menceritakan hasil dan pembahasan dari pengumpulan data, dan melakukan analisis, serta menjawab perumusan masalah dalam penelitian ini.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian, saran bagi perusahaan dan saran untuk penelitian selanjutnya.