

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan teknologi telekomunikasi di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yang ditandai dengan semakin banyaknya merek ponsel yang masuk ke pasar Indonesia. Masing-masing merek memiliki perbedaan antara satu dengan yang lainnya, perbedaan tersebut terlihat dari sistem operasionalnya, mulai Symbian, android hingga IOS. Masing-masing sistem operasional yang dikembangkan oleh setiap merek ponsel memiliki keunggulan masing-masing. Dimana pada saat ini ponsel tidak lagi hanya mengembangkan fungsi dasar yaitu pengiriman pesan elektronik (SMS) atau pun melakukan komunikasi visual (telepon) akan tetapi ponsel saat telah melakukan sejumlah inovasi mutakhir untuk berevolusi menjadi ponsel cerdas atau *smartphone*.

Banyaknya produsen ponsel cerdas dengan berbagai sistem operasional yang memasuki pasar konsumen Indonesia membuat masyarakat menjadi semakin selektif untuk memilih ponsel cerdas terbaik yang mereka butuhkan, mengingat masing-masing sistem operasional yang dikembangkan oleh produsen ponsel cerdas memiliki keunggulan antara satu dengan yang lainnya. Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduknya cukup konsumtif terhadap pemanfaatan teknologi khususnya ponsel cerdas. Disamping itu Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang relatif besar sehingga menjadi pasar yang sangat potensial bagi penjualan aneka merek ponsel cerdas yang hadir di pasar Indonesia pada umumnya dan kota Padang pada khususnya.

Dari sekian banyak merek ponsel cerdas yang hadir di pasar Indonesia, salah satu merek yang paling banyak diminati pasar adalah *iPhone* yang merupakan produk unggulan dari *Apple Corporation* yang berpusat di Amerika Serikat. *iPhone* mampu menarik pasar di Asia khususnya Indonesia, fitur, tampilan, serta reputasi merek yang tinggi mendorong *iPhone* cukup diminati oleh masyarakat di Indonesia. Berdasarkan *top brand* Indonesia terjadinya peningkatan pangsa pasar pengguna *iPhone* di Indonesia seperti terlihat pada Tabel 1.1 di bawah ini:

**Tabel 1.1**  
***Top Brand* Indonesia Menurut Merek Ponsel Cerdas**  
**Tahun 2014 – 2019 (Satuan %)**

Merek	<i>Market Share</i>					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Iphone</i>	13.31	14.54	16.32	16.52	17.21	19.32
Samsung	21.42	22.42	23.43	25.32	24.12	22.42
Huawei	7.32	8.12	8.83	9.12	10.42	8.21
Motorola	4.32	5.12	6.32	7.43	5.32	4.21
Oppo	10.32	12.42	13.56	14.25	16.21	15.11
Xiomy	7.43	8.21	10.53	11.21	13.21	11.81
Lainnya	35.88	29.17	21.01	16.15	13.51	18.92

Sumber: [www.top-brand-indonesia.com](http://www.top-brand-indonesia.com)

Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa pangsa pasar tertinggi masih dipegang oleh ponsel cerdas merek Samsung dengan market share diatas 20%, walaupun demikian dalam lima tahun terakhir market share yang dimiliki *iPhone* juga terus meningkat secara signifikan dari 13.31% ditahun 2014 meningkat menjadi 19.32% di akhir tahun 2019 yang lalu, di ikuti oleh Oppo dan Xiaomi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *iPhone* merupakan merek yang menjadi penantang pasar dan bisa saja merebut posisi sebagai pemimpin pasar dimasa mendatang. Hal tersebut tentu sangat memungkinkan karena proses inovasi dalam bentuk penyempurnaan produk *iPhone* terus terjadi dari tahun ketahun. Selain itu bagi

masyarakat penggunaan *iPhone* telah menjadi sebuah gaya hidup yang dapat mendorong meningkatnya prestise mereka dalam berbagai kondisi.

Survey awal yang dilakukan pada bulan Maret tahun 2021 terhadap 90 responden yang di pilih secara acak di temukan beberapa dari 90 responden, 58,8% adalah pengguna *handphone*bermerk *iPhone*. Selain itu kepada responden yang di tanya apa merk *handphone* yang paling diingat, ditemukan 41,11% adalah bukan pengguna *iPhone* dan mereka menyatakan bahwa merk *handphone* yang paling ingin dimiliki adalah merk *iPhone*. Dan seterusnya dari survey yang telah dilakukan bagi responden yang telah memiliki *iPhone*, menyatakan bahwa jika suatu saat disuruh untuk memiliki merk *handphone*, mereka tetap memilih merk *iPhone*

Sesuai dengan hasil pra survei yang telah dilakukan terlihat bahwa 53 orang responden menyatakan merk pertama yang paling mereka ingat ketika akan membeli ponsel adalah *iPhone*. Dimana diantara responden yang menyatakan *iPhone* sebagai *top of mind* 20 orang diantaranya tidak menggunakan ponsel merk *iPhone*. Sesuai dengan hasil pra survei tersebut dapat disimpulkan bahwa keinginan masyarakat untuk menggunakan ponsel merk *iPhone* sangat besar, walaupun masyarakat sangat menyadari bahwa untuk membeli *iPhone* dibutuhkan anggaran yang besar disamping penggunaannya yang relatif sulit. Begitu besarnya keinginan masyarakat untuk menggunakan ponsel merk *iPhone* disebabkan karena tuntutan gaya hidup yang dimiliki masyarakat.

Permasalahan yang terjadi pada masyarakat yang suka mengikuti gaya hidupnya adalah sulitnya bagi mereka untuk memenuhi tuntutan untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan untuk mengikuti gaya hidup yang

semakin lama semakin berkembang. Ketika masyarakat memaksakan mengikuti gaya hidup mereka dengan membeli *iPhone* dengan tipe terbaru tentu mereka harus mengeluarkan anggaran yang tidak sedikit, dan sering pengeluaran tersebut dipaksakan sehingga mempengaruhi pemenuhan kebutuhan yang lain. Berdasarkan fenomena tersebut saya merasa tertarik untuk mencoba mengamati gaya hidup pengguna *iPhone* di Kota Padang

Bagi produsen perubahan gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perubahan selera konsumen, oleh sebab itu perubahan gaya hidup akan menjadi acuan bagi produsen dalam melakukan inovasi untuk menciptakan *variance* produk yang lebih sempurna dan sesuai dengan selera konsumen. Gaya hidup menjadi alat untuk menciptakan pasar konsumen baru bagi produsen, melalui *variance* baru dari merek produk yang mereka kembangkan. Melalui perubahan gaya hidup yang terus terjadi dalam kehidupan masyarakat akan dilahirkan produk yang lebih inovatif dan sempurna. Dengan demikian peran intelegen pemasaran untuk mengamati perubahan gaya hidup masyarakat sangat penting bagi produsen untuk menjaga kelangsungan siklus hidup produk yang mereka hasilkan dimasa mendatang.

Bagi konsumen menggunakan *iPhone* telah menjadi sebuah kebanggaan yang mendorong mereka untuk lebih percaya diri dalam beraktifitas. Karena begitu banyaknya masyarakat yang menggunakan dari segala kategori usia dan pekerjaan yang menggunakan *iPhon* epada saat ini, mendorong munculnya sejumlah outlet yang memperjual belikan *iPhone* dengan aksesorisnya di Kota Padang, dan bahkan bisnis *iPhone* dianggap sangat menguntungkan untuk dikembangkan mulai dari distribusi hingga reparasi atau perbaikan aneka tipe

produk *iPhone*. Dengan demikian peneliti menilai bahwa *iPhone* telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat moderen di Kota Padang.

Gaya hidup dapat diamati dari cara individu berpakaian, penampilan fisik dan atribut yang digunakan seperti jam, ponsel, fashion dan sarana transportasi yang digunakan. Gaya hidup bagi masyarakat sangat penting untuk terus di ikuti, karena dengan mengikuti gaya hidup masyarakat akan mengetahui perkembangan zaman dan teknologi yang ada. Dan tentunya membuat masyarakat lebih percaya diri sehingga merasa lebih dihargai dalam beraktifitas di sebuah lingkungan, mengingat pada saat ini penampilan merupakan hal terpenting yang menunjukkan jati diri seseorang.

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial, Gaya hidup sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup mendorong kebutuhan dan sikap individu dan mempengaruhi aktivitas dan penggunaan produk. Sebagai pendorong yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk.

. Gaya hidup yang juga bisa diamati dari cara mereka berpakaian, model fashion yang digunakan, ponsel hingga bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi. Semakin mendapatkan pengakuan gaya hidup yang dimiliki seseorang dari orang lain maka akan semakin meningkatkan nilai prestise dan percaya masyarakat tersebut dalam melakukan berbagai aktifitas di lingkungan yang berbeda beda. Selain itu ketika gaya hidup yang dimiliki seseorang

mendapatkan apresiasi atau pengakuan dari orang lain, maka individu tersebut akan semakin percaya diri dan kreatif untuk mencari gaya hidup baru yang dianggap baik untuk menyempurnakan kehidupannya ditengah masyarakat. Berbeda halnya dengan individu yang tidak suka mengikuti gaya hidup mereka cenderung pasif dan monoton dalam berpenampilan, pada umumnya masyarakat yang tidak mengikuti gaya hidup kurang penghargaan dari masyarakat lain, karena penampilan yang tidak sesuai dengan *trend* yang ada sehingga mereka kurang di pandang pada lingkungannya.

Sesuai dengan fenomena dan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka peneliti menilai masyarakat memiliki hasrat yang begitu besar untuk menggunakan *iPhone* dimana pemanfaatan produk pintar tersebut hanya bagian dari gaya hidup serta tidak disesuaikan dengan kebutuhan masing masing individu. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mencoba melakukan eksplorasi gaya hidup kaum milenial yang menggunakan perangkat *iPhone*. Penelitian ini dilakukan khusus di kota Padang dan bersifat deskriptif. Secara umum penelitian ini berjudul: **Analisis Gaya Hidup Pengguna *iPhone*(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Padang).**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Sesuai dengan uraian fenomena dan latar belakang masalah yang telah diajukan maka dibuat sebuah pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

“Bagaimanakah gaya hidup penggunasmartphone *iPhone* di Kota Padang ?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis gaya hidup masyarakat pengguna ponsel cerdas *iPhone* di Kota Padang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan kepada uraian perumusan masalah dan tujuan penelitian, diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Distributor hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat menjadi acuan bagi distributor *iPhone* untuk mengetahui sejauhmana gaya hidup menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat untuk menggunakan *iPhone* khususnya di kota Padang.
2. Akademisi hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi yang bermanfaat bagi peneliti dimasa mendatang.

