BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pesatnya perkembangan internet memiliki dampak yang besar dalam berbaga lingkup kehidupan. Saat ini kehidupan manusia tidak bisa jauh dari penggunaan internet baik dalam kegiatan sehari-sehari maupun aktivitas pekerjaan. Dalam menjalani aktivitas tersebut, masyarakat didukung oleh alat yang bisa mengakses internet baik itu laptop maupun *smartphone*. Seiring dengan cepatnya sebuah teknologi berkembang, *smartphone* dan laptop sudah tidak lagi menjadi alat yang mewah. Sudah banyak *smartphone* dan laptop dengan harga terjangkau yang memiliki spesifikasi canggih serta berbagai fitur dan layanan yang disajikan. Umumnya internet digunakan untuk mencari suatu informasi secara cepat dan mudah serta penggunaan sosial media. Pada dunia kerja internet bisa menyediakan komunikasi yang efektif menggunakan email serta meningkatkan interaksi dan transaksi bisnis. Hal ini menyebabkan berbagai penyedia layanan internet berlomba untuk menawarkan layanan atau paket internet dengan harga yang terjangkau serta akses jaringan 4G hingga 5G.

Sebuah perusahaan yang dikenal sebagai Penyedia Layanan Internet atau *Internet Service Provider*(ISP) menawarkan kepada pelanggan berbagai bentuk konektivitas online dengan biaya tertentu. Dulu metode penjualan koneksi ke internet atau akses ke internet melalui jaringan telepon, sehingga pada awalnya memiliki banyak kesamaan dengan jaringan telepon. Sekarang, berkat kemajuan teknologi, masyarakat tidak hanya dapat berkomunikasi melalui jaringan telepon, tetapi juga melalui teknologi seperti *fiber optic* dan jaringan nirkabel. Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung menyebutkan tujuan penggunaan internet di Kota Bandung antara lain untuk mendapat informasi/berita (69,22%) , Mengerjakaan Tugas Sekolah (26,52%) , Mengirim/Menerima Email (18,28%). Tujuan lainnya didominasi oleh penggunaan Sosial Media/Jejaring Sosial (90,71%) , Hiburan (64,43%) , Pembelian/Penjualan barang-jasa(24,60%), Fasilitas finansial dan kegiatan lainnya masing-masing sekitar (12,51%) dan (2,07%) (BPS,2020).

Penyedia Layanan Internet atau *Internet Service Provider* (ISP) yang ada di Kota Bandung menjadi objek studi dalam penelitian ini. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), 611 perusahaan yang berbeda beroperasi sebagai penyedia layanan internet di Indonesia (BPS,2021).

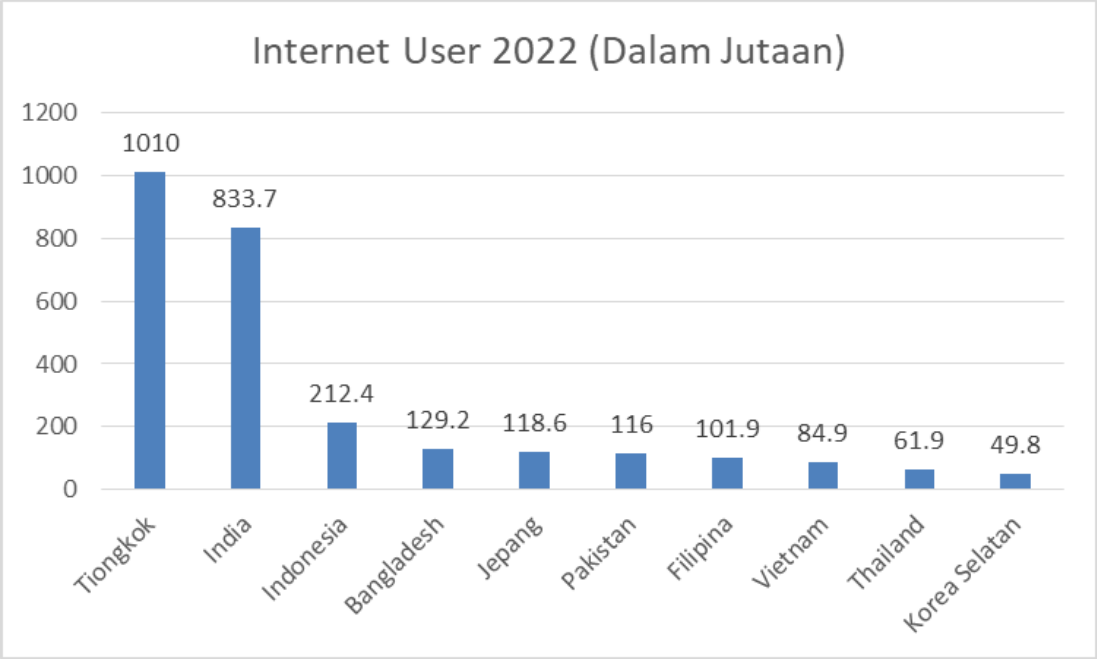
1.2 Latar Belakang Penelitian

Internet adalah industri teknologi dengan pertumbuhan tercepat, sumber persaingan paling ketat, sumber inovasi paling aktif, media partisipasi universal, dan media penetrasi terdalam yang pernah dilihat dalam sejarah manusia. Internet dan teknologi digital telah secara dramatis meningkatkan kemampuan orang dalam pekerjaan sehari-hari, pencarian informasi, komunikasi dengan dunia luar, dan penemuan. Pertukaran informasi dan pembuatan konten di internet merupakan sumber penting bagi pengetahuan dan pemahaman baru. Di satu sisi, pengetahuan yang ada dapat dengan cepat menyebar melalui internet. (Li Tao , 2021). Pentingnya industri telekomunikasi untuk pertumbuhan global, kemakmuran, dan inovasi tidak dapat dianggap berlebihan. Selama terjadinya pandemi virus corona (COVID-19), hal ini menjadi semakin nyata. Pembatasan perjalanan jarak jauh, pengaturan bekerja dari rumah (WFH), dan pembatasan pertemuan yang menimbulkan kerumunan berarti bahwa sistem telekomunikasi telah menggantikan interaksi tatap muka yang penting. Sektor telekomunikasi mengakomodasi perubahan dalam dunia kerja, membantu bisnis untuk tetap beroperasi dan masyarakat terhubung dalam kondisi yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Internet dan pertumbuhan ekonomi digital melahirkan komponen ekonomi dan sosial baru. Di tingkat industri, pengiriman ekspres dalam logistik, pembayaran elektronik dalam keuangan, take-out dalam katering, pendidikan online dalam pendidikan, layanan kesehatan cloud dalam kedokteran, dan pengiriman bertarget dalam periklanan telah muncul. Di tingkat individu, dengan berkembangnya belanja online, konsumsi utama rumah tangga sehari-hari secara bertahap meluas dari anggota keluarga yang berbelanja ke semua anggota keluarga, terutama mereka yang terampil dalam pencarian dan transaksi online (Naude dan Liebregts, 2020). Awalnya, masyarakat awam yang memiliki akses teknologi informasi hanya menggunakan internet untuk hiburan. Namun, seiring perkembangan Internet, penggunanya menjadi lebih mahir dalam menggunakan dunia teknologi tanpa batas ini. Internet biasanya digunakan untuk menghubungkan jaringan komputer di seluruh dunia dan sebagai media komunikasi. Banyak bidang (bisnis, akademik, pemerintahan, dan organisasi lainnya) menemukan manfaat dalam menggunakan Internet. Penggunaan internet semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan pengguna, termasuk untuk media online, transportasi, dan transaksi (Alcianno Ghobadi, 2020).

Kehidupan masyarakat saat ini tidak bisa lepas dari internet yang merupakan salah satu dari media informasi. Salah satu tandanya yaitu banyaknya penyedia layanan internet yang

menyediakan akses jaringan internet untuk penggunanya. Penggunaan jaringan internet tidak hanya bagi individu saja, tetapi pada cakupan yang lebih luas seperti pada perusahaan dan industri. Penggunaan bisnis Internet diperlukan untuk berkomunikasi secara aktif dengan pelanggan potensial untuk mendistribusikan dan menyebarkan informasi kepada khalayak global. Tidak seperti media komunikasi tradisional, penggunaan suara, video, teks, dan gambar di Internet memberikan gambaran umum yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan informasi untuk menyampaikan produk dan layanan kepada pelanggan secara efisien tanpa batas waktu dan tempat, yang meningkatkan nilai produk fisik melalui penggunaan informasi inti, dan untuk menangani transaksi, pesanan, faktur, dan tindakan bisnis lainnya(Yuldinawati, van Deursen, dan van Dijk, 2018). Bagi jutaan pengguna, internet telah membuat pengiriman data dan layanan melalui jaringan kabel menjadi sederhana dan lebih efisien. Waktu dan lokasi adalah dua kendala nyata yang coba diatasi oleh jaringan internt. Keterbatasan ini telah memunculkan isu internet yang memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja.



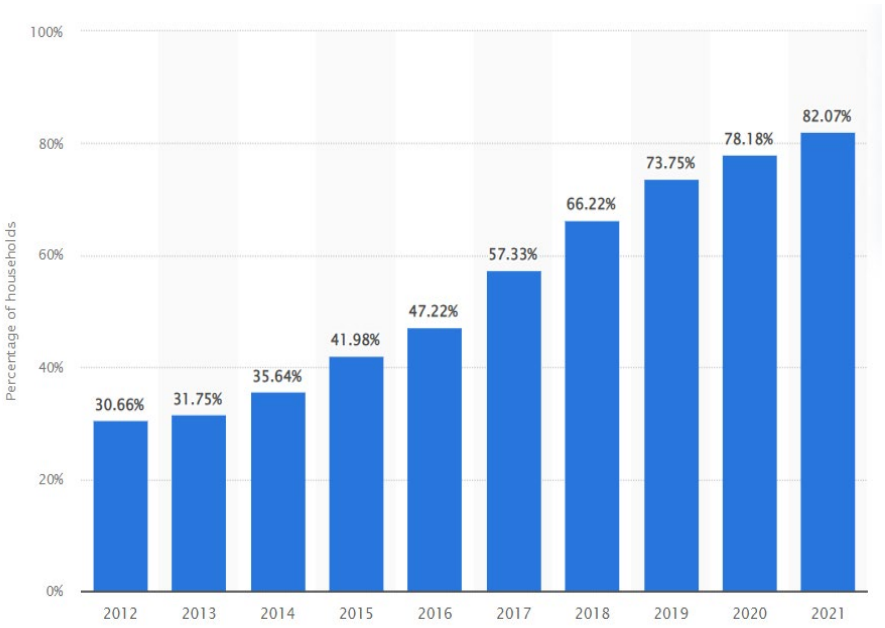
Gambar 1.1 10 Negara Asia dengan Pengguna Internet Terbesar 2022

Sumber : databoks.katadata.co.id (diakses pada 26/12/2022)

Kemajuan internet selama beberapa dekade terakhir telah memberikan bukti penting mengenai perluasan pengguna internet. Tiongkok memiliki jumlah pengguna internet paling signifikan di Asia. Menurut Internet World Stats, Pada Juli 2022, populasi pengguna internet di

Tiongkok telah mencapai 1,01 miliar, terhitung 69,8% dari total populasinya. India berada di peringkat kedua dalam hal pengguna internet di Asia, dengan 833,71 juta pengguna, yang mewakili 59,59% dari total populasi. Indonesia menyusul di belakangnya dengan 212,35 juta pengguna, mewakili 76,5% dari populasinya. Menurut statistik terbaru, Bangladesh menempati posisi kedua dalam hal pengguna internet, dengan jumlah 129,18 juta pengguna, setara dengan 977,2%. Jepang mengikuti dengan 118,63 juta pengguna, yang mewakili 93,3% dari populasi. Pakistan dan Filipina menduduki posisi ketiga dan keempat dengan 116 juta (50,9%) dan 101,9 juta pengguna, masing-masing. (91%). Vietnam memiliki jumlah pengguna internet tertinggi, dengan 84,92 juta orang yang menggunakan internet, yang mencakup 86,0% dari populasi. Thailand menyusul di belakang dengan 61,9 juta pengguna, mewakili 88,3% dari populasinya, sementara Korea Selatan memiliki 49,8 juta pengguna, yang merupakan 97% dari populasinya.

Berdasarkan hasil survei yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, persebaran pengguna internet masih terpusat di pulau Jawa dengan persentase sebesar 43,92%. Hal ini dipengaruhi oleh pesatnya kemajuan teknologi yang semakin canggih. Akibatnya, permintaan akan internet berbanding lurus dengan perubahan ini. Di era teknologi digital saat ini, internet dapat secara signifikan memfasilitasi akses publik terhadap informasi untuk berbagai keperluan, termasuk tujuan pendidikan, komersial, dan hiburan. Saat ini, ada beberapa perusahaan di bidang ini. Contoh penyedia layanan internet antara lain IndiHome, First Media, Biznet, MyRepublic, MNC Play, CBN, Link Net, dan Oxygen.



Gambar 1.2 Rumah Tangga Yang Menggunakan Internet di Indonesia Dari Tahun 2012 hingga 2021

Sumber: Statista.com (diakses pada 26/12/2022)

Pada tahun 2021, sekitar 82,1 persen dari seluruh rumah tangga di Indonesia telah menggunakan internet dalam tiga bulan terakhir. Jumlah rumah di Indonesia yang mengakses internet terus meningkat. Dikombinasikan dengan meningkatnya jumlah pengguna smartphone dan banyaknya pilihan paket data yang terjangkau, lebih banyak rumah tangga akan menggunakan internet di tahun-tahun mendatang. Peningkatan masif pengguna internet di Indonesia mengakibatkan munculnya berbagai jenis penyedia layanan internet. Perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat dalam membangun bisnis layanan internet. Oleh karena itu, penyedia layanan internet harus dapat memberikan keunggulan produk dan layanan untuk mempertahankan pelanggan dan mempertahankan bisnis mereka. Dengan memahami pengalaman pelanggan, organisasi bisnis dapat mengembangkan produk dan layanannya, menciptakan inovasi pemasaran, meningkatkan penjualan, dan menumbuhkan rasa saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan (Alamsyah dan Bernatapi, 2019). Pada Tabel 1.1 berikut merupakan daftar Penyedia Layanan Internet saat ini tersedia di Bandung.

Tabel 1.1 Daftar Penyedia Layanan Internet di Bandung

No	Nama Provider	Kecepatan Internet	Harga Langganan
1	Indihome	Up to 100 Mbps	Rp 950.000/Bulan
2	MNC Play	Up to 300 Mbps	Rp 1.000.000/Bulan
3	MyRepublic	Up to 100 Mbps	Rp 639.000/Bulan
4	First Media	Up to 300 Mbps	Rp 3.129.000/Bulan
5	Biznet	Up to 250 Mbps	Rp 700.000/Bulan
6	Mega Vision	Up to 100 Mbps	Rp 549.000/Bulan
7	MELSA	Up to 100 Mbps	Rp. 846.720/Bulan

Sumber : *Website resmi provider(diakses pada 26/12/2022)*

Teori ekonomi standar menekankan bahwa permintaan akan suatu barang atau jasa terletak pada harga barang itu sendiri. Permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pada berbagai tingkat harga dan waktu tertentu. Harga merupakan sinyal utama seseorang dalam mengambil keputusan. Jika harga dianggap tinggi dan seseorang tidak mau membayarnya, permintaan barang atau jasa tersebut tidak akan terpenuhi. Dalam hukum permintaan diketahui harga barang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi jumlah barang yang dibeli dan diminta oleh konsumen. Tentu saja harga barang itu sendiri bukanlah satu-satunya faktor yang dapat mempengaruhi jumlah barang yang diminta, faktor lain juga dapat mempengaruhinya. Berdasarkan latar belakang yang terlah dijabarkan serta fenome yang terjadi, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Untuk Berlangganan Internet Di Kota Bandung".

1.3 Rumusan Masalah

Masyarakat Indonesia khususnya yang berada di Bandung saat ini dihadapkan dengan banyaknya variasi pilihan untuk memenuhi kebutuan teknologi terutama internet. Semakin banyaknya penyedia layanan internet yang bermunculan maka akan membut penyedia lain untuk terus mengembangkan dan memberikan produk serta layanan yang lebih baik dan juga berkualitas untuk memenuhi permintaan pasar dengan banyaknya peralihan aktivitas masyarakat dari offline menuju online.

Berdasarkan rumusan masalah, maka akan timbul pertanyaan penelitian sebagao berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga atau tarif berlangganan internet terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021?
2. Apakah terdapat pengaruh pendapatan rumah tangga per kapita terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021?
3. Apakah terdapat pengaruh ukuran rumah tangga terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021?
4. Apakah terdapat pengaruh umur kepala rumah tangga terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021?
5. Apakah terdapat pengaruh tingkat pendidikan kepala rumah tangga terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terlah dijabarkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga atau tarif berlangganan internet terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pendapatan rumah tangga per kapita terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ukuran rumah tangga terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh umur kepala rumah tangga terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat pendidikan kepala rumah tangga terhadap permintaan untuk berlangganan internet di Kota Bandung periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Praktis

Penelitian ini berguna bagi indsustri penyedia layanan internet dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang tepat berkaitan dengan internet. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan jasa layanan internet untuk menyusun strategi pemasaran khususnya di Kota Bandung.

1.5.2 Aspek Akademis

Manfaat bagi penulis yaitu menambah wawasan serta pengetahuan tentang metode Ordinary Least Square dan penerapannya pada analisis faktor yang mempengaruhi permintaan untuk berlangganan internet serta sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.6 Sistem Penelitian Tugas Akhir

Penulisan penelitian ini berisi atas lima bab yang masing-masing berhubungan satu dengan yang lainnya serta berurutan, sistematika penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian yang menerapkan objek yang akan diteliti, latar belakang permasalahan yang diangkat sesuai dengan alasan dasar peneliti untuk melakukan penelitian, dilanjutkan dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan yang menjabarkan urutan penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan teori umum hingga khusus, disertai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dan analisis dari hasil penelitian sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang merupakan ringkasan dari hasil penelitian dan sara yang berkaitan dengan manfaat penelitian.