

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Industri GSM seluler di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini sangat berkembang dengan pesat, ditandai dengan masuknya beberapa “wajah baru” yang ikut meramaikan pasar industri GSM seluler di Indonesia. Saat ini ada 5 operator GSM di Indonesia:

1. PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel)
2. PT Indosat, Tbk
3. PT Excelcomindo Pratama (XL)
4. PT Hutch (Three)
5. PT Natrindo Telepon Seluler (Axis)

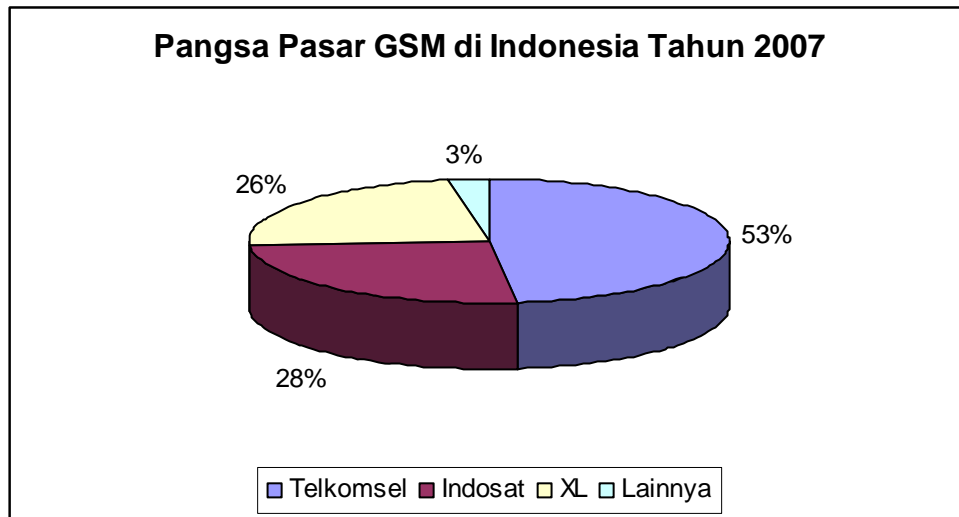
Teknologi dan fasilitas layanan komunikasi GSM seluler pun berkembang pesat saat ini. Dahulu operator-operator hanya menyediakan jasa layanan komunikasi berupa SMS (*Short Message Service*) dan telepon, tetapi saat ini operator-operator sudah menyediakan layanan - layanan dan fasilitas – fasilitas komunikasi seperti GPS, GPRS, e-mail, 3.5G dan yang terbaru adalah jaringan internet HSDPA.

Mayoritas teknologi GSM digunakan untuk layanan seluler. Rata-rata pemakaian pulsa per pelanggan (*average revenue per user/ARPU*) untuk layanan

seluler juga terbilang lumayan, sekitar Rp 72 ribu atau US\$ 8 per bulan. Pertumbuhan seluler di Indonesia memang sangat tinggi dengan teledensitasnya saat ini adalah 30% dan bisa melonjak hingga 50% pada 2010 mendatang.

GSM (*Global System for Mobile Communications*) adalah salah satu standar sistem komunikasi nirkabel (wireless) yang bersifat terbuka. Telepon GSM digunakan oleh lebih dari satu milyar orang di lebih dari 200 negara. Banyaknya standar GSM ini membuat *roaming* internasional sangat umum dengan "persetujuan *roaming*" antar operator telepon genggam. Teknologi GSM saat ini banyak berbeda dengan teknologi sebelumnya dalam pensinyalan dan *channel* pembicaraan adalah digital, yang berarti ia dipandang sebagai sistem telepon genggam *generasi kedua (2G)*. GSM merupakan sebuah standar terbuka yang sekarang ini dikembangkan oleh 3GPP. Dari sudut pandang konsumen, keuntungan kunci dari sistem GSM adalah kualitas suara digital yang lebih tinggi. Teknologi GSM biasa menggunakan frekwensi 900/1800 MHz.

Jumlah pelanggan seluler di Indonesia selama 2007 mencapai 96,41 juta nomor, tumbuh sekitar 51 persen dibanding 2006 yang hanya 63,8 juta nomor. Pertumbuhan pelanggan seluler dan telepon nirkabel ini menandai bahwa Indonesia mencatat prestasi luar biasa di dalam mengejar ketertinggalan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi (Information and Communication Technology-ICT). Hingga akhir tahun lalu (2007), pangsa pasar seluler terbesar masih dikuasai PT Telkomsel, yakni 53 persen, diikuti Indosat 28 persen, kemudian PT Excelcomindo Pratama (XL) dengan 16 persen, dan selebihnya diperebutkan operator seluler lainnya.



Gambar 1.1 Pangsa Pasar GSM di Indonesia Tahun 2007

Munculnya beberapa operator baru GSM seluler menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada industri telekomunikasi GSM seluler, produk telekomunikasi GSM seluler semakin bertambah dan beraneka ragam. Persaingan ini membawa dampak positif untuk konsumen. Ketika para operator GSM berlomba menawarkan produknya, konsumen dapat memilih sesuai kebutuhan. Murahahnya harga kartu perdana GSM membuat konsumen dapat berganti-ganti kartu sesering mungkin. Tingkat pengguna yang berguguran di tengah jalan juga tinggi, diperkirakan mencapai 30%. Indikasi ini memperlihatkan bahwa pelanggan pada masing-masing operator seluler sering kali berpindah kesetiannya, karena tertarik atau ingin mencoba menggunakan merek GSM lain yang dinilai mampu memberikan nilai tambah.

Konsumen yang telah berpindah kesetiannya selain berganti-ganti merek kartu GSM pada tiap waktu pembeliannya juga terdapat konsumen yang setiap waktu

pembeliannya menggunakan lebih dari satu merek kartu GSM yang berbeda. Pelanggan bebas memilih merek kartu GSM mana yang mampu menawarkan nilai tambah yang dapat diperoleh pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

## **1.1 Permasalahan**

Pada saat sekarang ini marak beredar berbagai jenis produk kartu GSM seluler di masyarakat. Sampai akhir tahun 2007, ada empat operator GSM yang menguasai pangsa pasar GSM selular di Indonesia. Telkomsel dengan Simpati-nya sebagai *Market Leader* diikuti oleh Indosat (Mentari dan IM3), Excelcomindo (XL bebas dan Djempol) dan PT. Hutch (Three). Untuk merebut serta mempertahankan pangsa pasar GSM masing-masing, para operator GSM saat-saat ini berperang dalam tarif pulsa. Perang tarif dimulai dari tarif pulsa SMS. Biaya tarif SMS menjadi setengah harga untuk sesama operator dan antar operator bahkan gratis sampai dengan limit SMS yang ditentukan oleh operasional operator. Setelah terjadi persaingan ketat dalam tarif SMS, para operator kini bersaing dalam tarif pulsa telepon. Dimulai dari gratis tarif telepon tetapi hanya pada waktu tertentu saja sampai ke tarif telepon murah sepuasnya sesuai dengan ketentuan harga dan operasional masing-masing operator. Dengan fungsi dasar yang sama (yaitu untuk menelepon dan SMS) dan tarif harga yang bersaing membuat masyarakat bingung memilih operator manakah yang terbaik dan yang sesuai dengan kebutuhan.

Banyak faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk menggunakan produk kartu GSM seluler, diantaranya harga tarif, jangkauan dan kekuatan sinyal, faktor komunitas, fasilitas, teknologi dan sebagainya. Komunitas menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan pasar GSM karena saat ini banyak operator-operator GSM yang menawarkan tarif murah hanya ke sesama operator. Hal ini menjadi masalah bagi operator-operator GSM yang baru terjun karena memiliki pangsa pasar yang kecil. Operator-operator baru ini memerangi hal tersebut dengan cara biaya tarif yang murah juga ke operator lain seperti promosi *triple six* -nya Axis. Masalah kualitas produk juga saat dipertimbangkan saat ini. Sering kali yang terjadi adalah *server* dari operator-operator GSM *overload* sehingga kualitas sinyal terganggu bahkan hilang atau kartu GSM tidak bisa digunakan fungsinya karena terlalu banyak pelanggan yang mengakses. Untuk layanan pelanggan juga tak kalah penting. Kadang ada beberapa operator yang *customer service*-nya sulit sekali untuk dihubungi atau juga diperlukan waktu tunggu yang cukup lama untuk dapat dihubungi. Dari hal-hal tersebut di atas yang menjadi permasalahan adalah apakah yang sebenarnya menjadi faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan dan penentu untuk konsumen Indonesia terhadap produk kartu GSM sehingga konsumen Indonesia berkeinginan untuk beralih menggunakan kartu GSM tersebut ataupun menambah kartu GSMnya.

### **1.3 Tujuan dan Manfaat**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen Indonesia dalam memilih kartu GSM seluler di Indonesia. Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bagi operator-operator GSM. Untuk operator-operator GSM, penelitian ini diharapkan dapat memudahkan operator untuk melakukan perbaikan dan memiliki acuan dalam membuat promosi produk kartu GSM baru yang *up-to-date* sehingga produk yang dikeluarkan benar-benar sesuai dengan keinginan masyarakat saat ini.

### **1.4 Ruang Lingkup**

Penelitian dilakukan kepada para pengguna kartu GSM seluler prabayar di wilayah Jakarta.