

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat Samsung

Samsung Electronics adalah salah satu perusahaan pembuat perangkat elektronika terbesar di dunia, dan berkantor pusat di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Perusahaan ini adalah perusahaan Korea Selatan yang terbesar dan merupakan ikon dari Samsung Group, yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan.

Samsung Group dibentuk pada 1938 oleh Lee Byung-chul (1910-1987). Pada 1951, perusahaan ini berubah menjadi Samsung Corporation. Samsung Electronics dibentuk pada 1969 di Daegu, Korea Selatan dengan nama Samsung Electric Industries yang pada mulanya memproduksi perangkat elektronik seperti TV, kalkulator, kulkas, pendingin ruangan dan mesin cuci. Pada 1981, perusahaan ini telah memproduksi lebih dari 10 juta TV hitam-putih. Pada 1988, perusahaan ini bergabung dengan Samsung Semiconductor & Communication. (*samsung*, 2016)



Gambar 1.1 logo Samsung

Sumber: samsung.com, 2016

1.1.2 Perkembangan Samsung Android di Indonesia

Samsung saat ini dikenal sebagai produsen handphone Android terbesar di dunia. Bahkan popularitas handphone Samsung pun mengalahkan Apple iPhone. Namun, perjalanan Samsung untuk menjadi produsen smartphone terbesar di dunia cukup lama.

Awal kesuksesan Samsung di dunia smartphone dimulai pada bulan 27 April 2009. Saat itu, Samsung meluncurkan handphone Android pertamanya,

yakni Samsung i7500. Handphone ini menawarkan layar sentuh AMOLED berukuran 3.2 inci. OS yang digunakan pada handphone ini adalah OS Android Cupcake 1.5.

Selanjutnya, keberhasilan Samsung dalam platform Android dimulai dengan peluncuran Samsung Galaxy S. Handphone ini diluncurkan oleh Samsung pada Maret 2010. Dan, tingkat penjualan handphone ini pun cukup tinggi. Pada Januari 2011, Samsung berhasil menjual handphone ini sebanyak 10 juta unit.

Keberhasilan tersebut pun merembet pada suksesor dari Galaxy S. Di antaranya adalah Samsung Galaxy S II dan Samsung Galaxy S III. Tak hanya itu, beberapa handphone Galaxy lainnya pun memperoleh sambutan tinggi di pasaran. Di antaranya adalah Samsung Galaxy Mini, Samsung Galaxy Young serta Samsung Galaxy Note. Sebenarnya, Samsung mengembangkan sebuah sistem operasi sendiri yang disebutnya sebagai OS Bada. Penamaan OS tersebut pun diambil oleh Samsung dari bahasa Korea yang memiliki arti lautan.

Pada April 2010, Samsung meluncurkan handphone pintar berbasis OS Bada pertamanya, yakni Samsung Wave S8500. Handphone ini menggunakan prosesor single core 1GHz dengan GPU PowerVR SGX 540. Pada bagian layar, handphone ini dilengkapi dengan layar Super AMOLED berukuran 3.3 inci serta kemampuan untuk merekam video HD 720p. Handphone ini pun mampu terjual sebanyak 1 juta unit dalam empat minggu pertamanya.

Namun, seiring dengan tingkat penjualan yang kurang baik, Samsung akhirnya mengumumkan bahwa mereka tidak akan melanjutkan pengembangan OS Bada. Mereka pun beralih untuk mengembangkan handphone dengan OS Tizen yang menurut rencana akan diluncurkan pada tahun 2013.

Selain itu, Samsung juga memiliki handphone pintar lainnya yang menggunakan OS Windows Phone 7. Dan, handphone Windows Phone pertama yang diluncurkan oleh Samsung adalah Samsung Omnia 7. Namun tingkat penjualan handphone ini masih belum bisa menyaingi tingkat penjualan Samsung Galaxy. (*beritateknologi.com, 2016*)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang cukup pesat di tandai dengan tingginya kebutuhan akan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai salah satu cara untuk menambah pengetahuan baru. Masyarakat dengan mobilitas tinggi membutuhkan akses informasi yang sangat cepat dan akurat dalam satu waktu dengan menggunakan *smartphone*.

Perkembangan teknologi yang cukup pesat, mendesak produsen *smartphone* berlomba untuk menciptakan perangkat pendukung untuk memudahkan aktivitas manusia yang dilengkapi dengan fitur seperti tersedianya koneksi internet, *email*, *social networking*, *streaming*, musik, *video*, *mobiletv*, *games*, dan fitur - fitur lainnya.

Sistem operasi yang dominan di Indonesia adalah Android, diikuti oleh Blackberry dan Windows OS. Namun, pada kenyataannya Android mendominasi pangsa pasar sistem operasi ponsel pintar



Gambar 1.2 Sistem Operasi Smartphone di Indonesia.

Sumber: *techno.id*, 2016

Dari gambar 1.2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 Android menguasai sistem operasi yang dominan di Indonesia. Sistem operasi Android mampu menggeser kedudukan iOS milik Apple dan juga Blackberry OS. Sebagai sistem operasi yang bersifat terbuka, Android yang dikembangkan oleh Google Inc bisa digunakan oleh semua vendor handset, tidak eksklusif untuk satu vendor saja. Dengan bersifat terbuka, pengembangan handset Android menjadi lebih murah sehingga harga jual produknya relatif terjangkau.

Samsung sebagai produsen *smartphone* Android terbesar di dunia ikut meramaikan pasar penjualan *smartphone* dan mengalahkan popularitas iPhone milik Apple. Hingga tahun 2016 [Samsung](#) masih merajai pasar [smartphone](#) di Indonesia dengan *market share* 32,2 persen untuk kuartal ketiga 2016.

Tabel 1.1

Penjualan *smartphone* pada tahun 2016

Rank	Vendor	Market Share 2016Q3
1	Samsung	32.2%
2	OPPO	16.7%
3	ASUS	8.2%
4	Advan	6.0%
5	Smartfren	5.7%
5	Lenovo	5.7%
6	Others	25.5%

Sumber: [tekno.kompas.com](#), 2016

Samsung menguasai 80% pangsa pasar *smartphone*, dan 50% pangsa komputer tablet berbasis Android di Indonesia. Sementara, di dunia Samsung menguasai 30% pasar *smartphone* Android. Andreas Rompis, Vice President Samsung Mobile, menyatakan bahwa pasar *smartphone* di Indonesia akan tumbuh 30% pada tahun ini, terutama didorong oleh *smartphone* Android. Dari total pasar *smartphone* Android, perusahaan ingin meningkatkan pangsa pasarnya di atas 80% pada tahun ini ([indonesiafinancetoday.com](#), 2016).

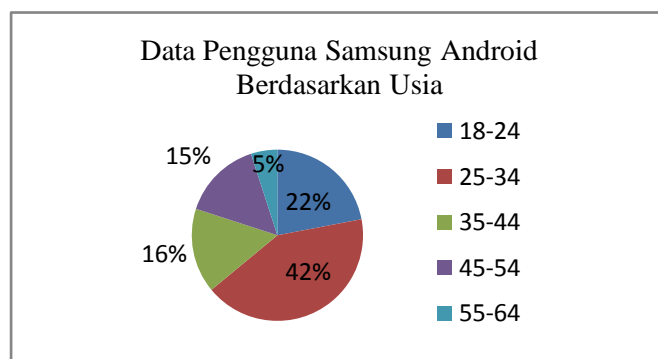
Hadirnya sistem operasi mobile Android saat ini terus mewarnai peta penjualan gadget di seluruh dunia termasuk Indonesia. Informasi menariknya adalah diprediksi penjualan *smartphone* di Indonesia akan menembus angka 12 – 15 juta unit atau sekitar 20-25% pada tahun 2015.

Dari sekian banyak vendor yang menghadirkan *smartphone* berbasis Android di Indonesia, vendor asal Korea Selatan, Samsung, menjadi pemimpin di segmen ini. Saat ini Samsung tengah menjadi raja *smartphone* untuk kawasan negara Indonesia dengan memegang lebih dari 80% pangsa pasar Android, yang diikuti oleh Sony Mobile dan vendor merk lokal Cross serta Smartfren. Diketahui bahwa sebanyak 9 dari 10 *smartphone* Android paling laku di Indonesia ternyata didominasi oleh produk Samsung, seperti Galaxy Y, Galaxy Mini, Galaxy Tab 2,

Galaxy Y Duos, dan Galaxy Chat.Smartphone untuk kelas *entry-level* dan *mid-range* dengan harga dibawah Rp 2 jutaan diketahui sebagai ponsel yang paling banyak dicari di Indonesia.Sementara itu pangsa pasar smartphone Android di Indonesia saat ini telah mencapai 50-60% disusul oleh BlackBerry dengan pangsa pasar sebesar 30%(*harianti.com, 2015*)

Sukses menjadi pemain nomor satu di kelas ponsel pintar, Samsung bukan hanya membidik kelas menengah ke atas.Kelas menengah ke bawah dianggap penting terutama pengguna segmen muda dan pengguna ponsel fitur yang hendak beralih ke ponsel pintar.Sebagai salah satu pemain penting dalam kelas*smartphone* Android, Samsung melihat segmen muda sebagai pasar potensial. Terlebih gaya hidup anak muda yang cenderung memiliki ketergantungan terhadap ponsel yang digunakannya.

Eksistensi anak muda yang identik dengan aktivitas sosial media untuk membagikan informasi dan berkomunikasi dianggap sebagai kebutuhan mendasar saat menggunakan ponsel. Selain dukungan fitur, harga juga kerap menjadi pertimbangan saat mengadopsi ponsel pintar keluaran terbaru(*tekno.liputan6.com, 2015*)



Gambar 1.3 Pengguna Samsung Android Berdasarkan Usia

Sumber: *merdeka.com*, 2016

Hasil survey menunjukkan bahwa pengguna Samsung di dominasi oleh rentang umur 18-34 tahun sebesar 70%. Alasan mereka membeli samsung adalah kebutuhan akan fitur yang kaya dalam satu device, kemudian peningkatan dan *booming*-nya *social network*, lalu semakin canggihnya *devices* Samsung dan juga fenomena “yang penting gaya”. Sehingga walaupun tidak banyak yang

mengetahui tentang fitur dan teknologi yang dimiliki Samsung, kebanyakan dari mereka menggunakan Samsung hanya sebagai prestise (*merdeka.com, 2016*).

Samsung memang termasuk unggul dalam memberikan kualitas gadget buaatannya, tak heran jika sampai saat ini, penggemar hp Samsung masih sangat banyak dan mampu menyasar ke berbagai kalangan masyarakat, baik menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Memang jika dibandingkan dengan vendor handphone pintar lainnya, Samsung termasuk sebagai salah satu pelopor.

Tidak heran jika banyak orang yang setia menggunakan handphone Samsung. Tak hanya tipe terbarunya saja yang masih banyak dicari, melainkan tipe lama Samsung Galaxy. Bahkan masih ada yang bisa dipakai selama bertahun-tahun dan tanpa mengalami kendala apapun kecuali lecet di bagian bodi karena pemakaian. Selain karena kelebihan-kelebihannya tersebut, ada beberapa alasan mengapa masih banyak orang yang memilih smartphone Samsung seperti berikut ini:

1. Berkualitas tapi terjangkau.

Meski untuk handphone sejenis dari merek lain sudah memiliki beragam fitur yang menarik namun untuk urusan kualitas, Samsung masih tetap yang terdepan. Sudah jelas, sebab vendor Samsung berasal dari Korea Selatan, bukan dari China. Tak hanya di Indonesia, keunggulan Samsung juga sudah diakui di seluruh dunia.

2. Selalu terdepan.

Seakan tidak pernah ketinggalan dalam hal berinovasi, Samsung senantiasa mampu menjadi pelopor dan menerapkan inovasi terkini pada produk-produk mereka dengan teknologi yang paling terkini. Samsung Galaxy Series selalu mengadaptasi sistem operasi Android yang ter mutakhir di setiap produk-produk barunya di samping mengandalkan fitur unggulan lain khas Samsung.

3. Layanan purna jual yang terbaik.

Sebagai salah satu vendor dengan jutaan pelanggan setia, tidak mengherankan jika Samsung juga senantiasa memperhatikan layanan kepada konsumennya dengan memberikan berbagai layanan after sales atau purna jual yang terbaik. Gerai atau outlet resmi Samsung mudah ditemukan dimana saja dengan layanan servis yang memuaskan. Selain itu sparepart handphone Samsung juga mudah ditemukan

sehingga untuk urusan reparasi handphone, Samsung mudah ditangani. Tak hanya itu saja, untuk urusan klaim garansi, Samsung Galaxy terbilang paling mudah dibandingkan smartphone merek lain (*beli.com, 2016*)

Produk merupakan barang nyata yang telah dibuat oleh sebuah perusahaan guna memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Sebelum menjadi sebuah produk, perusahaan terlebih dahulu membuat riset untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga akan tercipta sebuah produk yang sesuai dengan yang konsumen harapkan.

Konsumen dapat di bedakan dalam segmentasi yang berbeda, untuk itu perusahaan harus membagi pasarnya menjadi segmen-segmen kecil agar produknya memiliki segmen yang jelas. Segmentasi pasar dilakukan untuk membagi pasar menjadi irisan yang terdefinisi dengan baik. Segmen pasar terdiri dari sekelompok konsumen yang berbagi kebutuhan dan keinginan serupa. Tugas pemasar adalah mengidentifikasi jumlah dan sifat segmen pasar yang tepat dan menentukan target mana yang akan menjadi sasaran (Kotler, 2012:236)

Untuk membagi segmen tersebut bisa menggunakan analisis kluster. Analisis kluster berguna untuk meringkas data. Dalam meringkas data tersebut, dilakukan dengan mengelompokkan objek-objek dengan karakteristik yang sama. Analisis kluster dalam pemasaran digunakan untuk membantu mengelompokkan konsumen berdasarkan pendapat mereka terhadap produk tertentu. Analisis Kluster umumnya digunakan dalam penelitian pemasaran, misalnya untuk membentuk segmen pasar berdasarkan profil demografik dan psikografik, menentukan pasar-pasar yang serupa di beberapa negara (Hermawan, 2009:218).

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin mengetahui segmentasi konsumen produk Samsung Android di kota Bandung dengan judul “**Analisis Segmentasi Konsumen Produk Samsung Android Menggunakan Cluster Analysis (Studi Kasus Pada Pengguna Samsung Android di Indonesia Pada Tahun 2016)**”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana segmentasi konsumen produk Samsung Android?
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap variabel faktor ponsel?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui segmentasi konsumen produk Samsung Android
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel faktor ponsel

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Teoritis

Merupakan kesempatan untuk mempelajari teori tentang segmentasi konsumen.

1. Bagi Praktisi

Memberikan masukan mengenai segmentasi konsumen produk Samsung Android, sehingga memudahkan pihak Samsung untuk membuat produk yang sesuai dengan segmentasi konsumen.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian berfokus pada segmentasi konsumen yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor utama yang diperhatikan oleh konsumen dalam pemilihan produk Samsung Android. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia dengan objek pengguna Samsung Android. Periode penelitian dilaksanakan pada tahun 2016.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan penelitian terdiri dari lima bab yang memiliki keterkaitan hubungan antara satu sama lainnya. Sistematika penyajian penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, obyek studi, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran.

BAB II. KERANGKA TEORITIS

Pada bab ini berisi uraian umum tentang teori-teori yang digunakan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan perbandingan dalam masalah yang terjadi sehingga akan diperoleh gambaran yang cukup jelas.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, variable penelitian, operasional variable, teknik pengumpulan data, teknik sampling, teknik analisa

data, langkah pembangunan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, langkah-langkah penelitian dan sistematika penulisan.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain

