

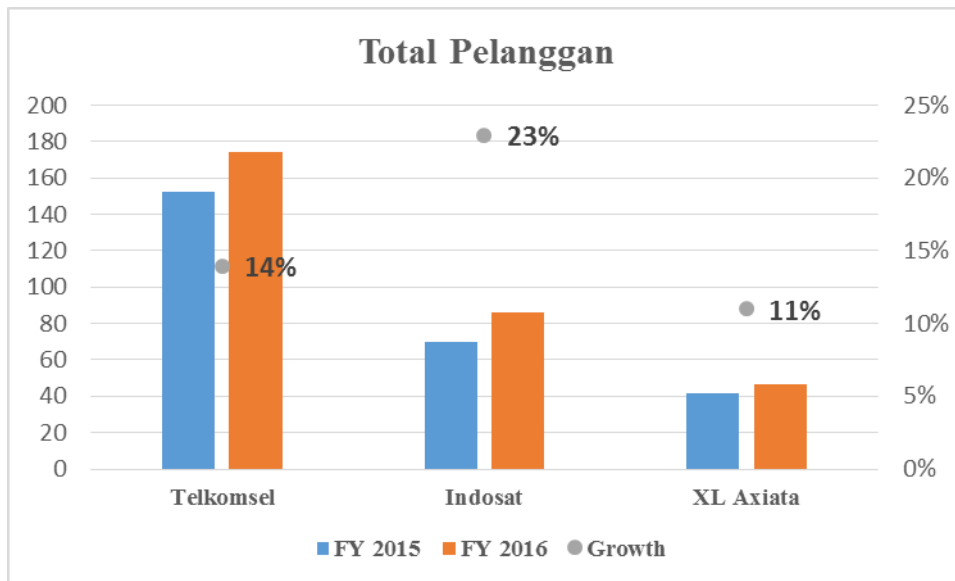
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Telkomsel berada di tengah proses transformasi untuk menjadi *Digital Company*, dengan fokus mengubah bisnis, orang, organisasi dan budaya perusahaan. Seperti yang dilakukan setiap tahun, strategi kami DNA (*Device-Network-Application*) secara keseluruhan diterjemahkan ke dalam program utama. Untuk tahun 2016, kami mendedikasikan program-program utama pada *Big Data*, *Lead 4G* dan *Customer Experience* untuk menyediakan produk dan layanan digital yang komprehensif untuk mempercepat ketersediaan Layanan Digital di Indonesia. Tujuan utama kami adalah memberdayakan orang dengan menghadirkan produk dan layanan digital yang inovatif dengan kecepatan koneksi yang lebih cepat. (*Annual Report* Telkomsel, 2016). Telkomsel saat ini merupakan operator selular terbesar di Indonesia dengan 178 juta pelanggan dan untuk melayani pelanggannya yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk juga di daerah terpencil dan pulau terluar serta daerah perbatasan negara secara total Telkomsel telah menggelar lebih dari 146 ribu BTS. Sebagai operator selular terdepan di Indonesia dalam kurun waktu 22 tahun Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan teknologi selular terkini dan menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan *mobile* 4G LTE di Indonesia pada tahun 2014.

Di tahun 2016 Telkomsel terus mempertahankan keunggulannya dengan menguasai 57% pangsa pasar dan 66% pangsa pendapatan di antara penyedia Telco Big 3 di Indonesia. Peluang dalam mengimplementasikan teknologi 4G ini tentunya dimanfaatkan oleh para operator terkemuka memperkuat posisi pasar mereka (mungkin dengan menghilangkan satu atau lebih pesaing di masa depan) sementara pendatang baru dan pemain kecil dapat memanfaatkan 4G untuk menyerang para pemimpin pasar dan dengan cepat meningkatkan pangsa pasar. Total pelanggan 3 operator selular di Indonesia terus mengalami pertumbuhan.



Gambar 1.1 Total pelanggan *Telco Big 3* Operator Selular

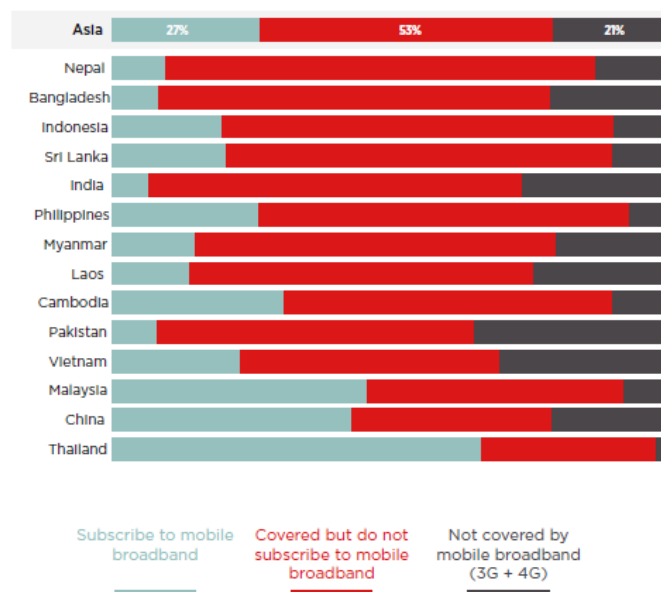
Sumber: Laporan Tahunan Indosat, Telkomsel, Laporan XL Axiata (PT. Telkomsel(2017), PT. Indosat. (2017), PT. XL Axiata. (2017)), data yang telah diolah.

1.2. Latar Belakang Penelitian

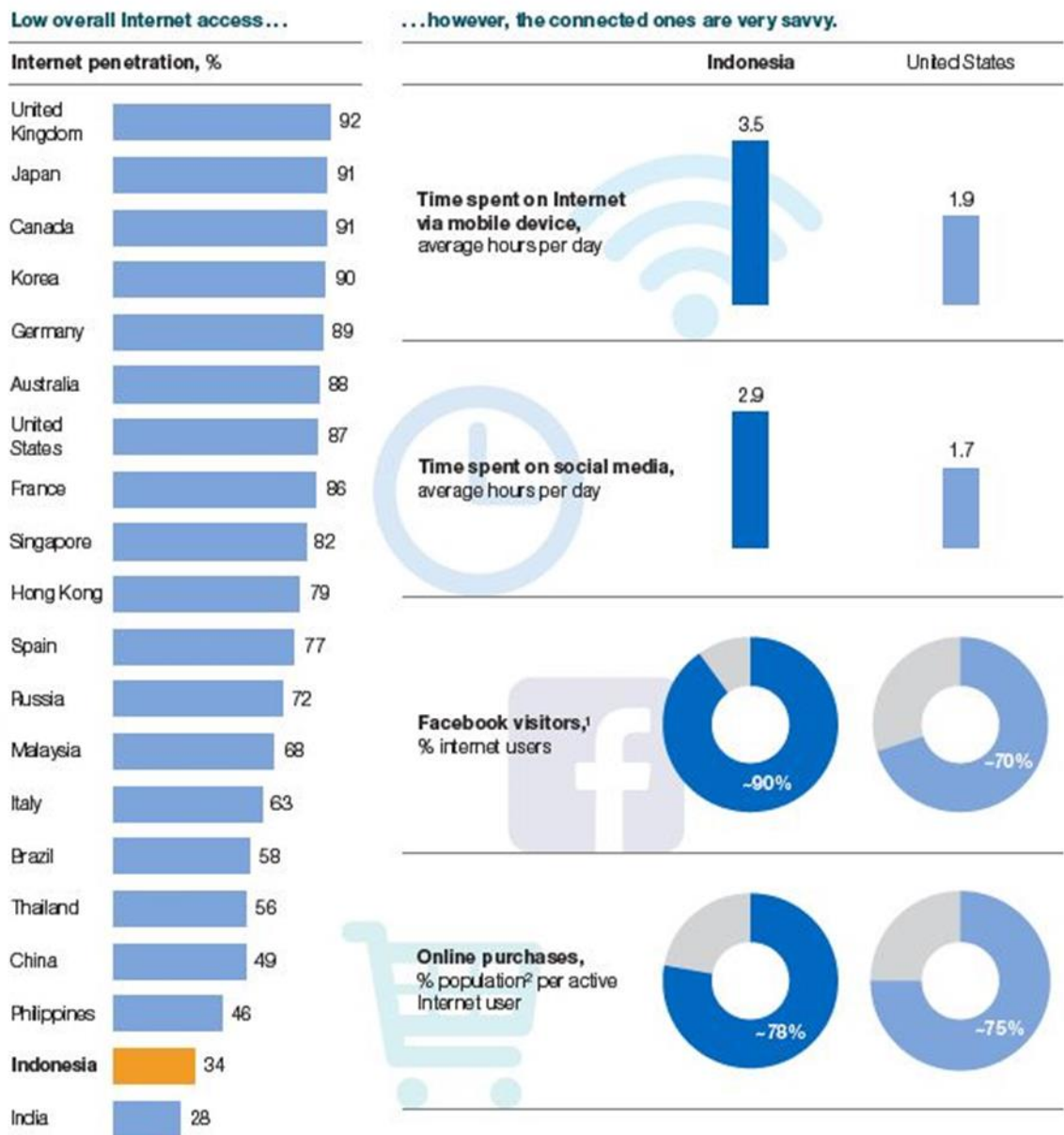
Sejak diluncurkannya teknologi 4G secara komersial di tahun 2014 di Indonesia, terlihat belum optimalnya pelanggan dalam memanfaatkan layanan 4G. Fenomena ini memang bukan hanya terjadi di Indonesia, beberapa negara di Asia juga memperlihatkan angka perbandingan yang hampir sama. Dari data survey yang ditunjukkan oleh *GSMA Intelligence* bahwa setengah (53%) orang di Asia hidup dalam jangkauan jaringan 3G atau 4G yang mampu mendukung akses internet dengan kecepatan lebih tinggi namun tidak berlangganan layanan seluler yang tersedia (gambar 1.2). *GSMA (Global System for Mobile Communications Association)* adalah asosiasi yang mewadahi kepentingan operator telekomunikasi di seluruh dunia, khususnya operator telekomunikasi yang bergerak di bidang teknologi *Global System for Mobile (GSM)*. Didukung oleh basis pelanggan lebih dari 800 operator seluler, vendor perangkat, produsen peralatan dan perusahaan keuangan dan konsultasi terkemuka di dunia, kumpulan data paling banyak diteliti di industri

ini. Sementara itu McKinsey&Company sebuah perusahaan konsultan manajemen multinasional, dalam ulasannya di artikel *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity Data* juga memaparkan data pada tahun 2016 tingkat penetrasi internet di Indonesia masih di level 34% namun orang Indonesia yang terhubung sangat cerdas secara digital. Mereka adalah *netizen* dengan kebutuhan akan konektivitas konstan, informasi instan, dan selera konten digital yang semakin meningkat. Mereka menghabiskan jumlah waktu rata-rata yang lebih tinggi dari rata-rata di Internet, terutama terlibat dalam penggunaan media sosial yang berat dan *e-commerce* (gambar 1.3).

Tingkat penetrasi ini sekitar setengah dari Malaysia dan jauh lebih rendah dari Jepang. Memang Indonesia dengan penduduknya yang relatif lebih besar, terdapat juga populasi yang cukup besar tanpa akses ke internet. Secara geografis, digitalisasi belum merata di seluruh Indonesia, dengan penetrasi Internet berkorelasi kuat dengan pendapatan per kapita, daerah yang lebih miskin memiliki penetrasi yang lebih rendah. Hanya pusat populasi besar seperti Jakarta dan Yogyakarta yang memiliki tingkat penetrasi di atas 45% (berdasarkan data Profil Pengguna Internet Indonesia 2014, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - APJII).



Gambar 1.2 *Percentage of population figure 2016 di Asia*
Sumber : GSMA Intelligence Consumer Survey (2016)

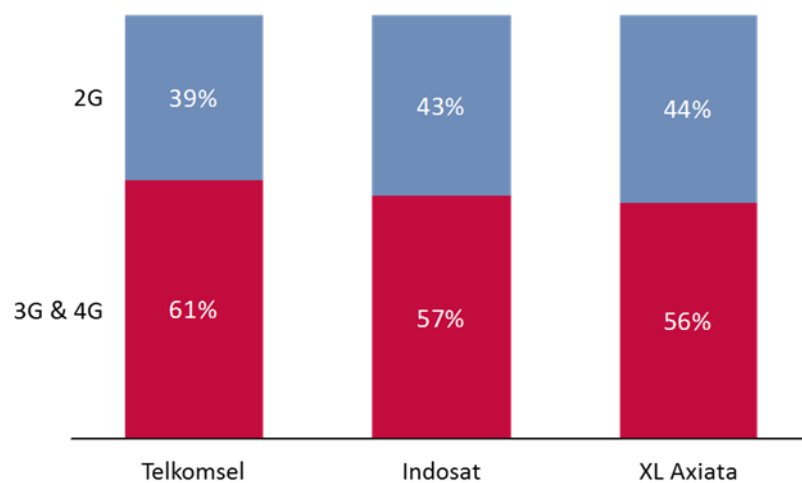


Gambar 1.3 *Internet Penetration* Tahun 2016

Sumber : McKinsey analysis based on data from *We Are Social* (2016)

Peningkatan jumlah pelanggan yang melakukan koneksi data tentunya menjadi fokus operator selular saat ini. Terlebih para operator telah melakukan investasi untuk pembangunan infrastruktur yang mendukung kualitas dan kecepatan akses internet melalui mobile broadband. Komitmen untuk mendukung upaya pemerintah dalam penyelenggaraan jaringan 4G bagi

masyarakat luas terlihat dari penambahan jumlah kota yang sudah ter-cover layanan 4G. Dalam laporan tahunan 2016, Telkomsel menyatakan telah menggelar jaringan 4G LTE di 169 kota, sementara Indosat di tahun yang sama mencatatkan pembangunan infrastruktur 4G di 112 kota dan XL Axiata hampir merambah 100 kota. Dari sisi infrastruktur pembangunan BTS masih terus dilakukan oleh operator selular. Secara total jumlah BTS, proporsi jumlah BTS 2G berkisar 40%, dominasi masih di jumlah BTS 3G dengan proporsi sekitar 50% (lihat gambar 1.4).



Gambar 1.4 Komparasi Proporsi Jumlah BTS Big 3 Telco Indonesia

Sumber: Laporan Tahunan Indosat, Telkomsel, Laporan XL Axiata ((PT. Telkomsel(2017), PT. Indosat. (2017), PT. XL Axiata. (2017)), data yang telah diolah.

Kebutuhan akan koneksi internet yang stabil dan cepat memang tidak bisa dilepaskan dalam keseharian hidup masyarakat Indonesia saat ini. Hadirnya teknologi 4G memberikan kemudahan dan kecepatan akses internet untuk masyarakat. Pada era konektivitas 4G, ada serangkaian keuntungan yang bisa didapatkan oleh penggunanya antara lain :

- 1) Kecepatan akses yang lebih tinggi, 4G LTE memungkinkan pengguna mendownload lebih banyak konten daripada 3G di jumlah waktu yang sama. Diungkapkan banyak para peneliti jaringan bahwa kecepatan akses download bisa mencapai 150Mbps.

- 2) *Data intensive*, dengan kecepatan penggunaan yang lebih tinggi memungkinkan download on-the-go seperti musik atau high-definition video streaming
- 3) *Streaming anti buffering*, selain men-download menjadi lebih cepat penggunaan jaringan 4G LTE di telepon seluler juga membuat streaming menjadi jauh lebih cepat dan tidak akan menemukan buffering.
- 4) Berkurangnya *round-trip latency* (*network latency* pada komunikasi data sering diartikan sebagai tingkat keterlambatan pengantaran pada jaringan komunikasi data dan juga suara), 4G LTE menawarkan pengurangan 50% pada round-trip latency memungkinkan penggunaan aplikasi real-time seperti VoIP, video call, dan game *online*.
- 5) Kecepatan 4G yang meningkat tentu saja dapat menguntungkan para pelaku bisnis *online* dan pengguna komersial juga. Salah satu contoh manfaat teknologi ini bagi pengguna komersial adalah kecepatan saat gambar produk komersial mereka diupload. Hal ini tentunya sangat membantu pertumbuhan industri lain seperti industri layanan konten.

Untuk dapat menikmati layanan 4G LTE, pelanggan harus menggunakan ponsel yang sudah mendukung layanan 4G dengan memakai USIM, yang merupakan kartu 4G LTE (*simcard* khusus dengan teknologi terkini untuk mendukung pengalaman akses berkecepatan tinggi). Di Telkomsel juga digelar program 4G USIM *Migration* yaitu program yang untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan yang ingin menukarkan atau mengganti kartu SIM non 4G ke kartu 4G, melalui mekanisme *online* maupun *offline* (mengunjungi Grapari). Langkah-langkah aktivasi setelah mendapatkan kartu 4G terlihat di gambar 1.5.



- 1 Dial *888*46#

- 2 Select Menu 1

- 3 Receive an SMS with your 4G PIN

- 4 Record your 4G PIN

- 5 Remove your old SIM from your phone



- 1 Put your new 4G SIM in your phone

- 2 Dial *888*46#

- 3 Select Menu 2

- 4 Enter your 4G PIN (note: case sensitive)

- 5 Select yes

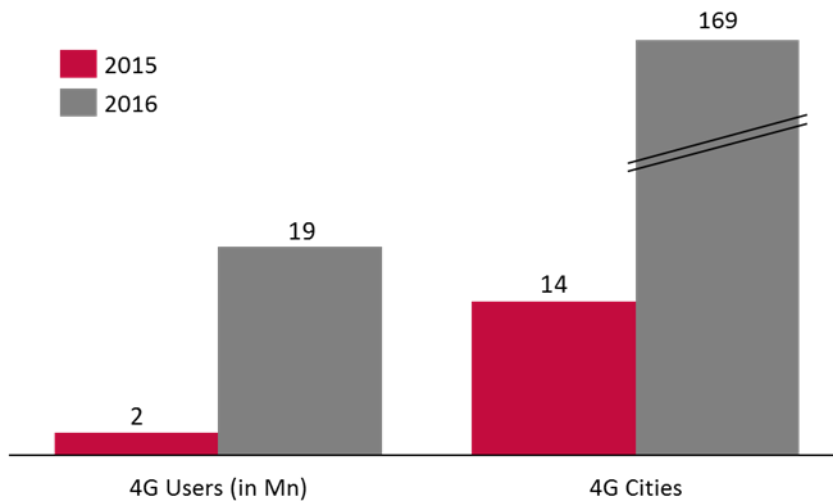
- 6 4G upgrade request completed

- 7 Receive 4G upgrade confirmation SMS. If you have not received your SMS confirmation within 15 minutes, please restart your phone.

Gambar 1.5 Langkah-Langkah Upgrade 4G USIM

Sumber: *Telkomsel Corporate Website*, www.telkomsel.com (2017)

Penetrasi 4G juga akan mampu meningkatkan pendapatan dari sisi operator seluler. Fakta ini dapat terlihat dari beberapa informasi yang disampaikan 3 operator seluler terbesar di Indonesia. Mengutip pernyataan Indosat dalam Info Memo Q1 2017 yang menyampaikan perusahaan menambahkan 5K BTS dimana 58% diantaranya adalah 3G dan 4G BTS untuk mendukung pertumbuhan data yang kuat. Sementara dari data yang disampaikan XL Axiata di Info Memo Q1 2017 bahwa konsumsi bulanan pengguna 4G adalah 1,5x konsumsi rata-rata pengguna *smartphone*. Telkomsel dengan jumlah pelanggan terbanyak juga memberikan data bahwa rata-rata pemakaian pelanggannya meningkat hingga 4x saat pengguna bermigrasi dari 3G ke 4G. Dengan data ini tak pelak para operator seluler secara agresif menggelar *campaign* dan fokus pada upaya memigrasikan pelanggannya ke layanan 4G. Pertumbuhan pelanggan 4G dan kota yang *ter-cover* jaringan 4G di Telkomsel terus meningkat terlihat dari pencapaian selama periode tahun 2015 - 2016 (gambar 1.6).

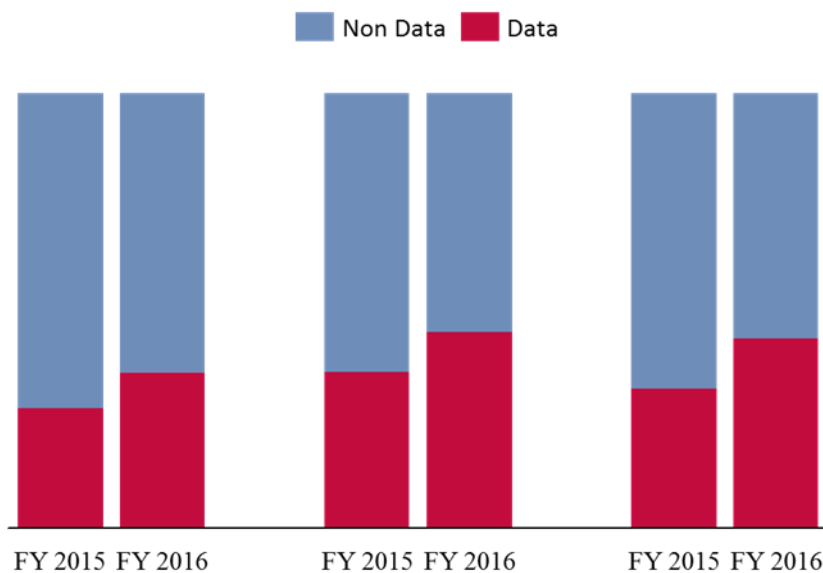


Gambar 1.6 Pertumbuhan pengguna dan kota 4G Telkomsel

Sumber: Annual Report Telkomsel (2016), data yang telah diolah

Faktor pendorong lain dari upaya para operator adalah tren industri *telco* di Indonesia yang sedang menghadapi pergeseran besar. Seiring kemajuan teknologi, *legacy service* (layanan *voice* dan SMS) menjadi kurang

relevan. Layanan voice dan sms sudah mulai dikanibalisasi oleh layanan data, karena sekarang orang dapat menggunakan data untuk panggilan dan sms, daripada menggunakan layanan 2G. Hal ini juga terlihat dari komposisi pendapatan operator seluler di Indonesia per service (gambar 1.7).



Gambar 1.7 Proporsi Revenue Top 3 Telco Companies Indonesia 2016

Sumber: Annual Report 2016 Indosat, Telkomsel, XL Axiata ((PT. Telkomsel(2017), PT. Indosat. (2017), PT. XL Axiata. (2017)), data yang telah diolah

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa kehadiran teknologi 4G sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam kualitas berkomunikasi dan dalam konteks gaya hidup di era teknologi ini. Bagi operator seluler, layanan data akan terus menjadi pendorong pendapatan utama bagi perusahaan mereka selama bertahun-tahun yang akan datang. Karena itu operator seluler mencoba mendorong pelanggannya untuk migrasi ke 4G seiring masih banyaknya potensi pelanggan yang bisa dikembangkan.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian 4G ini adalah sebagai berikut:

- 1) Teknologi 4G menghadirkan banyak manfaat bagi penggunanya, namun hingga saat ini pemanfaatannya belum optimal. Telkomsel sebagai salah satu operator terbesar di Indonesia telah melakukan upaya dari sisi infrastruktur maupun program, namun jumlah 4G *user* masih berkisar diangka 19 juta diakhir tahun 2016 (4G *user* yang dimaksud di data ini adalah pelanggan yang sudah menggunakan 4G *device* dengan USIM 4G didalamnya). Sementara yang menjadi target adalah pelanggan yang menggunakan kartu 4G USIM – di perangkat (*device*) 4G – dan *attach* di jaringan (*network*) 4G, atau lebih sering disingkat dengan istilah 4G S-D-N yang di akhir tahun 2016 masih mencapai 50% dari total 4G *user*. Untuk meningkatkan penetrasi 4G S-D-N ini diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pelanggan untuk ber-migrasi ke layanan 4G.
- 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pelanggan Telkomsel dalam menggunakan layanan 4G belum diteliti lebih lanjut dan dipahami. Dengan demikian hal ini perlu diketahui untuk dapat dikorelasikan dengan strategi pemasaran dan program yang dilakukan Telkomsel dalam meningkatkan penetrasi 4G.

Mengacu pada perumusan masalah serta mempertimbangkan salah satu teori yang dapat digunakan untuk mengetahui perilaku pelanggan dalam mengadopsi layanan 4G, maka teori UTAUT yang telah dimodifikasi merupakan model yang sesuai untuk digunakan sebagai landasan penelitian ini. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

- 1) Seberapa besar penilaian konsumen terhadap variabel - variabel dalam penelitian ini (*Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Conditions* (FC), *Affordability of Services* (AS), *Affordability of Devices* (AD), *Content* (C) dan *Process* (P)) ?
- 2) Berdasarkan model modifikasi UTAUT, faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap intensi pelanggan Telkomsel dalam migrasi ke

layanan 4G?

- 3) Apakah perbedaan tipe pelanggan (non 4G dan 4G) dan pendapatan berdampak terhadap hubungan faktor-faktor dalam model modifikasi UTAUT dalam konteks migrasi layanan 4G ini?
- 4) Seberapa besar niat konsumen untuk migrasi ke layanan 4G berdasarkan variabel-variabel dalam penelitian ini?
- 5) Apa yang harus dilakukan Telkomsel terkait peningkatan intensi konsumen untuk migrasi ke layanan 4G berdasarkan variabel - variabel dalam penelitian ini (*Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Affordability of Services (AS)*, *Affordability of Devices (AD)*, *Content (C)* dan *Process (P)*) ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar penilaian konsumen terhadap variabel - variabel dalam penelitian ini (*Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Affordability of Services (AS)*, *Affordability of Devices (AD)*, *Content (C)* dan *Process (P)*).
- 2) Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variabel yang terbukti berpengaruh terhadap intensi pelanggan dalam mengadopsi layanan 4G.
- 3) Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan tipe pelanggan (2G, 3G dan 4G) dan pendapatan memiliki dampak terhadap pengaruh dari faktor-faktor dalam model modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dalam lingkup migrasi layanan 4G Telkomsel.
- 4) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar niat konsumen untuk migrasi ke layanan 4G berdasarkan variabel-variabel dalam penelitian

ini.

- 5) Penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi bagi Telkomsel terkait peningkatan intensi konsumen untuk migrasi ke layanan 4G berdasarkan variabel - variabel dalam penelitian ini (*Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Affordability of Services (AS)*, *Affordability of Devices (AD)*, *Content (C)* dan *Process (P)*).

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait :

- 1) Manfaat bisnis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan terkait strategi dan program *4G migration* Telkomsel, mengenai faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat keputusan pelanggannya dalam menggunakan layanan 4G dan meningkatkan tingkat penetrasi 4G di Indonesia.
- 2) Manfaat akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur bagi akademisi untuk melakukan kajian penelitian lebih lanjut.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini dibagi menjadi lima bab dengan struktur dan penjelasan singkat masing-masing bab sebagai berikut::

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi paparan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi pembahasan tinjauan pustaka terkait dengan permasalahan dan variable-variable yang ingin dikaji secara lebih mendalam untuk kemudian digunakan dalam menyusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, teknik sampling, teknik pengumpulan data, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pengolahan data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan data yang telah berhasil dikumpulkan. Pada bab ini juga berisi penjelasan detail mengenai hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil-hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyampaikan kesimpulan akhir dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.