

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut laporan terbaru State of Mobile 2024 oleh Data.AI, Indonesia menduduki posisi teratas dalam hal durasi penggunaan harian smartphone, mencatatkan waktu rata-rata 6,05 jam per hari untuk aktivitas pada perangkat mobile termasuk smartphone dan tablet tahun 2023. Angka ini menempatkan Indonesia jauh di atas rata-rata global yang tercatat 5 jam, menandakan posisi negara ini di antara 10 besar negara dengan penggunaan smartphone tertinggi. Thailand, negara tetangga Indonesia di ASEAN, berada di posisi kedua. Orang Thailand menghabiskan 5,64 jam per hari, sedangkan orang Argentina menghabiskan 5,33 jam per hari.

Menurut laporan State of Mobile 2024, berikut adalah daftar negara dengan data kecanduan tertinggi terhadap perangkat mobile di dunia.

1. Indonesia

Rata-rata penggunaan *smartphone* selama 2023 adalah selama 6,05 jam

2. Thailand

Rata-rata penggunaan *smartphone* selama 2023 adalah selama 5,64 jam

3. Argentina

Rata-rata penggunaan *smartphone* selama 2023 adalah selama 5,33 jam

4. Arab Saudi 2022: 5,29 jam

Rata-rata penggunaan *smartphone* selama 2023 adalah selama 5,28 jam

5. Brazil

Rata-rata penggunaan *smartphone* selama 2023 adalah selama 5,02 jam

Berdasarkan informasi dari situs Kementerian Kesehatan Amerika Serikat, kebergantungan pada perangkat mobile, termasuk tablet dan smartphone, bisa berimbas negatif.

Dampak buruk yang timbul dari ketagihan smartphone meliputi:

1. Penyakit mata

Terpapar layar terlalu lama setiap hari mengancam mata. Kecanduan gadget membuat anak-anak sangat rentan terhadap masalah mata seperti mata lelah, mata kering, hingga masalah penglihatan.

2. Kekurangan Waktu Tidur

Penelitian telah menunjukkan bahwa memegang HP sebelum tidur dapat mengganggu kualitas tidur dan memicu masalah kesehatan. Kurang tidur dapat mengganggu aktivitas sehari-hari jika tidak dikendalikan. Hal ini dapat menyebabkan perkembangan otak, daya belajar, dan prestasi pada anak.

3. Obesitas

Ketergantungan pada gadget mengakibatkan penurunan aktivitas fisik karena lebih banyak waktu dihabiskan untuk duduk atau berbaring. Kondisi ini berbahaya, terutama bagi anak-anak yang idealnya harus lebih banyak melakukan aktivitas fisik bersama teman-temannya. Akibatnya, obesitas menjadi lebih mungkin terjadi, yang dapat memicu penyakit serius di kemudian hari seperti stroke dan serangan jantung, menandakan bahaya serius yang tidak dapat diabaikan.

4. Masalah Psikologis

Ketergantungan pada perangkat elektronik bisa memicu berbagai masalah kesehatan mental, termasuk depresi, gangguan kecemasan, kesulitan untuk fokus, serta meningkatkan risiko terjadinya perilaku

agresif dan kesulitan dalam bersosialisasi. Ini juga berpotensi membuat individu merasa kesepian karena kurangnya interaksi sosial nyata. Kondisi-kondisi tersebut menunjukkan bahaya serius dari kebiasaan berlebihan menggunakan gadget, yang memerlukan perhatian dan intervensi untuk mencegah dampak negatif jangka panjang terhadap kesehatan mental dan kemampuan sosialisasi.

5. Kerusakan Pada Otak

Seperti yang diketahui, otak manusia sensitif terhadap radiasi elektromagnetik. Oleh karena itu, benda-benda seperti perangkat yang memancarkan gelombang elektromagnetik dianggap berbahaya, terutama bagi anak-anak. Gelombang elektromagnetik yang dipancarkan oleh perangkat dianggap dapat mengganggu aktivitas otak anak, mengganggu kemampuan belajar mereka dan mengganggu perilaku mereka.

Berikut ini merupakan beberapa saran untuk mengatasi kebiasaan berlebih dalam menggunakan perangkat elektronik, dengan tujuan menghindari beragam dampak negatif yang mungkin muncul akibat kebiasaan tersebut.

Tips untuk Mengurangi Kecanduan Gadget:

1. Pastikan Orang Tua Mengawasi Penggunaan Gadget Pada Anak

Orang dewasa dapat mengontrol penggunaan gadget sesuai kebutuhan. Tentukan prioritas hanya untuk hal-hal yang penting, seperti bekerja atau bermain permainan, dan berkonsentrasi pada kehidupan nyata. Orang tua harus membatasi penggunaan gadget oleh anak-anak mereka. Mereka bisa memberi tahu anak-anak bahwa orang tua boleh menggunakan gadget kapan saja mereka mau. Sampaikan waktu yang tepat untuk menggunakan dan fokus tanpa gadget.

2. Buat Acara yang Menyenangkan

Anda dapat mencoba melakukan aktivitas yang menyenangkan daripada terlalu banyak menggunakan perangkat elektronik hanya untuk

hiburan. Bertemu dengan teman-teman, mencoba hobi baru, membaca buku, dan hal-hal lainnya. Orang tua dapat melibatkan anak-anak mereka dalam aktivitas yang menyenangkan. Bisa bermain peran di dalam rumah, berjalan ke taman dekat rumah, dan berbagai hal lainnya.

3. Buat Area Rumah Bebas Gadget

Dimungkinkan untuk mencapai kesepakatan tentang kebiasaan tanpa perangkat elektronik di rumah. Hal ini dapat dicapai dengan menetapkan aturan yang melarang seseorang bersama dengan perangkat elektronik, seperti saat berada di ruang makan, ruang keluarga, televisi, dan kamar tidur.

4. Kenali Risiko Menggunakan Perangkat Terlalu Lama

Banyak penelitian telah menunjukkan bahwa paparan terlalu lama pada perangkat elektronik banyak dikaitkan dengan masalah fisik dan mental. Orang tua wajib mungkin memberi tahu anak-anak bahwa perangkat tersebut dapat menyebabkan masalah seperti sakit mata, kelelahan, dan lainnya.

Berdasarkan informasi yang tersedia, Indonesia termasuk dalam jajaran negara dengan waktu penggunaan smartphone yang paling tinggi secara global. Dari perspektif yang logis, kondisi ini juga sejalan dengan tingkat pembelian smartphone di wilayah tersebut.

Di tengah perkembangan teknologi modern, telepon pintar telah menjadi unsur krusial dalam kehidupan sehari-hari. Kini, telepon genggam tidak hanya untuk berkomunikasi melintasi batas, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mengakses informasi, menyediakan hiburan, serta menyimpan data penting.

Saat ini, smartphone telah berkembang menjadi alat serbaguna yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan pengelolaan finansial pribadi dan mengikuti pendidikan secara daring. Bukan hanya itu, bidang seperti monitor kesehatan, sektor agrikultur, serta kehutanan juga telah melihat transformasi

signifikan. Kemampuan smartphone dalam mengumpulkan, menganalisa, dan menyampaikan informasi berkontribusi pada efisiensi proses dan kecerdasan dalam pengambilan keputusan.

Industri smartphone, berkat kemajuan teknis yang konstan dan pasar yang luas, telah menunjukkan ekspansi dan inovasi yang signifikan karena ketatnya integrasinya dengan berbagai aspek kehidupan sehari-hari.

Menurut data terbaru dari Insider Monkey, diperkirakan sebanyak 7,33 miliar individu di seluruh dunia akan menggunakan ponsel atau smartphone pada tahun 2023, mencakup 91,40% dari populasi global, menandakan semakin banyaknya negara yang melaporkan peningkatan jumlah pengguna smartphone tiap tahunnya.



Gambar 1.1 10 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia Tahun 2023

Sumber: Insider Monkey (2023)

Berdasarkan data terkini dari Insider Monkey, diperkirakan 7,33 miliar orang di seluruh dunia akan menggunakan ponsel atau smartphone pada tahun

2023, mencerminkan 91,40% dari keseluruhan populasi dunia. Ini menunjukkan peningkatan jumlah pengguna smartphone di banyak negara setiap tahunnya. Di pasar smartphone global tahun 2023, Android mendominasi dengan pangsa pasar sebesar 70,93%, sementara iOS memiliki 28,37%. Menurut Insider Monkey, terdapat proyeksi bahwa Samsung akan menjual sekitar 64 juta smartphone secara global di kuartal ketiga tahun 2022. Perkiraan untuk tahun 2023 menunjuk pada peningkatan signifikan hingga kira-kira 270 juta unit.

Pada tahun 2025, perkiraan menunjukkan bahwa negara-negara seperti China, India, Indonesia, Nigeria, dan Pakistan akan memimpin dalam jumlah pengguna smartphone, simbolisasi masa depan akses internet. Informasi ini didasarkan pada analisis dari GSMA, sebuah organisasi perdagangan seluler, serta temuan oleh World Advertising Research Center (WARC).

Berdasarkan informasi yang dianalisis oleh Insider Monkey dan NEWZOO, daftar sepuluh negara dengan populasi pengguna smartphone terbesar global telah disusun.

1. China

China menempati posisi teratas dengan jumlah pemilik smartphone tertinggi, yaitu sekitar 783 juta orang. Menurut data dari Worldometers tanggal 16 Juli 2023, populasi China mencapai 1,425 miliar, menunjukkan bahwa sekitar 55% populasi negara itu menggunakan smartphone.

Di China, brand terkemuka seperti Huawei, Xiaomi, Oppo, Vivo, dan Lenovo mengambil bagian besar dari market. Apple adalah merek luar China yang terkenal yang berhasil meraih sekitar 20% dari pasar smartphone 5G. Dengan harga yang kompetitif, merek-merek ini berhasil mendominasi pasar. Negara ini juga sedang berusaha meningkatkan inovasi dan pertumbuhan di sektor teknologi 5G, dengan target mencapai 1 miliar koneksi 5G pada tahun 2025.

2. India

India, yang memiliki populasi sebesar 1,429 miliar, tercatat memiliki 375 juta pengguna smartphone, berdasarkan data dari Worldometers. Merek-merek populer seperti Xiaomi, Samsung, Vivo, Realme, dan Apple sangat diminati di negara yang terkenal dengan Taj Mahal ini. Sistem operasi Android menjadi pilihan utama di India karena harganya yang terjangkau dan kemudahannya. Kenaikan penggunaan smartphone, khususnya di kalangan anak muda, berpotensi merombak cara pembelajaran dengan memfasilitasi akses ke berbagai sumber pendidikan, kursus online, dan e-book.

3. Amerika Serikat

Amerika Serikat menempati posisi teratas sebagai negara dengan jumlah pengguna smartphone terbanyak, mencapai 252 juta orang. Di negara ini, merek-merek seperti Apple, Samsung, Google, dan OnePlus mendominasi pasar, berlomba untuk menarik minat konsumen dengan menyuguhkan fitur-fitur canggih dan pengalaman pengguna yang terdepan. Rata-rata, warga dewasa di Amerika Serikat menghabiskan sekitar dua jam lima puluh lima menit per hari menggunakan ponsel pintar mereka.

4. Rusia

Rusia adalah negara dengan 144 juta penduduk, dan 92 juta dari mereka menggunakan smartphone. Samsung dan Apple adalah merek yang paling populer di negara-negara yang berbatasan dengan China ini. Smartphone dari merek China seperti Xiaomi dan Realme semakin diminati berkat penawaran mereka yang menggabungkan spesifikasi canggih dan harga yang kompetitif. Di Rusia, keputusan pembelian konsumen sering kali didasari oleh perbandingan antara harga produk dan manfaat yang akan diperoleh.

5. Brazil

Di Brasil, sekitar 87 juta individu telah menjadikan smartphone sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, posisi ini menempatkan negara tersebut sebagai salah satu pengguna terbesar di dunia. Statistik menunjukkan bahwa mereka menghabiskan waktu rata-rata 5,4 jam per hari menggunakan perangkat mereka

selama kuartal kedua tahun 2021. Menurut sumber dari Insider Monkey, diperkirakan pada akhir tahun 2025, negara yang memiliki penduduk sekitar 216 juta ini diprediksi akan memelopori industri smartphone dengan jumlah koneksi yang mencapai angka 218 juta.

6. Indonesia

Dengan populasi yang mencapai 277 juta jiwa, Indonesia menduduki posisi keempat sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar secara global. Berdasarkan informasi dari Worldometers per tanggal 8 Agustus 2023, negara ini juga menempati urutan keenam di dunia berdasarkan jumlah penggunanya yang memanfaatkan smartphone.

Diperkirakan pada tahun 2027, akan ada 115 juta orang yang menggunakan smartphone di Indonesia. Di tahun 2023, Oppo, sebuah merek dari China, mendominasi pasar dengan menguasai 20,38% pangsa pasar smartphone di negara tersebut.

7. Jepang

Jepang memiliki 70 juta pengguna smartphone, dengan jumlah ini diproyeksikan akan terus bertambah. Insider Monkey merilis laporan bahwa pada tahun 2027, sekitar 94% dari total populasi di negara tersebut akan menggunakan smartphone. Ini menandakan peran signifikan yang dimainkan oleh smartphone dalam rutinitas sehari-hari masyarakat Jepang.

8. Jerman

Jerman menempati posisi kedelapan dalam daftar negara dengan pengguna smartphone terbanyak, memiliki sekitar 65 juta pengguna menurut Insider Monkey. Bersebelahan dengan Swiss, negara ini menunjukkan preferensi kuat terhadap merek Samsung dan Apple. Data per Januari 2023 menunjukkan bahwa Samsung menguasai 34% dari pasar smartphone di Jerman, sedangkan Apple mendominasi dengan persentase yang lebih tinggi, yakni 40,4%.

9. Meksiko

Meksiko menempati peringkat kesembilan dalam peringkat global berdasarkan jumlah pengguna smartphone, berada tepat setelah Guatemala yang memiliki 60 juta pengguna. Di Meksiko, Android memegang posisi teratas sebagai sistem operasi yang paling banyak digunakan, dengan persentase pengguna mencapai 77% sampai April 2023. Sementara itu, iOS, platform dari Apple, berhasil menarik sekitar 22,6% dari pasar.

10. Britania Raya

Dalam negara monarki yang dikomandoi oleh Raja Charles III, pengguna smartphone mencapai 55 juta. Berdasarkan Insider Monkey, Samsung telah mendominasi pasar di wilayah tersebut dengan meraih 30% pangsa pasar pada tahun 2021.

Menurut Laporan We Are Social hingga Januari 2023, tercatat bahwa Indonesia memiliki 213 juta pengguna internet, yang mewakili 77% dari keseluruhan penduduk negara tersebut yang berjumlah 276,4 juta orang di permulaan tahun.

Pada Januari 2022, terdapat penambahan sebanyak 202 juta orang yang menggunakan internet di Indonesia, menandai kenaikan sebesar 5,44% dalam basis tahunan.

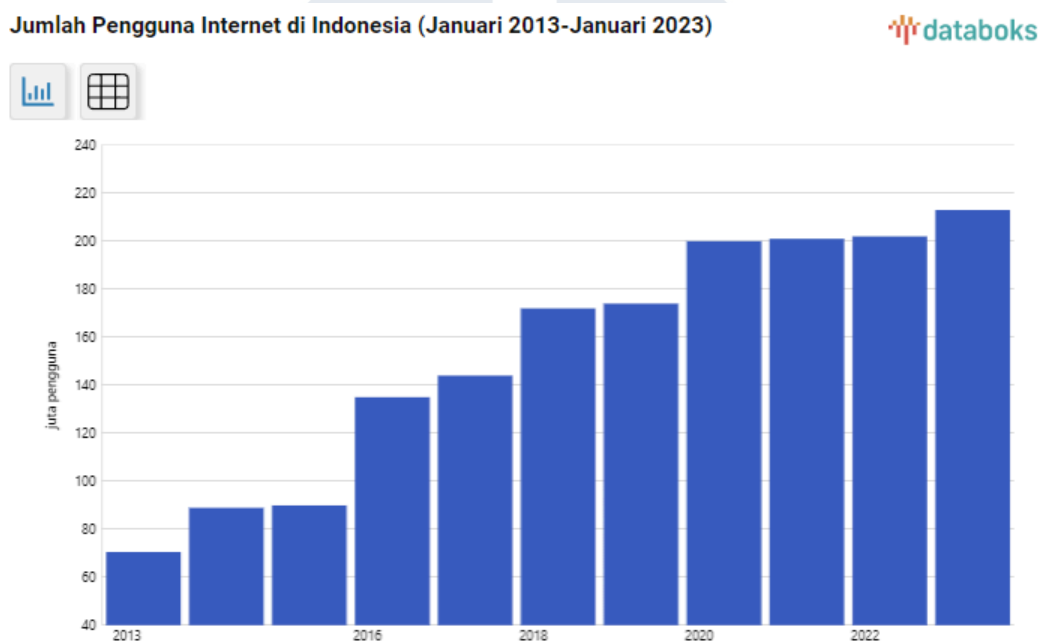
Dari Januari 2013 hingga Januari 2022, Indonesia mengalami kenaikan pengguna internet dari 70,5 juta menjadi 142,5 juta, merefleksikan pertumbuhan sekitar 50,16% dalam dekade tersebut. Pertumbuhan ini, namun, melambat menjadi hanya 0,5% year-on-year pada Januari 2022.

Laporan tersebut juga mengungkapkan bahwa individu di Indonesia menghabiskan waktu sekitar 7 jam 42 menit per hari untuk berselancar di internet. Selain itu, hampir seluruh populasi, dengan persentase mencapai 98,3%, memilih menggunakan ponsel sebagai sarana untuk terkoneksi dengan internet.

Meski angka penggunaan internet di Indonesia cukup tinggi, negara ini masih dihadapkan pada tantangan signifikan terkait dengan akses internet.

Berdasarkan data dari We Are Social, pada awal 2023, sekitar 63,51 juta warga di negara ini belum memiliki akses ke internet.

Dengan total tersebut, posisi Indonesia menempati urutan kedelapan di dunia dari segi jumlah penduduk yang belum menggunakan internet. Sementara itu, India memuncaki daftar dengan jumlah orang yang belum terkoneksi sebanyak 730,02 juta.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013 - Januari 2023)

Sumber: Databoks (2023)

Antara bulan April dan Juni 2023, perusahaan yang mengelola merek ponsel Techno, Itel, dan Infinix, yaitu Transsion, berhasil mencatatkan angka produksi smartphone mencapai 25,1%. Faktor-faktor seperti peningkatan stok, peluncuran model-model baru, serta ekspansi Transsion ke segmen pasar menengah hingga atas berkontribusi pada tingginya volume produksi perusahaan tersebut, berdasarkan laporan dari TrendForce. Hasil ini turut mendorong posisi Vivo mengalami kenaikan dengan total produksi smartphone yang bertambah sebanyak 23 juta unit, atau meningkat sebesar 15% secara year-on-year (yoy).

Selain faktor ekonomi yang tidak menentu dan potensi penurunan dalam pembuatan produk, diperkirakan oleh TrendForce bahwa industri smartphone akan mengalami perubahan signifikan di semester kedua tahun 2023. TrendForce menunjukkan bahwa sulitnya membalikkan trend penurunan produksi smartphone di tingkat global tidak akan banyak berubah, meskipun ada perbaikan dalam indikator ekonomi di India. Di sisi lain, penetrasi internet mobile telah mencapai 57% dari total populasi dunia, naik 2% dari tahun sebelumnya.

Laporan tersebut menyatakan, seperti dikutip Bisnis.com pada Kamis (12/10/2023), “Secara mayoritas, pengguna ponsel pintar selama 3 kuartal tahun lalu berasal dari negara dengan pendapatan menengah ke bawah.” Namun, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, jumlah orang di seluruh dunia yang menggunakan ponsel pintar pada tahun 2022 tidak banyak berubah.

Meskipun kemajuan signifikan dalam penyediaan jaringan broadband seluler global, hampir seperempat dari populasi dewasa global, atau 23%, tidak memanfaatkan fasilitas internet seluler menurut laporan GSMA. Alasan utamanya, banyak yang bermukim di wilayah pedesaan belum terjangkau oleh manfaat digital ini. Di lain pihak, terkait penggunaan smartphone, Indonesia berada di urutan keempat secara global, setelah China, India, dan Amerika Serikat dalam hal jumlah pengguna aktif.

Pada tiga bulan pertama tahun 2023, Samsung, perusahaan asal Korea Selatan yang memproduksi smartphone, berhasil memegang 22,5% dari total pangsa pasar smartphone global, menurut data yang dikeluarkan oleh International Data Corporation (IDC). Walaupun terjadi penurunan sebesar 23,7% dalam market share Samsung dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2022, masih belum ada pesaing yang berhasil mengatasi penurunan ini.

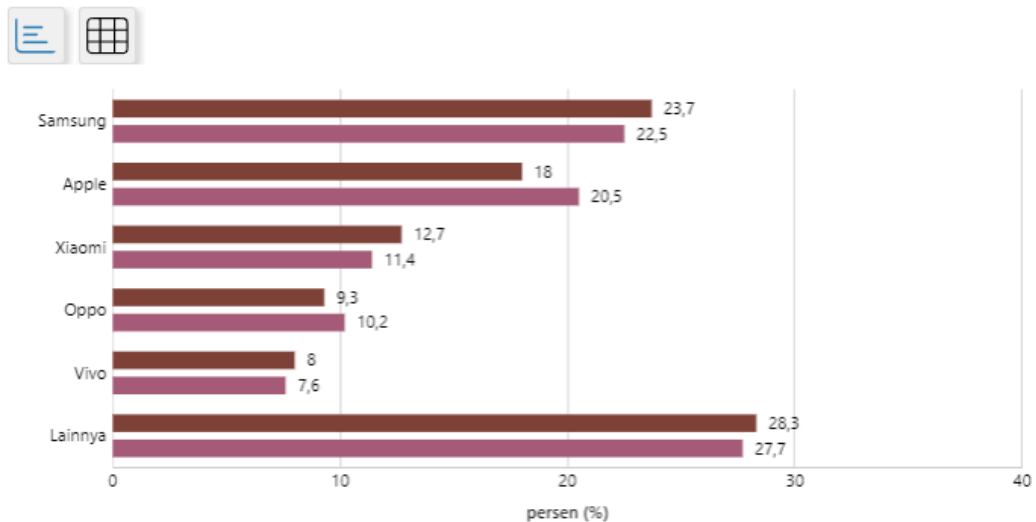
Dalam kuartal pertama 2023, Samsung mendominasi 22,5% dari keseluruhan pasar smartphone global, genap menurut data International Data Corporation (IDC). Meskipun Samsung mengalami penurunan sebesar 23,7% dalam penguasaan pasar dibanding tahun 2022, tetap belum ada rival yang

mengungguli penurunan tersebut. Apple, di posisi berikutnya, menikmati 20,5% dari market share, mencatatkan pertumbuhan sebesar 18% dari kuartal pertama tahun lalu. Xiaomi menduduki peringkat di bawah dengan 11,4%, menunjukkan penurunan dari 12,7% di kuartal yang sama tahun 2022. Berdasarkan grafik terlampir, brand seperti Oppo dan Vivo juga mencatat penurunan signifikan dalam share pasar mereka di kuartal pertama tahun 2023.

Beragam merek ponsel pintar mengalami penurunan jumlah pengiriman produk mereka, bukan hanya berkurang dalam hal pangsa pasar. Market player lebih memilih untuk bertindak dengan kehati-hatian dalam distribusi produk mereka daripada merilis stok berlebih hanya untuk memperoleh keuntungan segera, sebagaimana diungkapkan oleh IDC. Nabila Popal, yang menjabat sebagai Direktur pada Worldwide Tracker IDC Research Team, menekankan, "Saya pikir itu adalah langkah bijak agar terhindar dari kondisi merugikan yang terjadi pada tahun 2022."

Proporsi Pangsa Pasar/Market Share Smartphone Secara Global (Kuartal I 2023)

databoks



Gambar 1.3. Proporsi Pangsa Pasar / Market Share Smartphone Secara Global (Kuartal I 2023)

Sumber: Databoks (2023)

Pada kuartal kedua tahun 2023, jumlah produksi ponsel pintar di seluruh dunia turun menjadi 272 juta unit, menunjukkan penurunan 6,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencatatkan produksi 292 juta unit, menurut analisis dari TrendForce.

TrendForce menemukan beberapa komponen utama yang secara alami menyebabkan penurunan produksi smartphone global. Penurunan tersebut dapat diatribusikan ke fluktuasi permintaan di negara-negara berkembang seperti India dan penurunan minat pembelian di Tiongkok meskipun telah terjadi pelonggaran pembatasan atau lockdown pasca pandemi.

Selain itu, ekonomi yang melemah membuat konsumen membatasi pengeluaran mereka. Sebagai respons, perusahaan memangkas volume produksi mereka di kuartal ini. Dampaknya dirasakan oleh dua pemain utama di industri, Samsung dan Apple, dengan penurunan signifikan dalam produksi global smartphone. Tercatat, produksi Apple mengalami penurunan sebesar 21,1% year over year (yoy), mencapai 42 juta unit di Kuartal II-2023.

Selama periode yang sama, Samsung juga melihat penurunan produksi sebesar 12,4% dibandingkan tahun sebelumnya, namun masih berhasil memproduksi 53,9 juta unit. Hal ini menjadikannya sebagai produsen dengan output tertinggi di antara pesaing utama lainnya, termasuk produsen elektronik dari Korea Selatan.

Pada kuartal kedua 2023, Xiaomi mencatatkan peningkatan produksi sebesar 32,1% (yoy) dengan total 35 juta unit. Sementara itu, Oppo mencapai 33,6 juta unit, menandai kenaikan sebesar 25,4%.

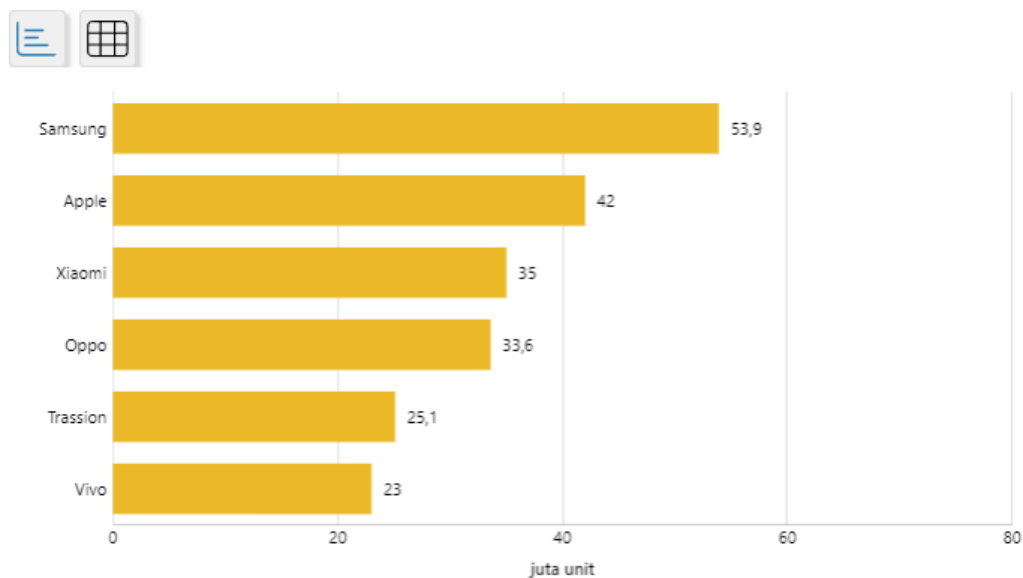
Selama periode April hingga Juni 2023, Transsion, sebuah perusahaan Tiongkok yang memproduksi merek Techno, Itel, dan Infinix, mengalami kenaikan volume produksi smartphone yang signifikan, mencapai angka 71,9% dari tahun ke tahun. Ini menyebabkan produksi perusahaan ini membentuk 25,1% dari total produksi tersebut.

Beberapa faktor yang berkontribusi pada peningkatan signifikan dalam produksi smartphone Transsion, termasuk pertumbuhan inventaris, peluncuran model-model baru, serta ekspansi perusahaan ini ke segmen pasar yang lebih luas, dengan fokus pada kelompok konsumen menengah ke atas, menurut TrendForce. Keberhasilan Transsion dalam meningkatkan produksinya juga memengaruhi posisi Vivo, yang tercatat mengalami kenaikan produksi sekitar 23 juta unit, atau meningkat sebesar 15% dari tahun ke tahun.

TrendForce memproyeksikan bahwa kondisi ekonomi yang tidak menentu dan potensi menurunnya produksi dapat menyebabkan perubahan signifikan dalam pasar smartphone di paruh kedua tahun 2023. Terlepas dari apakah situasi ekonomi di India menunjukkan perbaikan, perkiraan masih menunjukkan kesulitan dalam memulihkan volume produksi smartphone global ke level sebelumnya.

Volume Produksi Smartphone di Dunia (Kuartal II 2023)

 databoks



Gambar 1.4 Volume Produksi Smartphone di Dunia (Kuartal II 2023)

Sumber: Databoks (2023)

Penjualan smartphone di seluruh dunia turun 8% dari periode sama tahun lalu (tahun ke tahun/tahun ke tahun), dengan seluruh vendor smartphone terkena dampaknya, menurut laporan firma riset Counterpoint Research. Menurut

Counterpoint Research, terdapat penurunan penjualan tahun ke tahun, yang sebagian besar disebabkan oleh kecepatan pemulihan permintaan dari konsumen yang tidak secepat yang diharapkan.

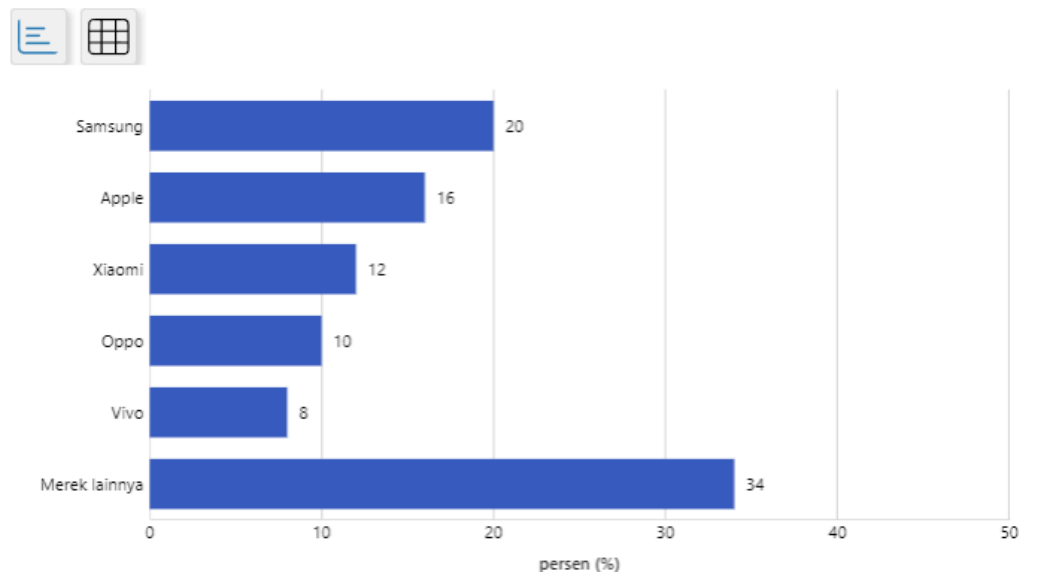
Pada kuartal keempat 2023, diperkirakan pasar Apple akan mengalami pertumbuhan yang signifikan, seiring dengan perluasan penjualan iPhone 15 ke lebih banyak wilayah dan peningkatan aktivitas belanja menjelang akhir tahun.

Berikutnya, Xiaomi mengalami penurunan dalam pangsa penjualan global smartphone, tercatat menurun sebesar 15% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, hingga mencapai 12%.

Selanjutnya, Oppo berhasil memperoleh pangsa pasar sebesar 10%, sementara Vivo mencapai 8%. Keduanya mengalami penurunan tahunan dalam penjualan, yaitu 10% untuk Oppo dan 14% untuk Vivo.

Berdasarkan laporan dari Counterpoint, trio produsen perangkat seluler Tiongkok sedang berupaya mempertahankan kedudukan mereka di pasar dominan, yaitu Tiongkok dan India, sekaligus menunda ekspansi mereka ke wilayah baru.





Gambar 1.5 Pangsa Pasar Smartphone Global Berdasarkan Merek (Kuartal III 2023)

Sumber: Databoks (2023)

Dalam konteks tren pengiriman smartphone global, laporan dari IDC mencatat bahwa ada peningkatan sebesar 8,5 persen pada kuartal keempat tahun 2023 dengan jumlah pengiriman mencapai 326,1 juta unit dibandingkan periode yang sama di tahun 2022. Paralel dengan ini, Samsung mengalami penurunan posisi ke tempat kedua dalam hal pangsa pasar, tertinggal dari Apple, yang merupakan kompetitor utamanya.

Pada kuartal terakhir, laporan IDC mengungkapkan kenaikan pengiriman smartphone global yang melebihi ekspektasi sebelumnya, yaitu 7,3%.

iPhone menempati posisi puncak sebagai smartphone paling laku di seluruh dunia dengan pengiriman sebanyak 80,5 juta unit pada kuartal IV-2023, menandakan pertumbuhan sebesar 11,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Apple berhasil mengamankan dominasi pasar dengan pangsa sebesar 24% dari total pengiriman smartphone global di periode yang sama.

Samsung, yang berada di peringkat kedua, mencatatkan penurunan pengiriman sebesar 10,9% year-on-year, dengan total 53 juta unit. Di posisi ketiga, Xiaomi mengalami peningkatan 22,7% year-on-year dalam pengiriman mereka, mencapai 40,7 juta unit.

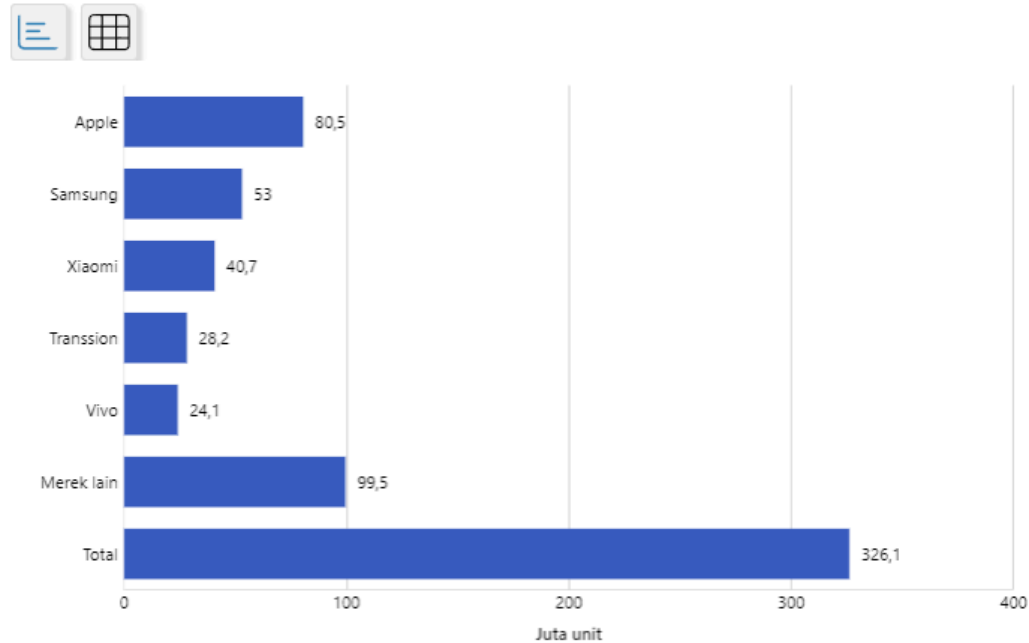
Transsion mencatat kenaikan pengiriman sebesar 68,6% year-on-year, dengan jumlah mencapai 28,2 juta unit, sementara Vivo juga mengalami pertumbuhan 5,1% year-on-year, dengan total pengiriman mencapai 24,1 juta unit dalam periode yang sama.

Pada kuartal keempat tahun 2023, merek smartphone lain mencatat peningkatan volume pengiriman sebesar 3,5% year-on-year, totalnya menjadi 99,5 juta unit.

Nabila Popal, direktur riset dari tim Worldwide Tracker di IDC, menekankan bahwa tren meningkatnya penggunaan perangkat premium - yang sekarang menyumbang lebih dari 20% dari pasar - berperan signifikan dalam kesuksesan dan daya tahan Apple dalam jangka panjang.

Nabila juga menyatakan, Senin (15/1/2024), bahwa faktor pendukung lainnya termasuk skema pembiayaan tanpa bunga dan strategi agresif dalam program tukar tambah.

Volume Pengiriman Smartphone Global Berdasarkan Produsen (Kuartal IV-2023)



Gambar 1.6 Volume Pengiriman Smartphone Global Berdasarkan Produsen Kuartal IV 2023

Sumber: Databoks (2023)

Dalam data lain pun disebutkan, bahkan dapat menyimpulkan bahwa volume pengiriman smartphone global sepanjang 2022-2023 terjadi penurunan tren antara Samsung dan Apple, sehingga Samsung harus berada di posisi kedua dalam market share, mengalah dari Apple yang berada di posisi pertama.

Sepanjang tahun 2023, Apple akan mengalahkan dominasi Samsung sebagai produsen smartphone terlaris. Laporan baru dari IDC mengungkapkan informasi yang sama.

Berdasarkan data IDC, diperkirakan Apple akan mengirim sekitar 234,6 juta unit smartphone di tahun 2023, naik 3,7% dari tahun sebelumnya. Samsung, di sisi lain, diperkirakan akan mengalami penurunan sebesar 13,6% tahun-ke-tahun, dengan total pengiriman mencapai 226,6 juta unit, menjadikannya urutan kedua.

Dalam pengumuman yang diberikan pada hari Senin, tanggal 15 Januari 2024, Nabila Popal yang menjabat sebagai Direktur Riset pada IDC Worldwide Tracker, menyampaikan, "Apple tak hanya menjadi satu-satunya pemain di posisi tiga besar yang menunjukkan pertumbuhan positif tiap tahun, tetapi juga menduduki posisi nomor satu untuk pertama kalinya."

Walaupun Apple mengalami kendala akibat aturan yang lebih ketat dan bersaing dengan Huawei di China, pasar utamanya, Nabila menekankan bahwa Apple berhasil menjadi pembuat smartphone terdepan di dunia pada tahun 2023.

Nabila menekankan bahwa lonjakan minat terhadap perangkat kelas atas, yang kini memegang lebih dari 20% dari seluruh pasar, secara signifikan disebabkan oleh strategi promosi tukar tambah yang kompetitif serta opsi pembiayaan dengan nol persen bunga. Inisiatif ini, menurutnya, merupakan faktor penting di balik dominasi dan ketahanan Apple di pasar global sebagai produsen smartphone nomor satu di dunia pada tahun 2023, meskipun ada tantangan regulasi yang lebih keras dan persaingan ketat, terutama dari Huawei di pasar utamanya, China. Perusahaan-perusahaan smartphone dari China menduduki peringkat tiga hingga lima.

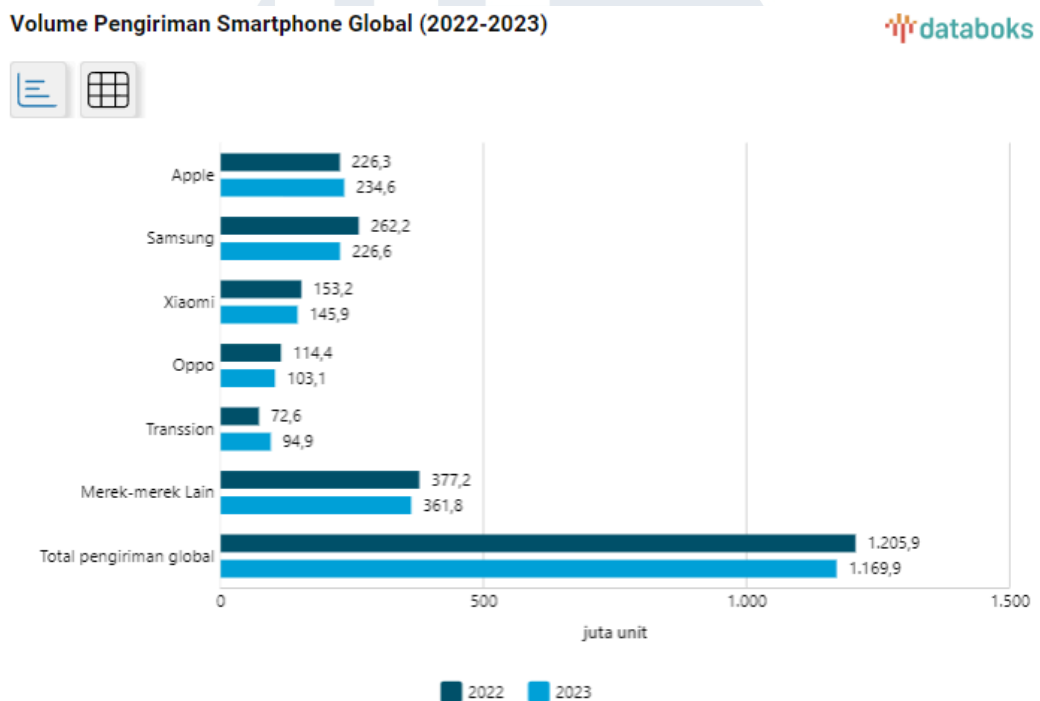
Pengiriman unit Oppo mengalami penurunan sebesar 9,9% yearly, menjadi 103,1 juta unit. Sementara itu, pengiriman unit Transsion naik signifikan, dengan pertumbuhan 30,8% year-on-year, mencapai 94,9 juta unit.

IDC mencatat bahwa pada 2023, pengiriman global smartphone menurun 3,2% year-on-year menjadi 1,17 miliar unit, mencapai titik terendah dalam sepuluh tahun terakhir.

Pada 2023, laporan IDC mengungkap penurunan sebesar 3,2% dalam pengapalan smartphone di seluruh dunia, mencapai total 1,17 miliar unit, angka terendah dalam dasawarsa terakhir. Penurunan ini sebagian besar karena hambatan ekonomi global dan peningkatan pasokan. Xiaomi, menempati posisi ketiga, diperkirakan mengalami penurunan pengapalan sebesar 4,7% tahun-ke-tahun, menjadi 145,9 juta unit. Sementara Oppo mengalami penurunan sebesar 9,9%

menjadi 103,1 juta unit, Transsion memperlihatkan pertumbuhan signifikan sebesar 30,8% dengan total pengapalan mencapai 94,9 juta unit.

IDC mengungkapkan bahwa di tahun 2023, volume pengiriman smartphone di seluruh dunia diperkirakan mengalami penurunan sebesar 3,2% year-on-year, mencapai 1,17 miliar unit. Angka ini merupakan level terendah yang tercatat dalam dekade terakhir. Faktor utama di balik penurunan ini, menurut IDC, adalah peningkatan pasokan dan kompleksitas situasi ekonomi global.



Gambar 1.7 Volume Pengiriman Smartphone Global (2022 - 2023)

Sumber: Databoks (2023)

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Teknologi, industrialisasi, dan proses digitalisasi terus berkembang secara dinamis seiring berjalannya waktu. Tidak terkecuali dalam perkembangan teknologi smartphone. Smartphone diciptakan bertujuan untuk memudahkan setiap orang dapat menggunakan atau memanfaatkan dari perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Indonesia juga tidak ketinggalan untuk menggunakan atau memanfaatkan perkembangan teknologi, industrialisasi, dan digitalisasi, terutama dalam hal perkembangan teknologi smartphone. Sehingga dari data yang didapatkan, menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi pertama sebagai pengguna smartphone dengan rata-rata durasi terlama setiap harinya. Selain itu, sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat global, Indonesia juga berada di urutan keenam dalam daftar negara dengan jumlah pengguna smartphone terbanyak.

Adapun dari data itu juga berbanding lurus dengan hasil penjualan smartphone di Indonesia. Tak terkecuali oleh salah satu brand terkuat di pasar smartphone, Samsung. Samsung berhasil mempertahankan predikat sebagai brand dengan penjualan smartphone tertinggi di Indonesia dalam data market share yang beredar beberapa kuartal terakhir, mengalahkan brand kompetitor besarnya, Apple. Tetapi, terdapat data yang beredar bahwa pada kuartal terakhir tahun 2023, telah terjadi penurunan tren market share dari penjualan smartphone oleh brand Samsung sehingga Samsung menjadi peringkat kedua, dikalahkan oleh Apple yang menjadi peringkat pertama.

Penulis berkeinginan untuk memahami variabel-variabel yang berperan dalam mempengaruhi keinginan individu untuk membeli sebuah smartphone, khususnya produk terbaru dari lini Samsung Galaxy S24. Electronic word of mouth, brand image, product feature, dan product price diidentifikasi sebagai komponen yang berpotensi mempengaruhi tingkat keinginan pembelian smartphone oleh seseorang.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menyusun beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* smartphone Samsung Galaxy S24 bagi konsumen di Indonesia?

2. Apakah *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* smartphone Samsung Galaxy S24 bagi konsumen di Indonesia?
3. Apakah *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* smartphone Samsung Galaxy S24 bagi konsumen di Indonesia?
4. Apakah *product features* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* smartphone Samsung Galaxy S24 bagi konsumen di Indonesia?
5. Apakah *product price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* smartphone Samsung Galaxy S24 bagi konsumen di Indonesia?
6. Apakah *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* melalui *brand image* smartphone Samsung Galaxy S24 bagi konsumen di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diajukan, tujuan utama dari penelitian ini dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian ini adalah memahami dan menganalisis apakah *electronic word of mouth* memberikan dampak positif dan bermakna pada niat beli konsumen Indonesia terhadap Samsung Galaxy S24.
2. Tujuan dari studi ini adalah untuk menggali dan mengevaluasi dampak dari *electronic word of mouth* terhadap citra merek Samsung Galaxy S24 di kalangan pembeli Indonesia.
3. Studi ini bertujuan mengkaji dan menilai apakah citra merek berdampak positif dan penting terhadap niat pembelian Samsung Galaxy S24 oleh konsumen Indonesia.
4. Penelitian ini dirancang untuk memeriksa serta mengevaluasi apakah fitur produk berkontribusi secara positif dan bermakna pada keinginan membeli Samsung Galaxy S24 di antara pembeli di Indonesia.

5. Studi ini bertujuan untuk menilai dan memahami apakah harga produk memegang dampak yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian Samsung Galaxy S24 oleh konsumen di Indonesia.
6. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengkaji bagaimana electronic word of mouth berdampak secara positif dan bermakna pada niat beli melalui citra merek Samsung Galaxy S24 di kalangan pembeli Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi nilai tambah dan keuntungan bagi kalangan akademik dan praktisi, yang akan diuraikan secara detail berikut ini:

1.4.1 Manfaat Akademis

Harapan penulis adalah agar temuan dari studi ini berkontribusi pada sektor pendidikan di masa yang akan datang. Selain itu, diharapkan juga agar studi ini dapat menjadi bahan rujukan untuk studi terkait di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini akan menyediakan referensi dan berperan sebagai pertimbangan penting dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk Samsung smartphone di Indonesia.

1.4.3 Manfaat Perusahaan

Penulis mengharapkan penelitian ini berguna sebagai sumber referensi dan juga sebagai dasar preferensi individu untuk riset pasar Samsung di Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi oleh lingkup dan kriteria yang dianggap relevan, dengan detail sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan memfokuskan pada variabel-variabel tertentu, meliputi electronic word of mouth, brand image, product feature, dan product price, dalam konteks Samsung Galaxy S24 di Indonesia.

2. Penelitian ini menetapkan kriteria untuk responden yang mencakup laki-laki dan perempuan, berusia antara 17 sampai 35 tahun ke atas, dengan pendapatan bulanan berkisar dari kurang dari 1 juta hingga lebih dari 5 juta, memiliki status pekerjaan tertentu, tinggal di Indonesia, telah mengenal Samsung Galaxy S24 namun belum pernah membelinya, dan telah menyaksikan ulasan tentang Samsung Galaxy S24.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini, penulis menyusun konten ke dalam lima bagian utama, di mana masing-masing bagian memiliki keterkaitan erat satu sama lain. Berikut adalah penjabaran dari struktur skripsi ini:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan dasar kegembiraan penulis dalam mengeksplorasi faktor yang mendorong permintaan pembeli di Indonesia untuk smartphone flagship terkini dari Samsung. Termasuk di sini, identifikasi fenomena dan serangkaian pertanyaan riset yang menjadi fondasi studi ini, ditambah dengan objektif dari penelitian, serta keuntungan yang dapat diperoleh dari hasil studi. Selanjutnya, dibahas pula tentang pembatasan lingkup studi dan urutan penyajian skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini memaparkan teori dan konsep yang menjadi kerangka pendukung penelitian ini, serta pengertian menurut para pakar dari artikel-artikel jurnal internasional yang relevan untuk mengukur dimensi penelitian ini, termasuk electronic word of mouth, brand image, product feature, product price, dan purchase intention. Bagian ini juga menjelaskan bagaimana konsep-konsep tersebut saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap dinamika antar variabel.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menyajikan overview mengenai objek penelitian, menguraikan pendekatan yang diterapkan untuk mengumpulkan data, langkah-langkah

dalam proses pengambilan data, pemilihan teknik analisis data yang sesuai, mencakup periode waktu penelitian, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Bagian ini menguraikan rincian tentang peserta survei, melaksanakan analisis berdasarkan data yang terhimpun, dan membahas penerapan temuan penelitian. Penulis juga akan menyampaikan saran berbasis manajerial berdasarkan temuan studi, khususnya rekomendasi yang relevan bagi Samsung Galaxy S24, untuk pengaplikasian strategis di lingkungan perusahaan.

BAB 5 : Kesimpulan dan Saran

Bagian akhir ini akan mengulas kesimpulan serta rekomendasi dari penulis berlandaskan hasil analisis penelitian ini, yang bisa dimanfaatkan sebagai dasar untuk studi yang akan datang.

