

# PROFIL PENGGUNA INTERNET INDONESIA 2014



# PROFIL PENGGUNA INTERNET INDONESIA 2014





## **Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT)**

Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia

Profil Pengguna Internet Indonesia 2014;  
Editor, Puskakom UI; Jakarta : APJII, 2015. x + 56 hal.; 15 x 24 cm.

ISBN 978-602-19596-1-9

Penyunting : Parlindungan Marius, Sapto  
Anggoro dan Content is The King

Penyelaras Akhir : Parlindungan Marius dan Sapto  
Anggoro

Tata Letak dan Infografis : Content is The King

Desain Sampul : Content is The King

Penerbit : Asosiasi Penyelenggara Jasa  
Internet Indonesia

Cetakan : Pertama, Maret 2015.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang





## DAFTAR ISI

---

<b>Sambutan Ketua APJII</b> .....	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>v</b>
<b>Bab I   Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
<b>Bab II  Profil Demografis Pengguna Internet</b> .....	<b>11</b>
<b>Bab III  Penetrasi Pengguna Internet</b> .....	<b>19</b>
<b>Bab IV  Perangkat Akses</b>	
<b>Bab V   Pertimbangan dan Kepuasan</b> .....	<b>23</b>
<b>Memilih Internet Provider</b> .....	<b>35</b>
<b>Bab VI  Pelaku Belanja Online</b> .....	<b>41</b>





## KATA PENGANTAR KETUA UMUM APJII



**B**erapa pengguna Internet Indonesia dan penetrasinya, selalu menjadi pertanyaan banyak pihak. Tidak mudah menjawabnya, tapi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sebagai tempat berhimpun para operator sambungan internet dan telekomunikasi, berkewajiban moral untuk bisa memberikan jawaban.

Maka seperti tahun-tahun sebelumnya, APJII menyelenggarakan riset penting untuk kemajuan peradaban bangsa. Dari hasil ini akan menjadi acuan pembuat kebijakan, pelaku industri, pendidikan, dan lain-lain.

Bekerjasama dengan Pusat Kajian Komunikasi (PusKaKom) Universitas Indonesia (UI), kami melakukan riset untuk menemukan jawaban pertumbuhan pengguna tahun 2014. Riset 2012 APJII bekerjasama dengan Markplus, tahun 2013 dengan Badan Pusat Statistik (BPS). Tensi perhatian sebelumnya pada pengguna daerah urban, lalu untuk industri perhotelan, restoran, dan olahan. Tahun 2014 ditekankan pada perilaku user dan e-commerce.

Perubahan tensi juga dipengaruhi perubahan teknologi device, kemampuan prosesi, jenis konektivitas yang secara langsung mempengaruhi hasil akhir dari riset .

Semakin massive aplikasi, perangkat keras (device), dan koneksi, dalam kaitannya dengan pengguna, hasil riset tahun 2014 secara signifikan menunjukkan pengguna jejaring sosial (sosial media) menduduki peringkat tertinggi yang dimanfaatkan, mengalahkan pencarian informasi (browsing/searching) di posisi kedua. Posisi ke-3 chatting (messaging), pencarian berita (ke-4), video (ke-5), email (ke-6). Pencarian berita dan penggunaan email saat ini anjlok tak populer.

Perubahan perilaku tersebut menunjukkan digital native (pengguna yang lahir bersama era teknologi Internet) telah mendominasi. Generasi yang juga dikenal Millennial Generation (usia 13-25 tahun) telah menciptakan trend tersendiri dibanding generasi sebelumnya yang lebih memakai Internet sebagai tool pekerjaan. Karena jejaring sosial dan instant messaging menggeleagak, profil pengguna Internet Indonesia bergeser komunikasi seketika lewat device. Barangkali ini relevan dengan overlapping pengguna perempuan (51%) unggul dibanding laki-laki (49%).

Banyak fenomena yang terungkap dari riset 2014 ini, yang makin memberikan jawaban bahwa global kian flat. Pembicaraan di pojok Alaska bisa sertamerta mendapat respon di Jawa bahkan Papua dan bisa berujung diskusi terbuka global. Artinya bahwa wilayah Indonesia semakin terkoneksi meski jaringan perlu ditingkatkan untuk seluruh kawasan Nusantara.

Dengan segala kerendahan hati, meski banyak hal yang bisa digali dari berbagai sudut potensi dan kebutuhan berbagai pihak, terutama industri, kami persembahkan survei pengguna Internet Indonesia 2014 untuk khalayak. Besar harapan kami dari APJII hasil ini memberikan manfaat peradaban bangsa Indonesia ke depan.

Sebagai bagian motor penggerak industri Internet Indonesia, APJII senantiasa komitmen dan konsisten melakukan riset Internet. Selamat membaca.

Salam,  
Semuel A. Pangerapan  
Ketua Umum APJII

# PUSAT KAJIAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS INDONESIA

## Kata Pengantar

**D**alam dua dekade ini, terhitung sejak fase awal perkembangan internet di Indonesia tahun 1990an, jumlah pengguna internet meningkat dengan amat pesat. Hal ini terjadi beriringan pula dengan ekspansi kelas menengah, pertumbuhan ekonomi negara, dan proses demokratisasi. Namun, peningkatan ini tidak dibarengi dengan pemerataan pengguna internet di Indonesia secara geografis. Menurut riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dan didukung banyak sumber lainnya, pengguna internet Indonesia hidup di wilayah Barat, khususnya pulau Jawa. Gambaran ini juga merefleksikan ketidakmerataan kesejahteraan warga negara di Indonesia secara keseluruhan.

Upaya pemerataan akses internet sedang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia melalui program Pita Lebar 2014-2019. Perhatian perlu ditujukan pula pada pengetahuan bahwa pembangunan infrastruktur internet bukan hanya menyangkut hak atas akses informasi, tapi juga berkaitan erat dengan pengentasan kemiskinan, pemerataan pendidikan, dan pemberdayaan komunitas tertinggal.

Perencanaan program pembangunan ataupun pengembangan bisnis yang tepat sasaran perlu didukung oleh data empirik. Oleh karena itu, survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2014 yang dijalankan oleh Pusat Kajian Komunikasi, Universitas Indonesia menyajikan data terbaru mengenai perilaku pelanggan internet di seluruh Indonesia. Survei ini potensial menjadi bahan rujukan bagi pembuat kebijakan, pengusaha, dan anggota publik untuk memahami pilihan dan praktik konektivitas pengguna internet untuk Indonesia yang lebih baik.

Jakarta, [tanggal] 2014  
Inaya Rakhmani

Ketua

## TIM RISET PUSAT KAJIAN KOMUNIKASI

● **Perancang Penelitian**  
Endah Triastuti, PhD

● **Analisis Data**  
Alfindra Primaldhi, MSi

● **Manajer Penelitian**  
Dr. Inaya Rakhmani



# BAB I

## PENDAHULUAN



## RINGKASAN EKSEKUTIF

Di tahun 2014 ini kebanyakan masyarakat Indonesia tidak lagi dapat melepaskan diri dari kegiatan komunikasi berbasis internet. Sejak pemerintah Indonesia mengembangkan infrastruktur internet pada tahun 1980an, jumlah pengguna internet terus meningkat. Hingga tahun 2013 terdapat 71.19 juta pengguna internet di Indonesia. Dengan jumlah tersebut, penetrasi internet di Indonesia tahun 2013 adalah sebesar 28%.

Walaupun angka penetrasi terus mengalami peningkatan, namun pengguna internet di Indonesia tidak merata secara geografis. Pengguna internet di Indonesia paling banyak ada di Indonesia bagian Barat, yakni di pulau Jawa (terutama di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya), Bali dan Sumatera (Indonesia Investment, 2013; baca juga Rusdiah, 2013). Menurut hasil survey APJII mayoritas pengguna internet di Indonesia hidup di wilayah barat Indonesia, khususnya pulau Jawa. Penetrasinya mencapai 36.9% dari total penduduk di pulau Jawa. Selain itu, sekitar 83.4% pengguna internet di Indonesia berdomisili di wilayah urban (Indonesia Netizen Survey, Markplus 2013). Secara tidak langsung data ini menggambarkan tidak meratanya pengembangan infrastruktur internet di Indonesia dan ketersediaan layanan sambungan internet yang sama di setiap daerah di Indonesia padahal memiliki akses internet yang dapat diandalkan di setiap daerah termasuk daerah pedesaan juga telah diidentifikasi sebagai faktor kunci untuk pembangunan.

Berkaitan dengan itu melalui Peraturan Presiden No. 96 tahun 2014 tentang Rencana Pita Lebar Indonesia 2014-2019 pemerintah menargetkan 30% populasi di perkotaan bisa menikmati internet broadband pada tahun 2019. Sementara di pedesaan, target penetrasi broadband akan mencapai 6%. Dari rencana pembangunan ini pemerintah mengharapkan harga layanan *broadband* dapat mencapai 5% dari total pendapatan per kapita (Pratama, 2014). Artinya, ini menjadi peluang bagi bisnis dalam berbagai industri telekomunikasi.



Karenanya, di tahun 2014 ini Asosiasi Pengusaha Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survey pengguna internet bekerja sama dengan Pusat Kajian Komunikasi Departemen Komunikasi FISIP UI. Tim Puskakom Departemen Komunikasi FISIP UI melakukan survey mulai tanggal 1 November 2014 sampai 28 Februari 2015 yang mencakup 42 kabupaten dan kotamadya di seluruh provinsi baik di bagian Indonesia bagian Timur dan Indonesia bagian Barat.

Dengan mengadakan survei ini, APJII berupaya menyediakan data terbaru mengenai pengguna internet di Indonesia sehingga dapat menjadi bahan rujukan data statistik mengenai gambaran penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia, khususnya para pengusaha yang ingin mengembangkan berbagai peluang bisnis baru yang dapat memberikan lapangan kerja serta nilai tambah ekonomi bagi masyarakat Indonesia. Dengan kata lain, tujuan dari laporan ini adalah untuk memberikan informasi komprehensif terbaru mengenai profile pengguna internet di Indonesia termasuk mengenai tentang pilihan dan biaya konektivitas bagi individu. Hasil penelitian diharapkan akan membantu para penguasaha dan organisasi penyedia jasa internet provider memetakan peluang bagi usaha mereka. Mengingat munculnya cepat teknologi baru dan biaya berubah, penelitian ini akan diperbarui secara teratur.

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Hasil riset hasil kerja sama antara Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan Pusat Kajian Komunikasi (PusKaKom) Universitas Indonesia menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, terutama dibandingkan dengan hasil riset APJII mengenai hal yang sama di tahun 2012. Dalam penelitian mengenai profil pengguna internet di Indonesia tahun 2012, APJII melaporkan penetrasi pengguna internet di Indonesia adalah 24,23% (APJII, 2012).<sup>1</sup> Sementara survey di tahun 2014 menunjukkan penetrasi pengguna internet di Indonesia adalah 34.9%.

Survey yang dilakukan terhadap 2000 pengguna internet di 42 kota baik urban dan rural Indonesia sekaligus memberikan gambaran demografis pengguna internet, perilaku serta gaya hidup mereka yang secara keseluruhan menggambarkan tren penggunaan internet di Indonesia. Dilihat dari domisilinya, 78,5% dari total seluruh pengguna internet di Indonesia tinggal di wilayah Indonesia bagian Barat. Sebagai tambahan penting, pengguna internet ini didominasi oleh mereka yang tinggal di wilayah urban Indonesia. Sehingga, komitmen pemerintah dalam bentuk rencana pita digital untuk memberi kesempatan agar masyarakat di daerah rural agar dapat mengakses internet membuka peluang yang sangat positif, tidak hanya bagi masyarakat di daerah rural tetapi juga kepada para pengusaha provider.

Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia (49%). Artinya, dapat dikatakan bahwa segmen pengguna internet di Indonesia adalah mereka yang termasuk ke dalam kategori 'digital natives'. Digital natives adalah generasi yang lahir setelah tahun 1980, ketika teknologi jejaring sosial digital seperti Usenet dan buletin board system lahir (Palvrey dan Gasser,

<sup>1</sup> Pada survey tahun 2012, APJII menitik beratkan penelitiannya pada penggunaan internet pada masyarakat urban Indonesia.



2013). Kategori usia ini memiliki karakter yang sangat aktif menggunakan jejaring teknologi digital dan memiliki kecakapan dalam mengoperasikan teknologi berbasis internet.<sup>2</sup>

Terkait dengan teknologi berbasis internet, 85% dari total pengguna internet di Indonesia mengakses internet dengan menggunakan mobile phone. Hasil ini ditemukan di setiap kepulauan di Indonesia, baik daerah rural maupun urban Indonesia. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa temuan tentang naiknya tingkat pembelian dan penggunaan smartphone di Indonesia. industri smartphone. Sementara bila dilihat dari kategori usia, mobile phone paling tinggi digunakan oleh mereka yang berusia 18-25 tahun. Sebanyak 60% pengguna internet dari kategori usia ini meakses internet dari telpon selular.

Penelitian Deloitte tahun 2014 menyatakan, misalnya pengguna smartphone di Indonesia paling sering menggunakan aplikasi keuangan dari perangkat smartphone mereka (termasuk perbankan dan pembelian online) dibandingkan negara lain di Asia Tenggara.

## LATAR BELAKANG PENELITIAN

Pada tahun 2012 ada tiga trend dalam industri telekomunikasi nasional, yaitu berkembangnya teknologi smart phone, tumbuhnya angka pengguna jejaring sosial, serta tumbuhnya infrastruktur internet (APJII, 2012). Dalam waktu tiga tahun, trend ini berganti. Hasil sebuah riset terbaru memprediksi bahwa sampai pada tahun 2020 jumlah konsumen yang membelanjakan uang untuk membeli barang dan jasa dibanding kebutuhan dasar (consumer class) akan bertumbuh secara signifikan di Indonesia (Godjali, et al, 2014). Jenis konsumen ini akan mengembangkan gaya hidup yang serba digital karena industri teknologi tengah mendorong mereka untuk menggunakan lebih dari satu perangkat (Godjali et al., 2014). Pertumbuhan kelas konsumen ini dapat dilihat dari pertumbuhan pembeli dan pengguna smartphone, PC tablet dan jasa berbasis Web secara sangat signifikan.<sup>1</sup> Sampai tahun 2017 perusahaan riset IT dari Amerika, Gartner memprediksi kebutuhan konsumen Indonesia akan alat elektronik meningkat sampai 39%.<sup>11</sup>

Saat ini ada sekitar 266 juta pengguna smartphone di Indonesia (Pyramid Research, 2011 dalam Accenture, 2014). Hal ini disebabkan beberapa hal. Harga smart phone, misalnya, semakin kompetitif. Pada tahun 2014 terdapat 7,3 juta unit smartphone yang dijual di Indonesia (Nistanto, 2014). Hal tersebut menjadikan Indonesia menjadi pasar penjualan smarphone terbesar di Asia Tenggara dengan pertumbuhan pasar sebesar 68% di tahun 2014. Hal ini belum ditambah dengan pasar smartphone bekas yang masih memiliki pangsa yang tinggi. Dengan harga bersaing, konsumen dapat memiliki smart phone baru baik dari merek global maupun lokal.

Selain tingkat pembelian smartphone yang meningkat, pertumbuhan penjualan tablet di Indonesia di tahun 2014 menunjuk angka sebesar 82% (Gartner, 2014). Dengan pertumbuhan sebesar itu, di tahun 2014 ini Indonesia mendominasi penjualan tablet di wilayah Asia Tenggara dengan menghasilkan keuntungan sebesar 1,45 juta penjualan atau sebesar 40% dari total keuntungan

<sup>2</sup> Sebagai sebuah generasi yang lahir dalam era internet, digital natives tumbuh dengan akses luas ke teknologi. Mereka secara intuitif mampu menggunakan berbagai perangkat teknologi informasi dan menavigasi internet. Namun demikian, meskipun mereka merasa nyaman menggunakan teknologi tanpa instruksi manual, pemahaman mereka tentang teknologi atau sumber kualitas cenderung dangkal (Oblinger dan Oblinger, 2012).



Asia Tenggara (GfK, 2014). Konsumen media teknologi juga tidak ragu lagi membeli merek lokal. Advan, sebuah merek lokal, menurut data IDC pada kuartal kedua tahun 2014 menjadi perusahaan dengan penjualan tablet PC tertinggi di Indonesia, tiga kali lebih besar dibandingkan merek global.

Peningkatan pengguna smartphone dan tablet PC sebenarnya secara tidak langsung menggambarkan bahwa pengguna semakin aktif dalam membangun jejaring sosial. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tore Berg bahwa jejaring sosial dan aplikasinya menjadi bagian integral sebagai produk akhir dari pengembangan. Untuk kondisi di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya kebutuhan para pengguna smartphone akan MMI. Saat ini di Indonesia terdapat 10 juta pengguna KakaoTalk, lebih dari 10 juta pengguna LINE, sementara pengguna WeChat terus bertambah menjadi 50 kali lipat sejak diluncurkan bulan Februari 2013.

Jumlah aktivitas pengguna smartphone di Indonesia dalam menggunakan MMI ini mendorong para operator selular untuk menawarkan paket-paket data yang menunjang kegiatan MMI. XL Axiata, misalnya, menawarkan aktivasi dan paket data gratis untuk semua pengguna WeChat. Telkomsel, Indosat dan XL menawarkan penggunaan data gratis untuk pengguna KakaoTalk. Sementara Axis menggandeng Viber dengan menawarkan layanan bebas chat menggunakan Viber.<sup>iv</sup>

Pertumbuhan yang signifikan, baik dalam hal tipe konsumen yang aktif maupun dalam hal perkembangan teknologi aplikasi dan perangkat teknologi komunikasi mengindikasikan peluang yang sangat baik bagi perkembangan infrastruktur internet lebih baik dan merata di seluruh Indonesia, bahkan tidak hanya di wilayah-wilayah urban perkotaan di Indonesia. Walaupun harus diakui dengan keragaman geografis dan budaya di Indonesia, setiap daerah membutuhkan pengembangan bisnis koneksi internet yang sesuai dengan karakter demografis dan sosio ekonominya (lihat "The many faces of Indonesia's digital consumer.") (Accenture, 2014).

## METODE PENELITIAN

Pada tahun 2014 ini APJII melakukan survei untuk mendapatkan data terbaru mengenai pengguna Internet di Indonesia. Penelitian ini dilakukan di beberapa pulau di Indonesia. Penelitian ini mengkategorikan beberapa pulau ini ke dalam dua kelompok besar, yaitu pulau-pulau di bagian Indonesia Timur dan pulau-pulau di bagian Indonesia Barat. Pengkategorian tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran yang memadai mengenai penggunaan internet di Indonesia bagian Barat dan bagian Timur.<sup>3</sup> Pulau-pulau tersebut meliputi: yaitu Jawa, Bali, Madura, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Ambon, Ternate, Kalimantan, Sulawesi, Sumatra, Kepulauan Riau, dan Irian Jaya.

Dari beberapa pulau tersebut, survey dilakukan pada 2000 orang sampel yang ditarik dari 42 kabupaten dan kotamadya yang dipilih secara random. Penelitian menekankan perbedaan antara kabupaten dan kotamadya yang mengacu pada UU no. 22 tahun 1999 adalah:

- Struktur pemerintahan kabupaten adalah kecamatan, kelurahan dan desa. Sementara struktur pemerintahan kotamadya adalah kecamatan dan kelurahan.
- Luas wilayah kabupaten relatif lebih luas daripada kotamadya.
- Mata pencaharian penduduk kabupaten umumnya bergerak di sektor pertanian sementara penduduk di perkotaan (kotamadya) bergerak di sektor perdagangan dan jasa.
- Kepadatan penduduk kabupaten lebih rendah dibandingkan kotamadya.
- Dalam hal perekonomian PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) kabupaten lebih rendah daripada kotamadya. Sementara sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah) kabupaten lebih rendah daripada kota.
- Tingkat pendidikan dan kesehatan serta fasilitas pelayanan publik di kotamadya relatif lebih tinggi dan lebih baik daripada kabupaten.

Perbedaan ini kami jadikan pertimbangan karena perbedaan antara wilayah kotamadya dan kabupaten dapat digunakan sebagai indikator perbedaan antara wilayah urban dan rural di Indonesia. Perbedaan antara wilayah urban dan rural sebenarnya ada pada tingkat perkembangan daerah yang dapat diukur dari tingkat ekonomi dan laju pembangunan yang terjadi (Hakim, 2010; Stewart, 1958). Hal ini menjadi penting mengingat bahwa selama ini penelitian tentang penggunaan internet lebih difokuskan pada wilayah-wilayah urban. Sementara gaya hidup masyarakat di wilayah urban dan rural berbeda yang berpeluang menyebabkan perbedaan dalam penggunaan internet.

Sampel dalam penelitian ini ditarik dengan menggunakan tehnik probabilita cluster random sampling proposional. Tehnik sampling cluster adalah tehnik penarikan sampel yang mengelompokkan unit populasi ke dalam kelompok area tertentu. Sementara penarikan secara proposional diperlukan karena jumlah populasi di setiap area berbeda-beda (tidak homogen) sementara penelitian yang dilakukan mempertimbangkan logika keterwakilan untuk keperluan

<sup>3</sup> Beberapa data menyebutkan bahwa ada perbedaan penggunaan internet di Indonesia Barat dan Indonesia Timur. Perbedaan tersebut utamanya disebabkan adanya perbedaan infrastruktur prasarana internet di Indonesia Barat dan Indonesia Timur.

generalisasi hasil. Sehingga penelitian akan mengambil sampel secara proporsional dari setiap area yang terpilih secara random.

Cluster sampling ini mengacu pada data daerah otonom (provinsi, kabupaten, dan kota di Indonesia per 2013) yang diambil dari laman resmi Dirjen Otda Kementerian Dalam Negri (<http://otda.kemendagri.go.id/>). Pemilihan kotamadya dan kabupaten dilakukan dengan pertimbangan kekayaan perbedaan karakteristik setiap kabupaten/kotamadya. Setelah itu langkah berikutnya adalah menentukan kelurahan yang ada di setiap kota dan kabupaten. Setiap kelurahan dipilih secara sistematis dengan memperhitungkan proporsi jumlah penduduk. Hal ini bertujuan agar penyebaran sampel di setiap kelurahan terjadi secara proporsional dengan jumlah penduduk sebenarnya sehingga pada akhirnya hasil penelitian ini dapat digeneralisasi di tingkat populasi.

**Tabel 1. Sampel Survei**

No.	Kota/Kabupaten	Provinsi	Responden
<b>SUMATERA</b>			
1	Banda Aceh	Nangroe Aceh	30
2	Medan	Sumatera Utara	100
3	Padang	Sumatera Barat	30
4	Pekanbaru	Riau	30
5	Palembang	Sumatera Selatan	60
6	Jambi	Jambi	30
7	Bengkulu	Bengkulu	30
8	Bandar Lampung	Lampung	60
9	Batam	Kepulauan Riau	30
<b>JAWA DAN BALI</b>			
10	DKI Jakarta	DKI Jakarta	120
11	Tangerang	Banten	30
12	Cilegon	Banten	30
13	Bekasi	Jawa Barat	50
14	Depok	Jawa Barat	50
15	Bogor	Jawa Barat	50
16	Bandung	Jawa Barat	60
17	Semarang	Jawa Tengah	120
18	Purwokerto	Jawa Tengah	30
19	Solo	Jawa Tengah	60
20	Yogyakarta	D I Yogyakarta	60
21	Surabaya	Jawa Timur	120
22	Gresik	Jawa Timur	30
23	Sidoarjo	Jawa Timur	30
24	Malang	Jawa Timur	60
25	Bangkalan (Madura)	Jawa Timur	60
26	Denpasar	Bali	60
27	Mataram	Nusa Tenggara Barat	45
28	Kupang	Nusa Tenggara Timur	45

**Tabel 1. Sampel Survei**

<b>KALIMANTAN</b>			
29	Pontianak	Kalimantan Barat	30
30	Palangkaraya	Kalimantan Tengah	30
31	Banjarmasin	Kalimantan Selatan	30
32	Samarinda	Kalimantan Timur	30
33	Balikpapan	Kalimantan Timur	30
<b>Indonesia bagian Timur, meliputi:</b>			
<b>SULAWESI</b>			
34	Manado	Sulawesi Utara	30
35	Palu	Sulawesi Tengah	30
36	Makassar	Sulawesi Selatan	100
37	Kendari	Sulawesi Tenggara	30
38	Gorontalo	Gorontalo	30
<b>PULAU-PULAU INDONESIA TIMUR</b>			
39	Ambon	Maluku	30
40	Ternate	Maluku Utara	30
41	Sorong	Papua Barat	30
42	Jayapura	Papua	30

- i Smartphone Installed Base, Worldwide, 2010-2017, Gartner, November 2013.
- ii Indonesia Consumer Electronics Report Q2 2014, BMI, February 2014.
- iii “Advan Tantang Pasar Gadget Indonesia dengan Tablet Windows 8.1 dengan Pengalaman XBOX Games”, Microsoft News Center Indonesia, 25 September 2014: <http://news.microsoft.com/idid/2014/09/25/advanvanbook>
- iv “Globe extends free unlimited Viber service to prepaid subscribers”, Globe, 5 July 2013: <http://www.globe.com.ph/press-room/free-unlimited-viber-service>



# **BAB 2**

# **PROFIL DEMOGRAFIS PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA**



## PROFIL DEMOGRAFIS PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

Seperti negara-negara lain, pemerintah Indonesia mulai mengembangkan Internet pada awal tahun 1980an di dalam universitas-universitas negeri di Indonesia (Triastuti, 2013). Internet menjadi populer sejak runtuhnya rezim Suharto di tahun 1998 (Hill dan Sehn, 2001). Saat itu, internet menjadi alat yang digunakan para mahasiswa untuk melakukan pergerakan politik. Sejak saat itu pula, masyarakat di Indonesia mulai mengenal aktivitas berbasis internet.

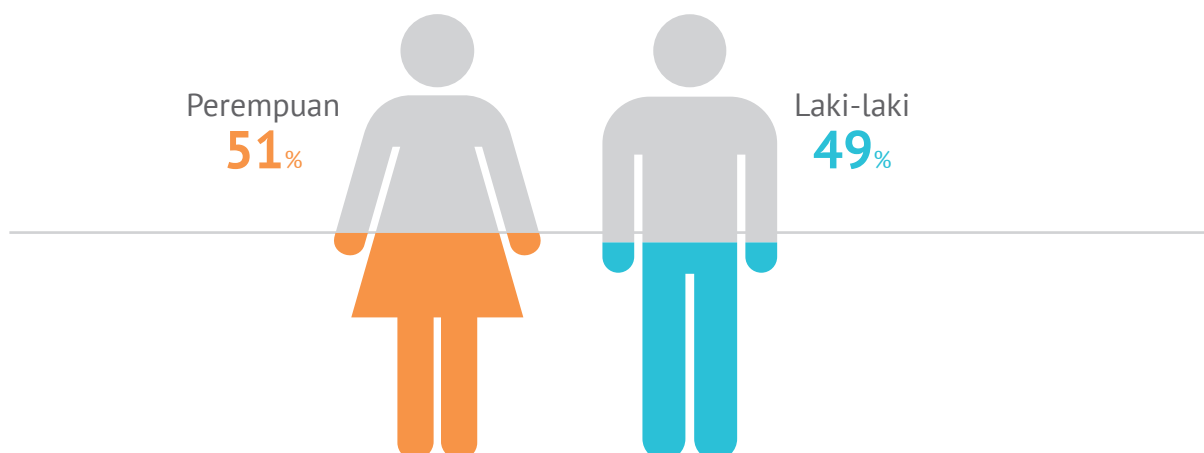
Dalam kurun waktu kurang dari 10 tahun, internet mulai dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya mahasiswa. Seiring dengan itu, industri teknologi internet di berbagai bidang pun berkembang dengan pesat. Industri teknologi internet ini tidak hanya mengembangkan aspek teknologinya saja (seperti Broadband wireless access), tetapi juga infrastruktur teknis (kecepatan akses, aplikasi), infrastruktur fisik (perangkat untuk mengakses internet seperti tablet PC, smartpone) serta mengembangkan pasar.

### JENIS KELAMIN

Suvey tahun 2014 menunjukkan bahwa pengguna internet yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada pengguna internet yang berjenis kelamin laki-laki. Mayoritas dari pengguna internet ini tinggal di daerah urban.

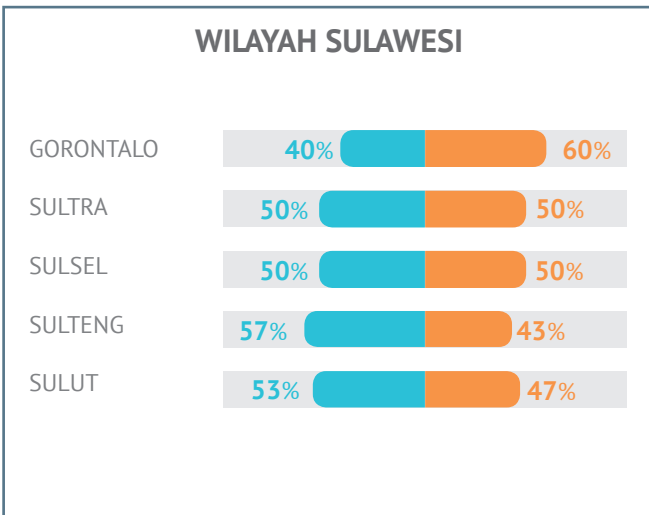
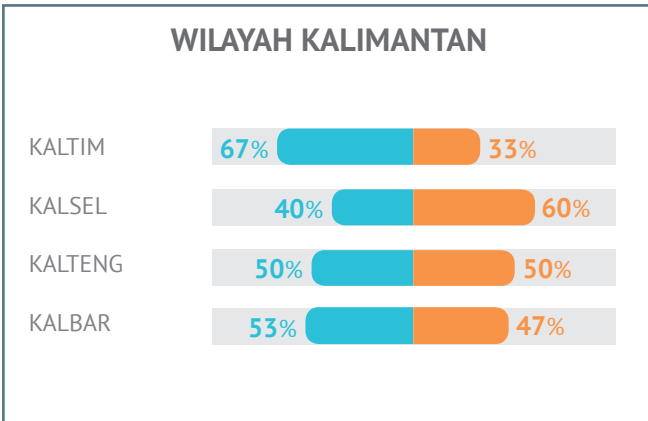
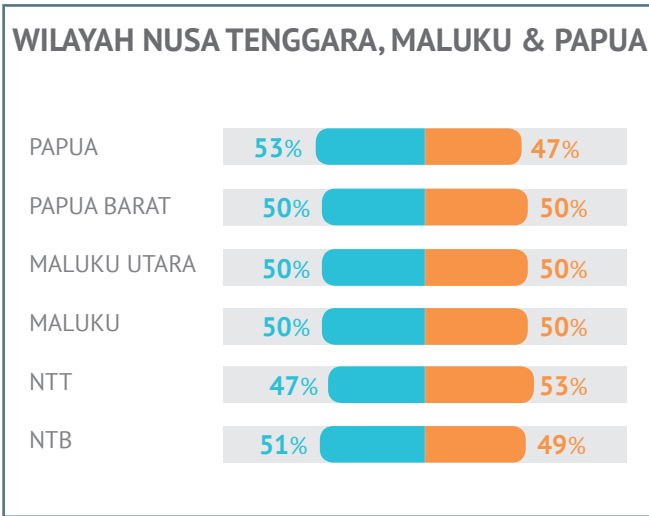
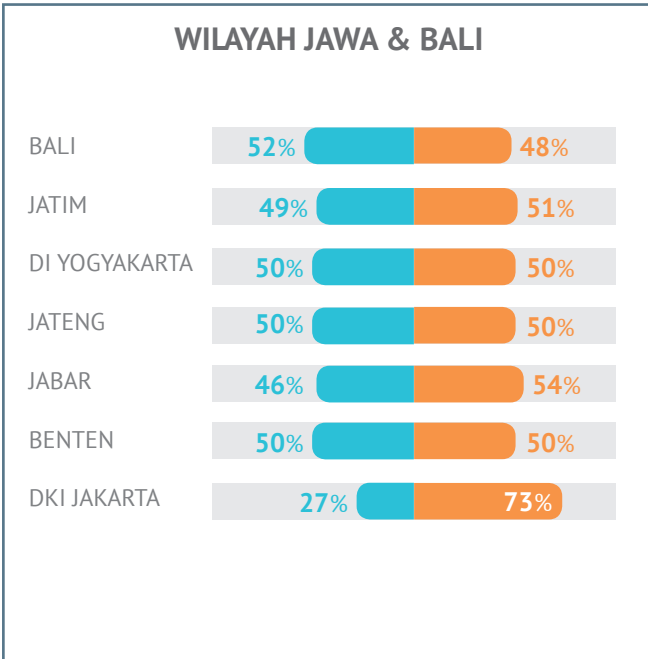
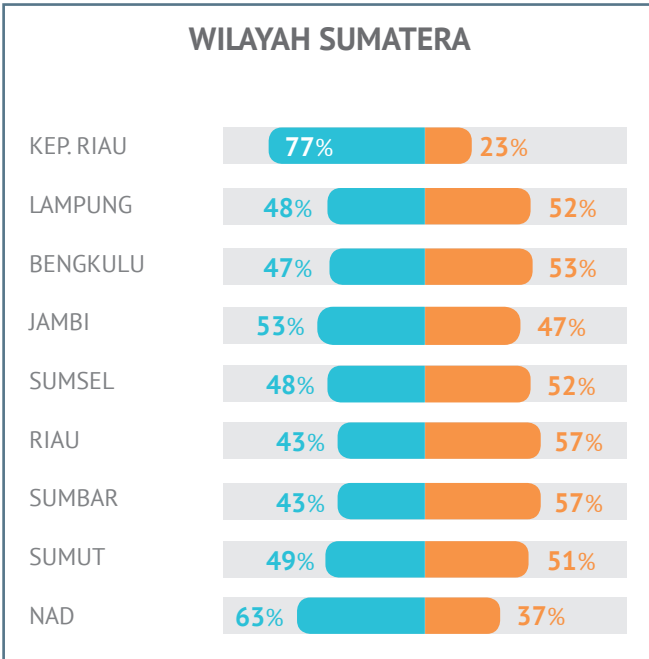
Sementara, hasil penelitian APJII tahun 2014 ini masih menunjukkan fenomena yang sama, bahwa kebanyakan pengguna internet tinggal di wilayah Indonesia bagian Barat. Hampir seluruh provinsi di Indonesia memiliki komposisi perbandingan jenis kelamin yang sama. Hanya tiga provinsi yang menunjukkan komposisi yang tidak seimbang antara pengguna internet laki-laki dan pengguna internet perempuan.

Dua dari tiga provinsi ini, yaitu provinsi Kepulauan Riau dan Kalimantan Timur didominasi oleh pengguna internet laki-laki. Ada 77% pengguna internet berjenis kelamin laki-laki di Kepulauan Riau dan 67% pengguna internet berjenis kelamin laki-laki di Kalimantan Timur. Sementara, pengguna internet di provinsi DKI Jakarta justru didominasi oleh perempuan, yaitu 73%. Sementara pengguna internet yang berkelamin laki-laki hanya sebanyak 23%.



## Akses Internet berdasarkan jenis kelamin\*

berdasarkan wilayah di Indonesia



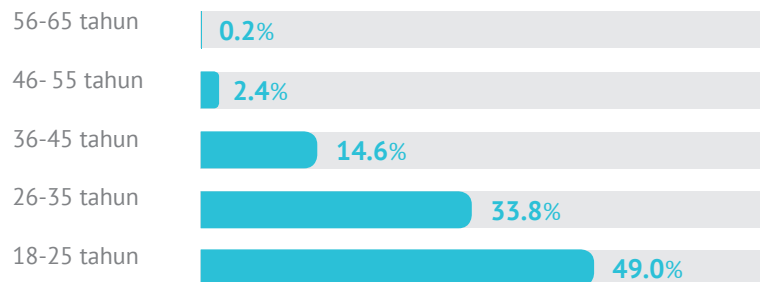
Laki-laki



Perempuan

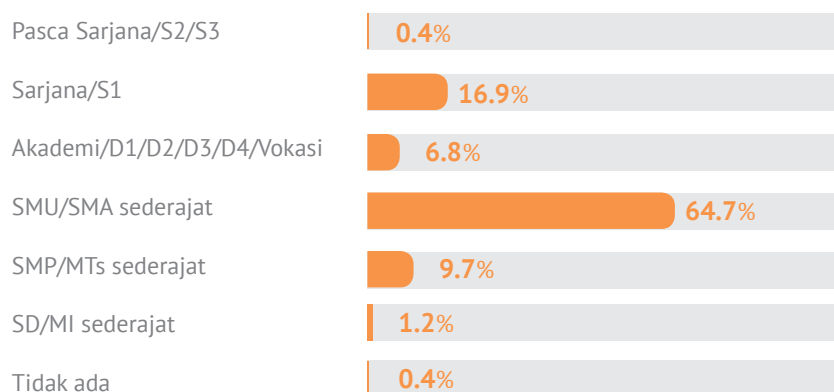
## USIA

Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia (49%). Artinya, dapat dikatakan bahwa segmen pengguna internet di Indonesia adalah mereka yang termasuk ke dalam kategori 'digital natives'.



## PENDIDIKAN

Secara merata di setiap provinsi, pengguna internet di Indonesia paling banyak yang pendidikannya di tingkat SMU sederajat. Minim sekali yang tidak menamatkan SD dan yang menamatkan pendidikan di tingkat pascasarjana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara jumlah pengguna internet yang pendidikannya di tingkat SMU sederajat baik di daerah rural dan urban maupun di wilayah Indonesia Timur dan Barat. Artinya, secara merata, di setiap provinsi, baik di wilayah Indonesia Timur dan Indonesia Barat, juga di daerah rural dan urban, pengguna internet di Indonesia didominasi oleh pengguna yang telah menamatkan pendidikannya di tingkat SMU sederajat.

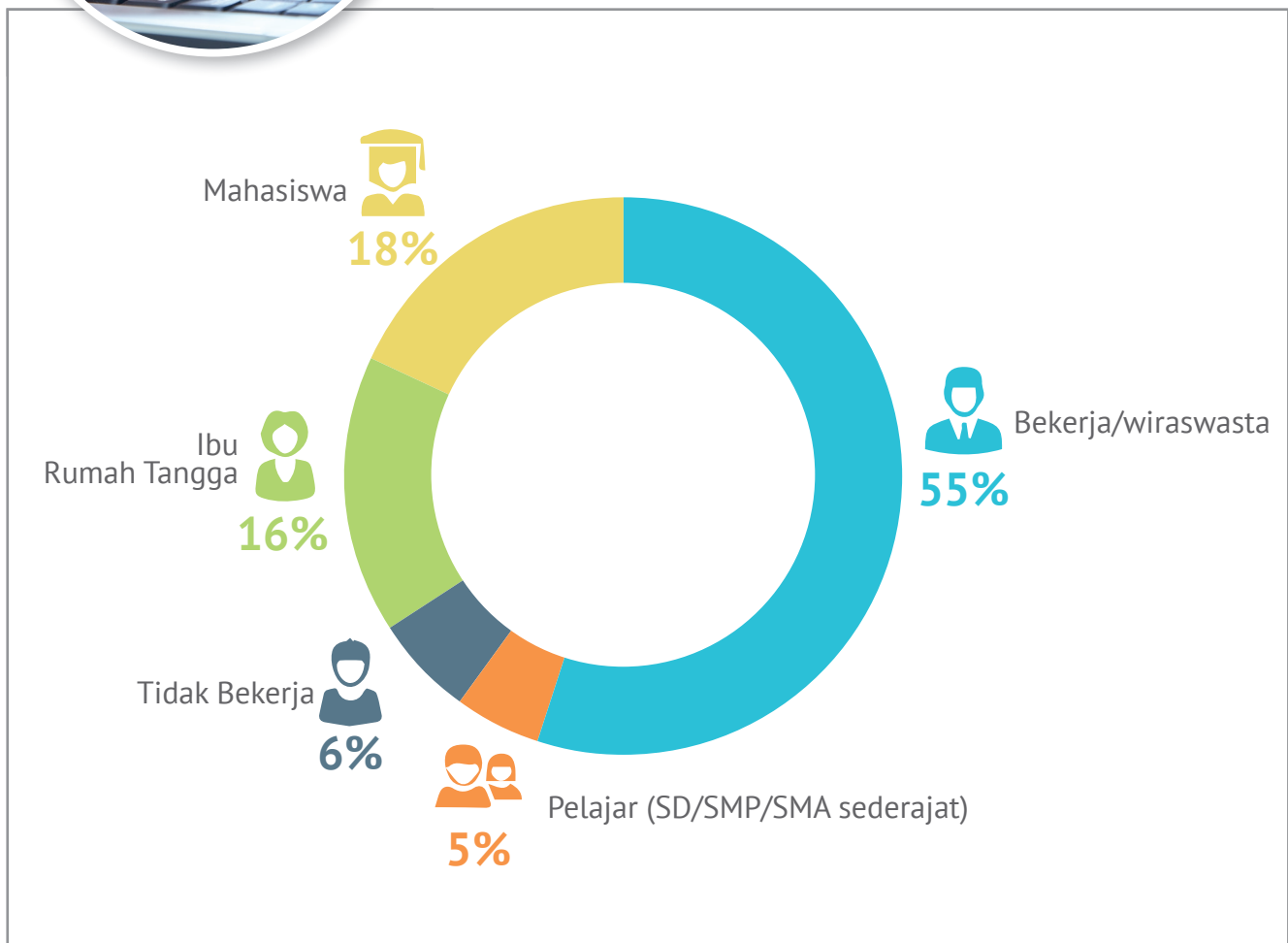


## AKTIVITAS

Mayoritas pengguna internet di setiap provinsi, baik di wilayah Indonesia bagian Barat dan bagian Timur, di wilayah urban dan rural, adalah pekerja dan wiraswasta. Setelah pengusaha, jumlah pengguna internet di Indonesia kedua adalah mahasiswa dan ibu rumah tangga. Sementara hanya sedikit sekali pengguna internet di Indonesia yang beraktivitas sebagai pelajar (SD/SMP/SMU).



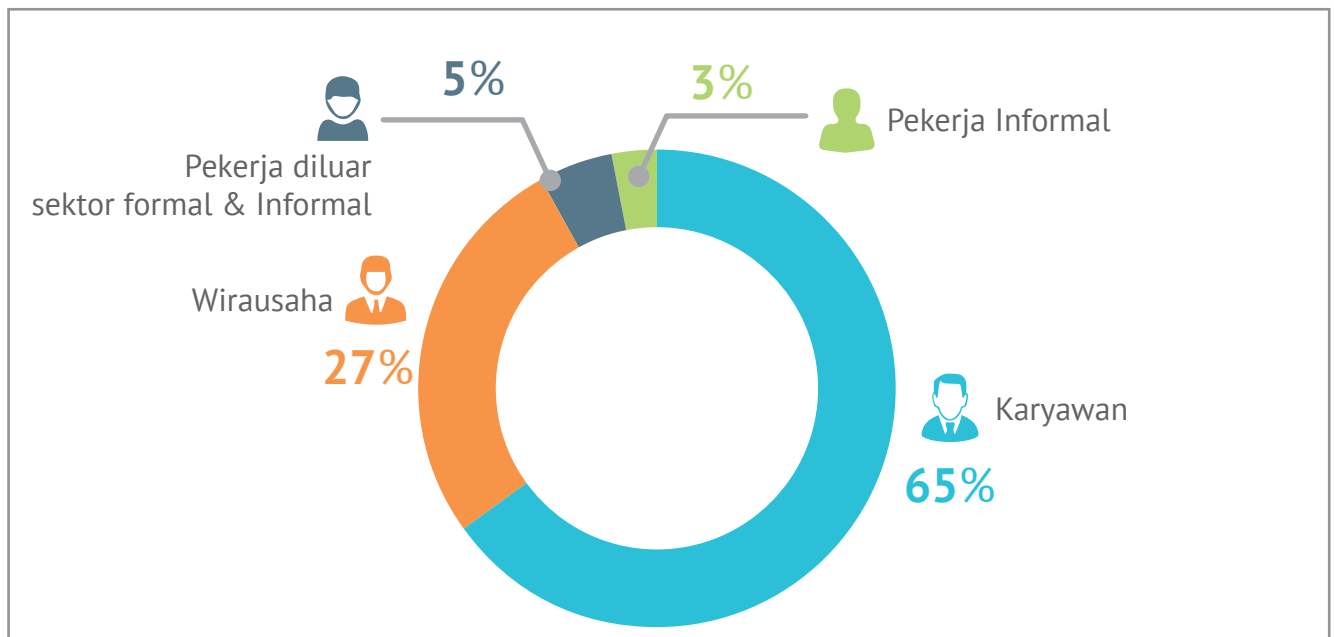
### Sebagian besar pengguna internet Indonesia adalah orang yang bekerja/wiraswasta



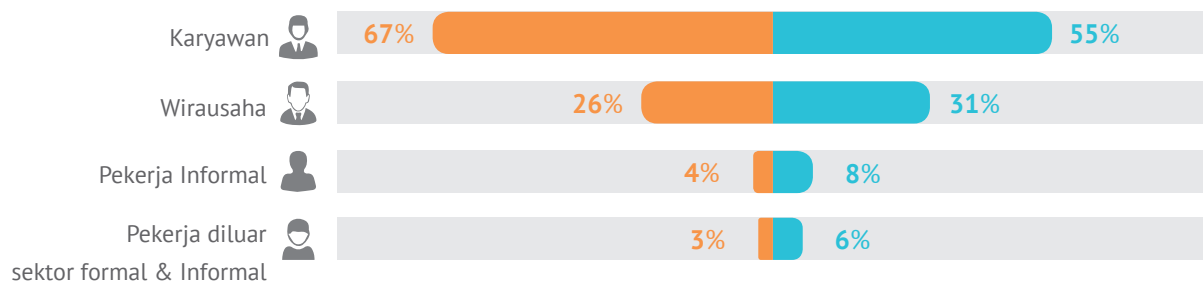
## PEKERJAAN

Mayoritas pengguna internet di Indonesia di setiap provinsi bekerja sebagai karyawan dan wirausahawan. Hal tersebut ditemukan baik di Indonesia bagian Timur dan Indonesia bagian Barat, baik di wilayah rural dan urban Indonesia. Hanya Papua Barat yang pengguna internetnya mayoritas bekerja sebagai pengusaha. Sejumlah 80% pengguna internet di Papua Barat bekerja sebagai pengusaha.

### Pekerjaan Pengguna Internet (Nasional)



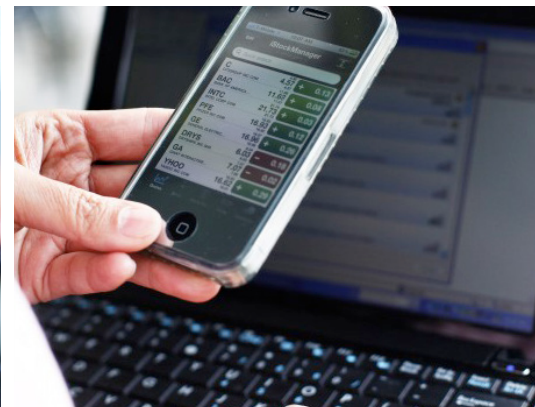
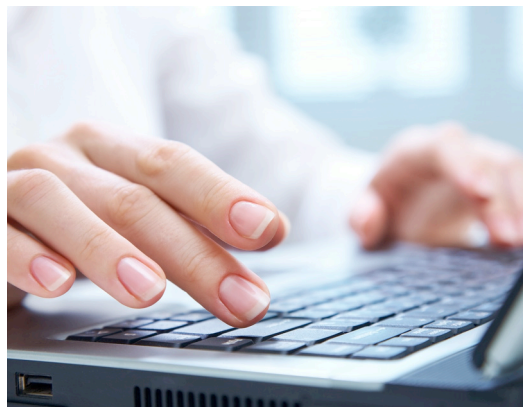
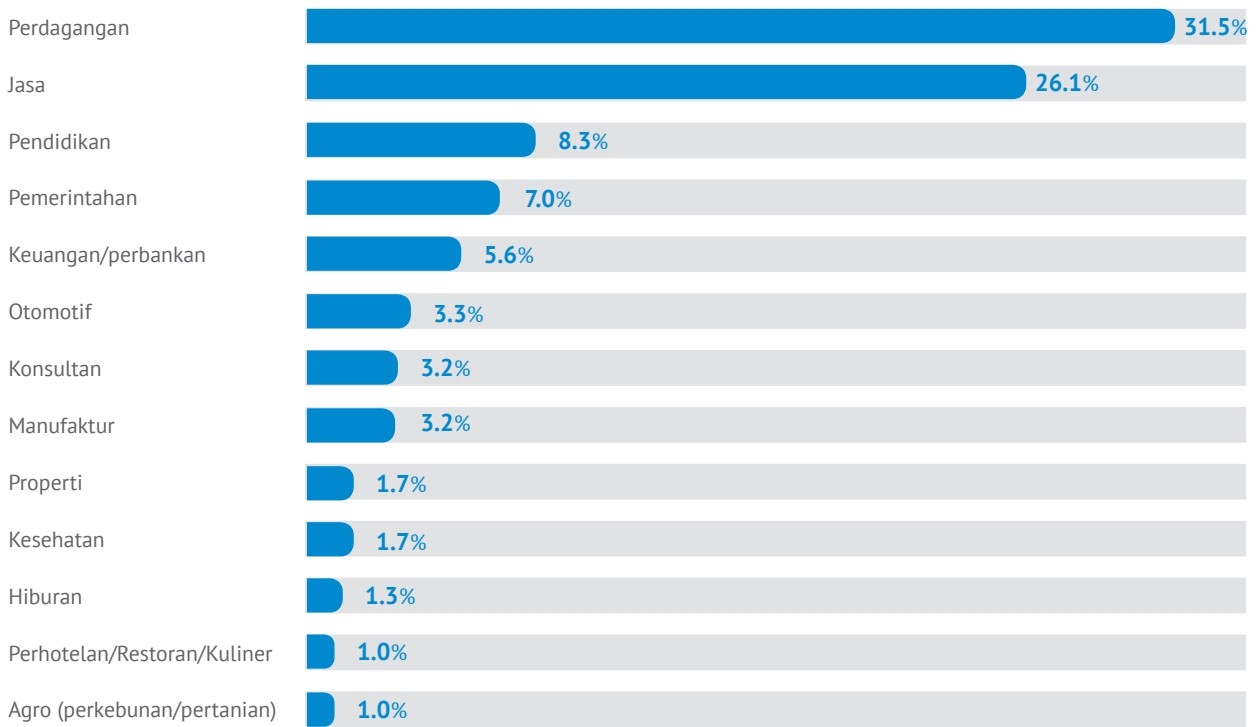
### Pekerjaan pengguna Internet (Indonesia bagian barat dan bagian timur)



- Indonesia Bagian Barat
- Indonesia Bagian Timur



Sementara itu dilihat dari sektor pekerjaan, internet di Indonesia mayoritas digunakan pada sektor perdagangan dan jasa. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengguna internet hampir setiap provinsi, baik di wilayah Indonesia bagian Barat dan Timur, baik di darah urban maupun rural mayoritas beraktivitas di sektor perdagangan dan jasa.



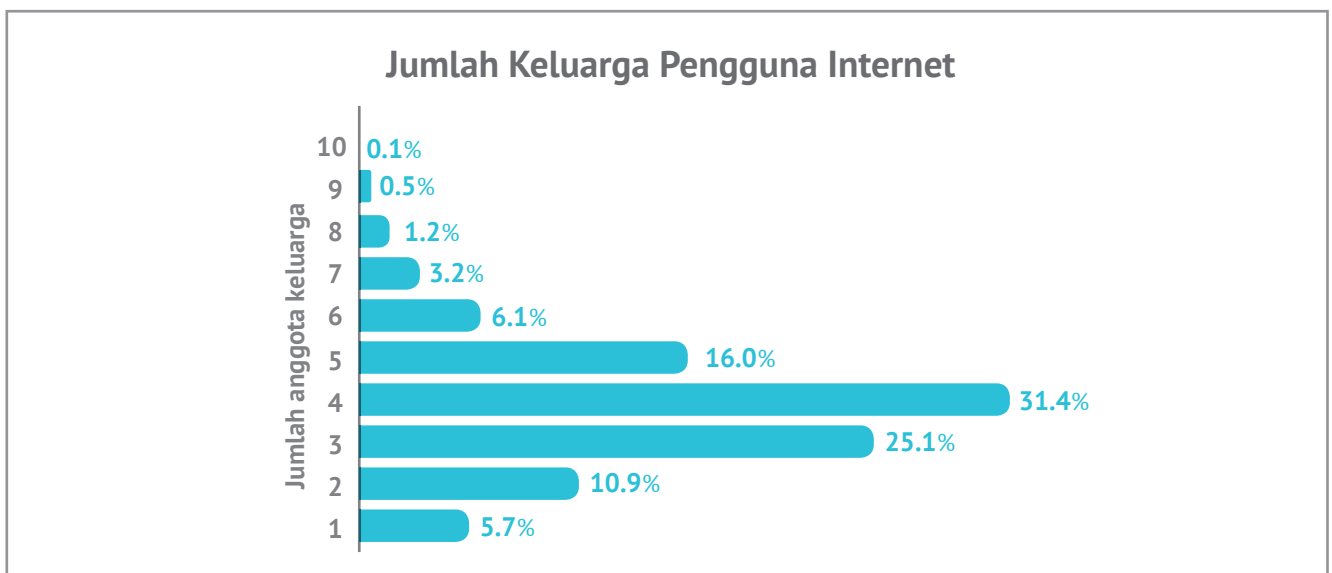
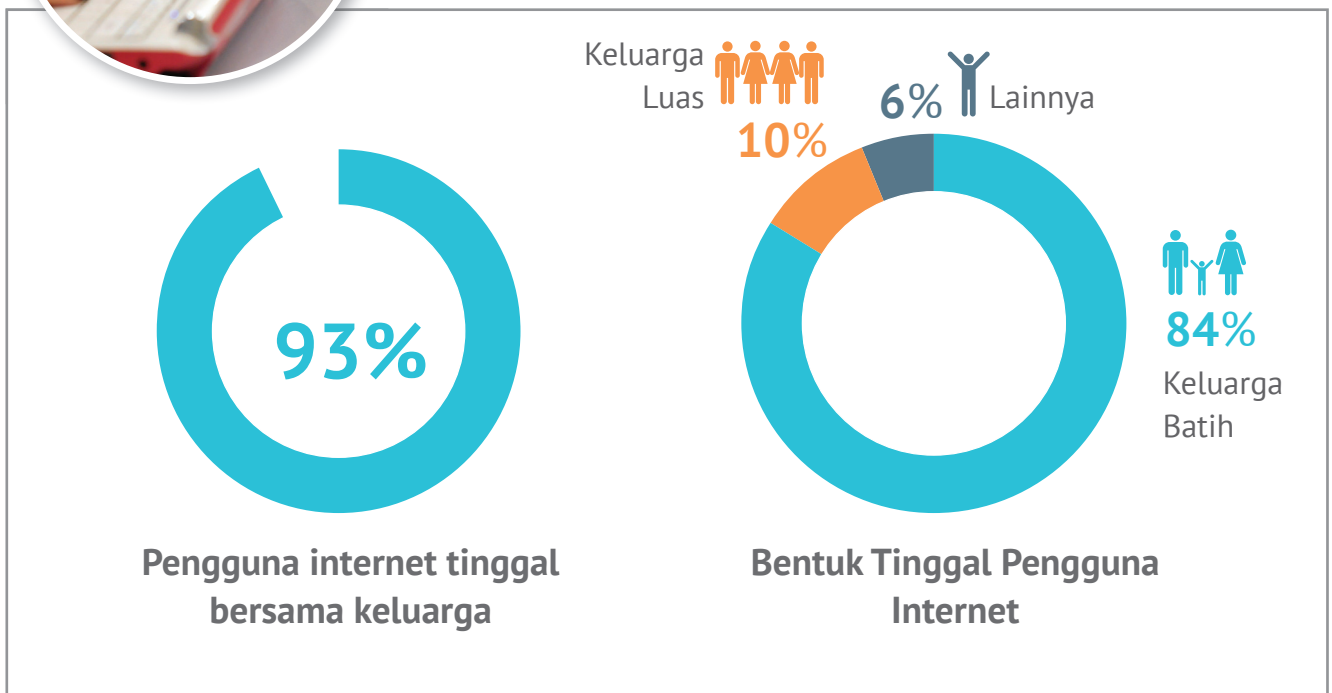


## INTERNET DALAM KELUARGA

Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh mereka yang masih tinggal bersama keluarga. Jumlah yang pengguna internet yang hidup sendiri di setiap provinsi di Indonesia kecil yaitu rata-rata kurang dari 15% total pengguna Internet. Mayoritas pengguna internet di setiap provinsi Indonesia hidup di dalam keluarga-keluarga inti (batih). Keluarga inti/batih adalah bentuk keluarga yang hanya terdiri dari dari ayah (suami), ibu (isteri) dan anak-anak.

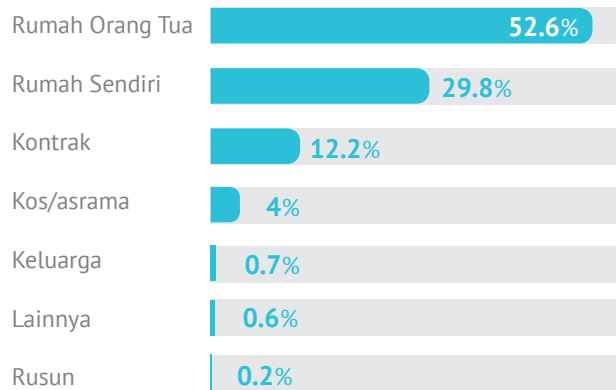


### Sebagian besar pengguna internet Indonesia tinggal bersama keluarga batih

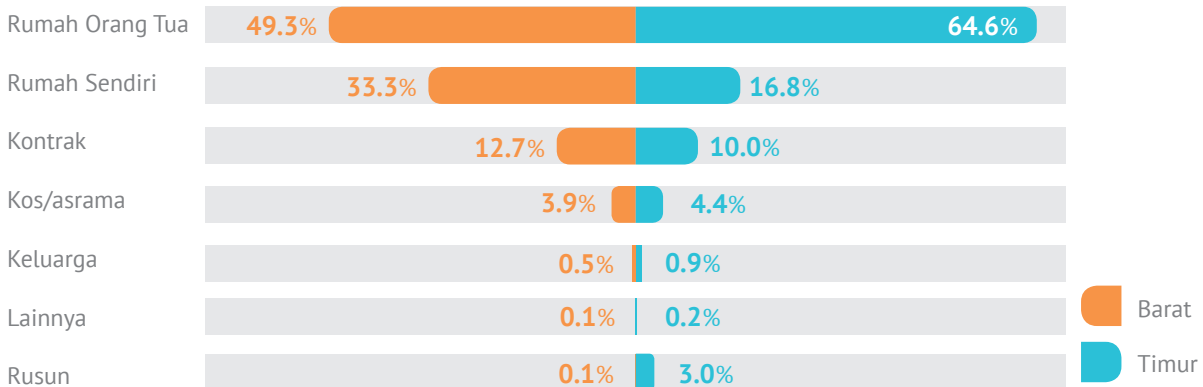




Mayoritas pengguna internet di Indonesia tinggal di rumah milik orang tua dan milik pribadi. Dilihat dari wilayah domisili pengguna, kebanyakan pengguna internet di wilayah Indonesia bagian Barat tinggal di rumah pribadi mereka (33,3%). Sementara mayoritas pengguna internet di wilayah Indonesia bagian Timur tinggal di rumah milik orang tua (64,4%).

### Tempat Tinggal pengguna Internet (Nasional)



### Tempat Tinggal pengguna Internet (Indonesia bagian barat dan bagian timur)



 Indonesia Bagian Barat  
 Indonesia Bagian Timur





# **BAB 3**

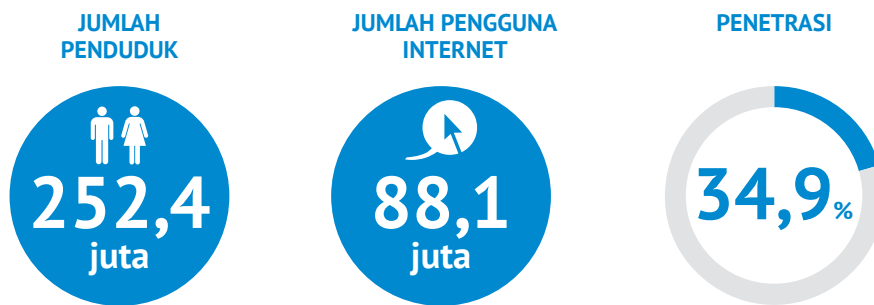
# **PENETRASI PENGGUNA**

# **INTERNET**

# **DI INDONESIA**

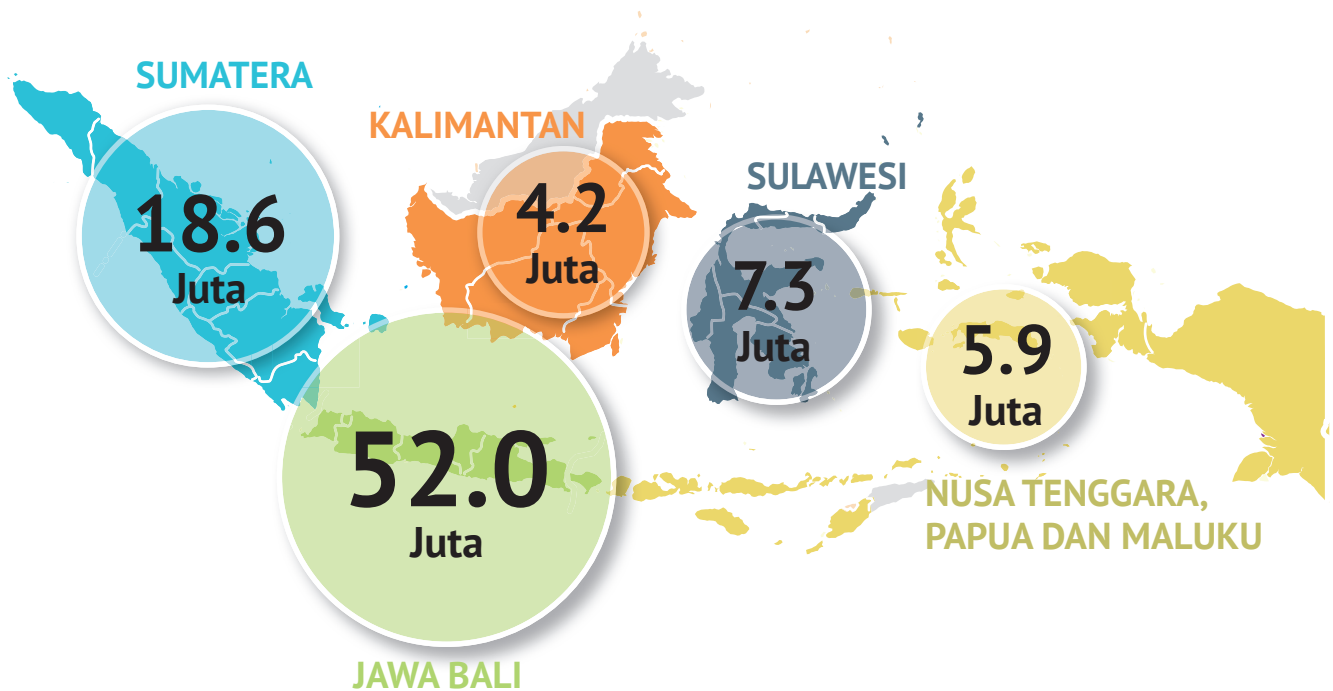
## PENETRASI PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan jumlah pengguna internet di Indonesia tahun mencapai 88 juta orang hingga akhir tahun 2014. Berdasarkan populasi, jumlah pengguna Internet terbanyak adalah di provinsi Jawa Barat sebanyak 16.4 juta, diikuti oleh Jawa Timur 12.1 juta pengguna dan Jawa Tengah 10.7 juta pengguna.



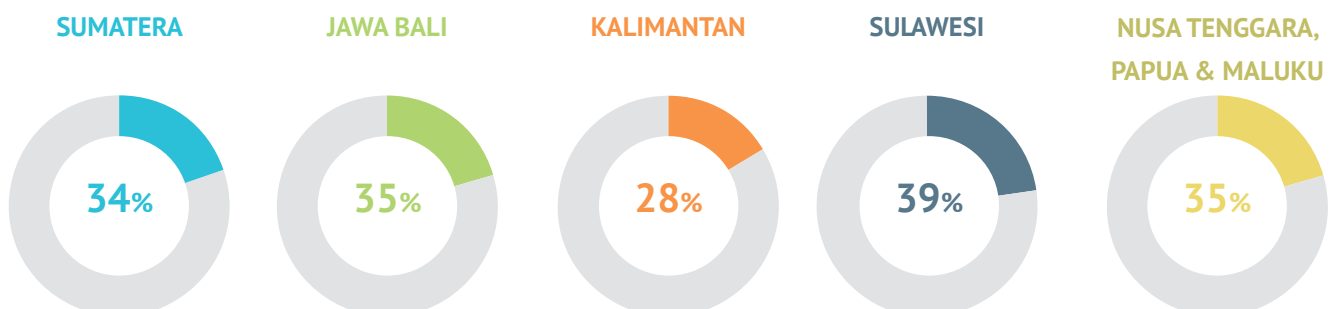
### Jumlah Pengguna Internet

berdasarkan wilayah di Indonesia

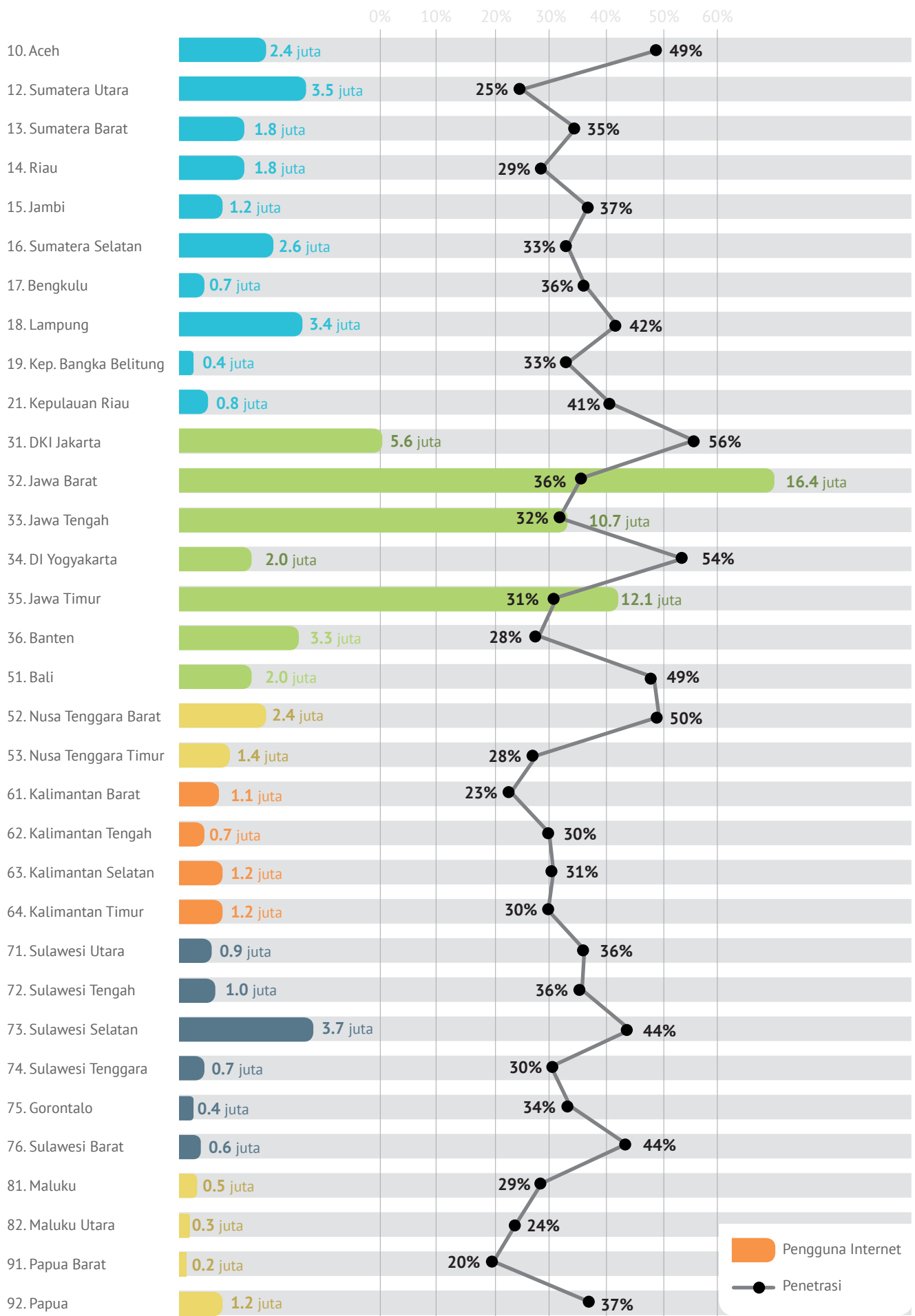


### Penetrasi Pengguna Internet

berdasarkan wilayah di Indonesia

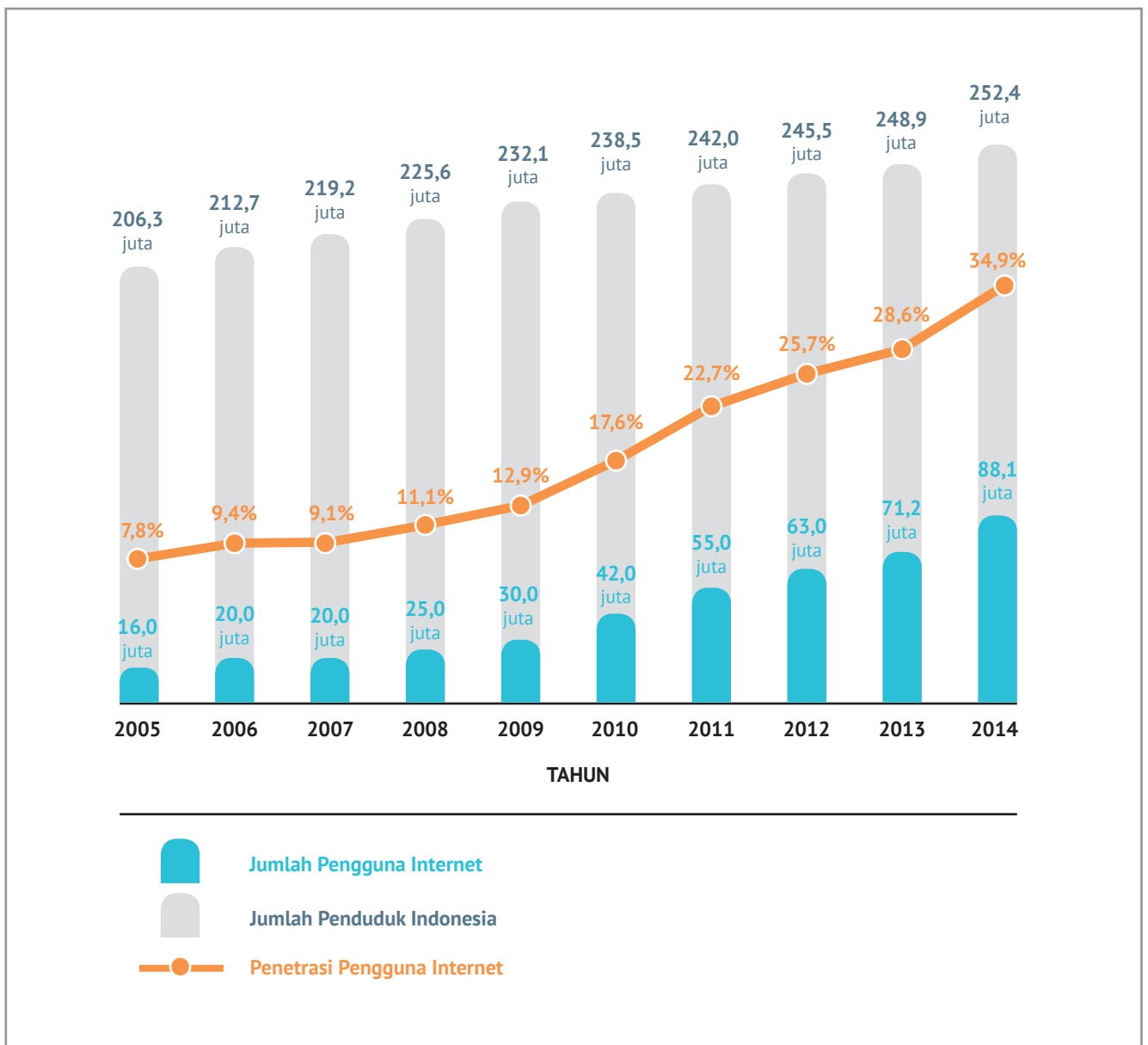


### Penetrasi Pengguna Internet




# JUMLAH DAN PENETRASI PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

Tahun 2005 - 2014







# BAB 4

## TEKNOLOGI AKSES

## TEKNOLOGI DAN PERANGKAT AKSES INTERNET

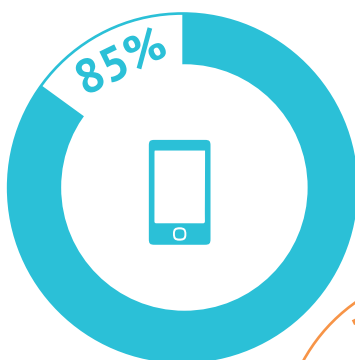
Pengguna internet di seluruh provinsi di Indonesia paling sering mengakses internet dengan menggunakan telepon selular. Namun angka tertinggi penggunaan telepon selular untuk mengakses internet berasal dari pengguna internet dari Pulau Jawa dan Bali (92%). Sementara angka tertinggi penggunaan laptop untuk mengakses internet berasal dari Pulau Kalimantan (68%), demikian pula dengan perangkat PC (21%).

Perangkat teknologi kedua yang sering digunakan untuk mengakses internet adalah laptop dan *notebook*. Presentasi paling tinggi pengguna internet dengan menggunakan *laptop* dan *notebook* paling tinggi berasal dari Pulau Kalimantan. Sebanyak 68% pengguna internet di Pulau Kalimantan mengakses internet menggunakan laptop/notebook. Trend ini tidak berbeda bagi mereka yang tinggal di wilayah Indonesia bagian Barat maupun bagian Timur. Demikian pula tidak terjadi perbedaan perilaku alat akses bagi mereka yang tinggal di daerah rural maupun daerah urban.

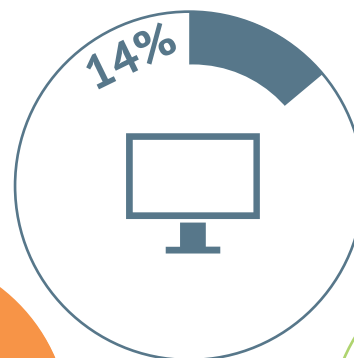


**Sebagian besar pengguna internet Indonesia mengakses internet dengan menggunakan Telepon Selular**

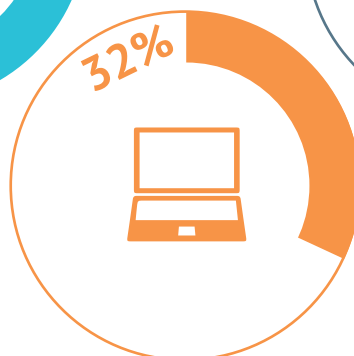
### Perangkat yang digunakan untuk akses Internet\*



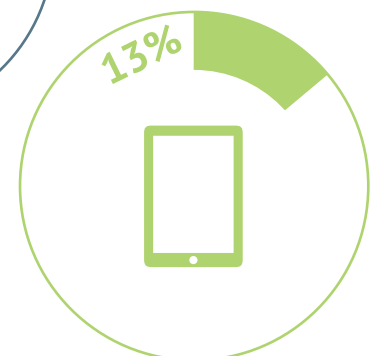
TELEPON  
SELULER



PC/KOMPUTER



LAPTOP/NETBOOK



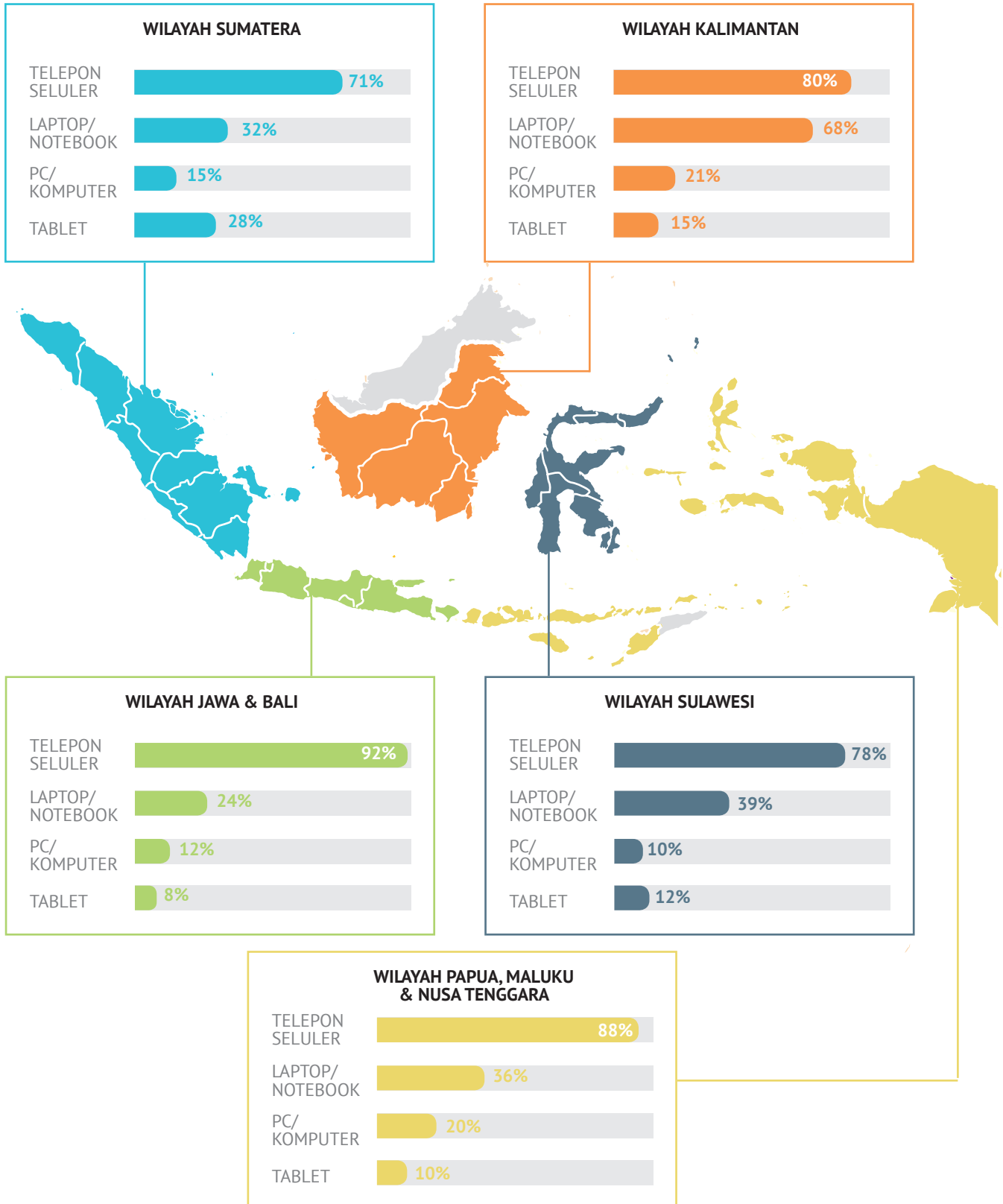
TABLET

\* Pada survei ini, responden bisa memberikan lebih dari satu jawaban



## Perangkat yang digunakan untuk akses Internet\* berdasarkan wilayah di Indonesia

\* Pada survei ini, responden bisa memberikan lebih dari satu jawaban



## TEMPAT AKSES INTERNET

Walaupun perangkat telepon selular yang notabene dapat dibawa kemana-mana, data survey menunjukkan bahwa kebanyakan pengguna internet di Indonesia menyatakan paling sering mengakses internet dari rumah pribadi mereka. Rumah, menjadi tempat favorit untuk mengakses internet dengan menggunakan berbagai macam perangkat, termasuk telepon selular.



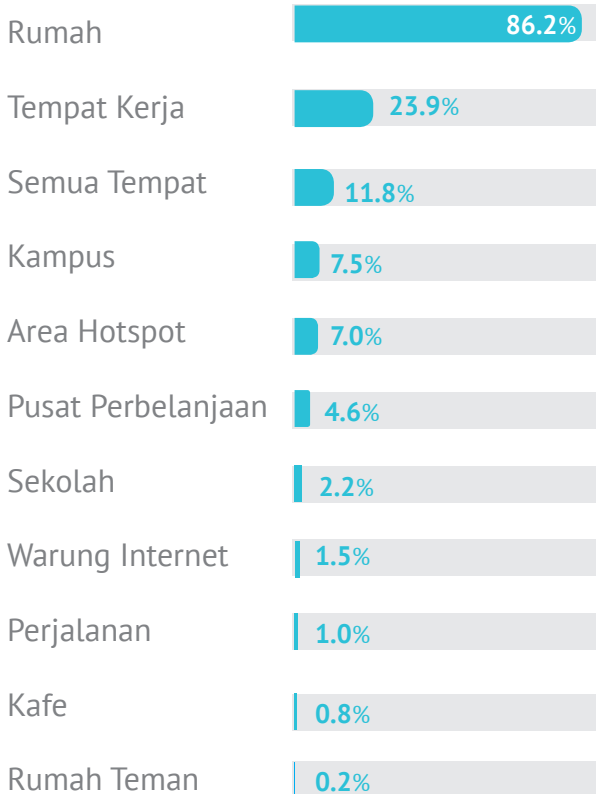
**Sebagian besar pengguna internet Indonesia paling sering mengakses internet dari rumah pribadi mereka**

### TEMPAT AKSES INTERNET\*

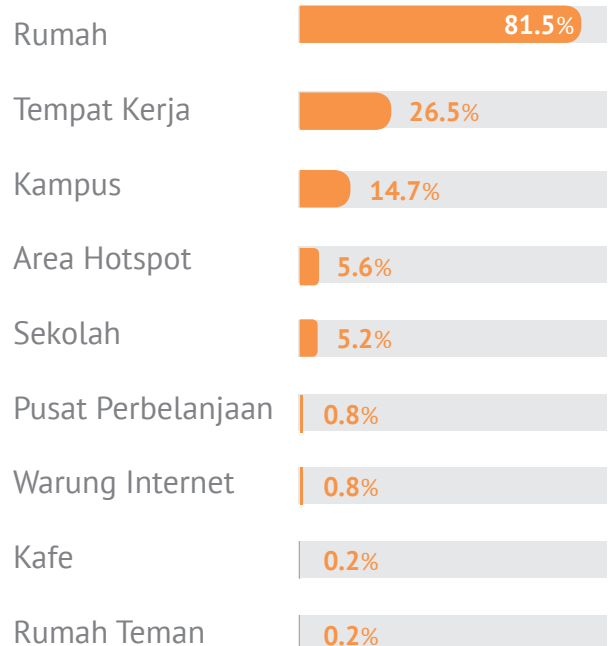
berdasarkan perangkat yang digunakan



#### TELEPON SELULER

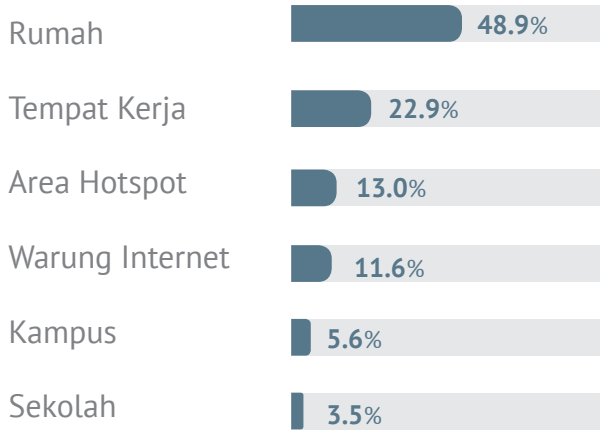


#### LAPTOP/NOTEBOOK

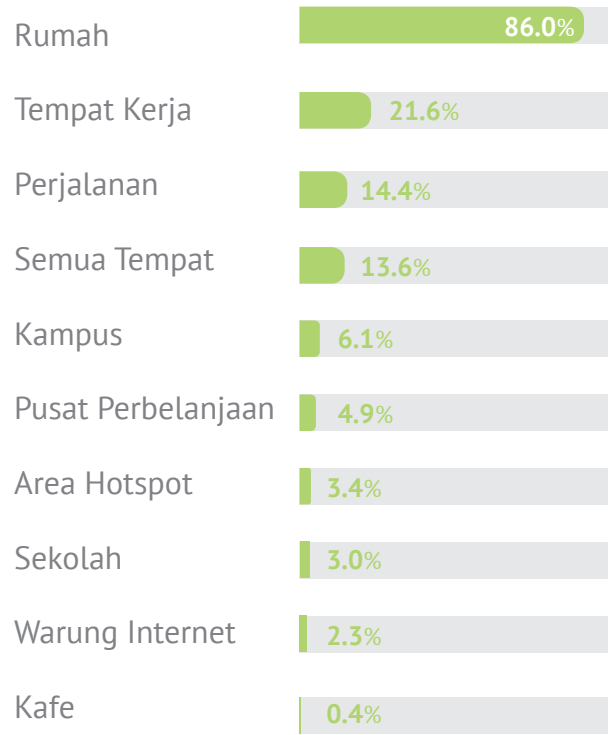




### PC KOMPUTER



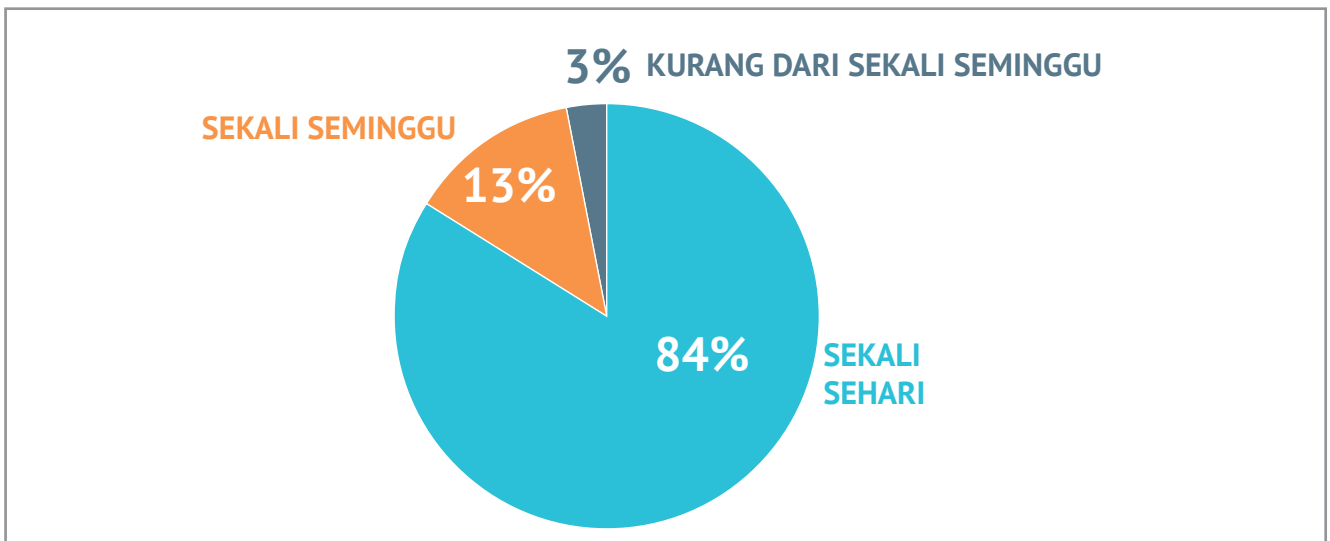
### TABLET



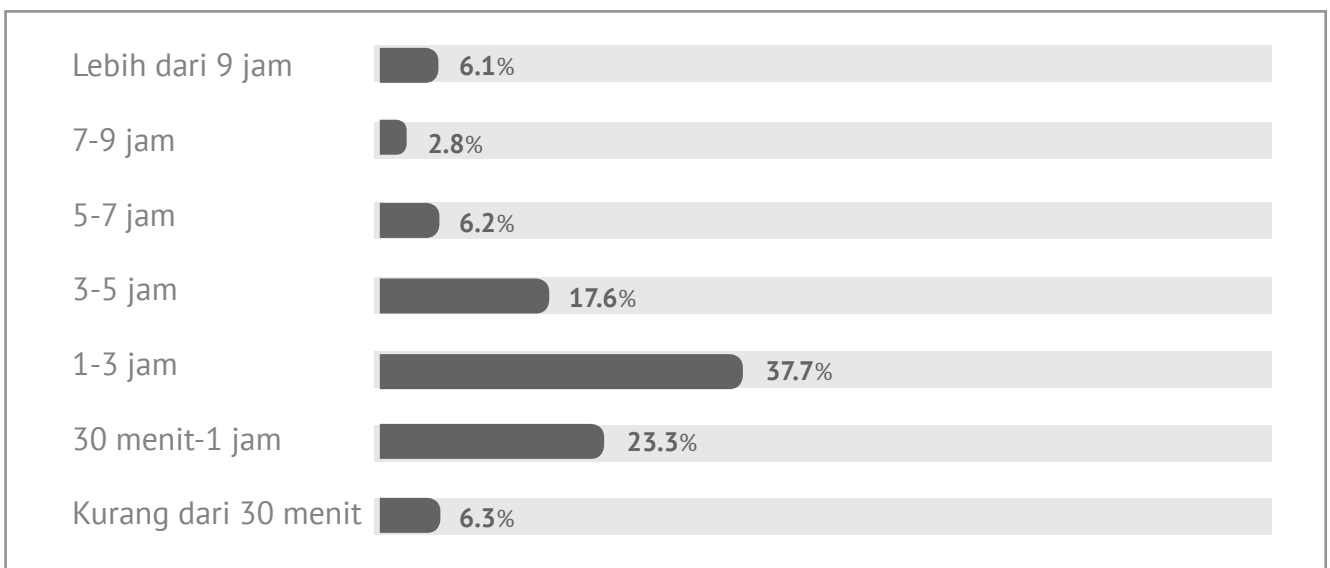
## LAMA AKSES

Lebih dari 80% pengguna internet di Indonesia mengakses internet setidaknya sehari sekali. Rata-rata pengguna internet di Indonesia mengakses internet selama 1 jam per hari, yaitu 35,3% dari total seluruh pengguna internet di Indonesia. Untuk lama penggunaan internet ini, tidak ada perbedaan di antara pengguna internet yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Namun, pengguna internet di NTT, NTB, Maluku dan Papua adalah yang paling banyak mengakses internet selama satu jam.

## FREKUENSI MENGGUNAKAN INTERNET



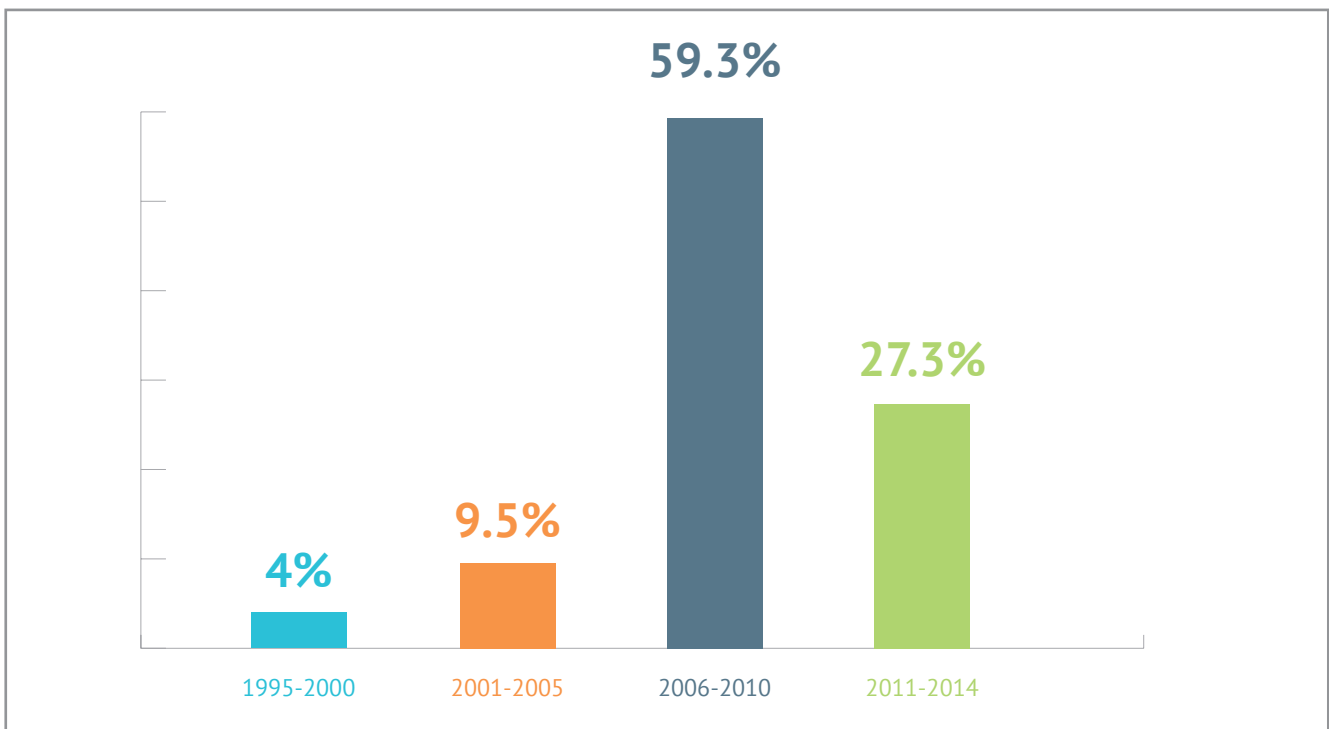
## LAMA MENGAKSES INTERNET





## LAMA JADI PELANGGAN INTERNET

Walaupun internet sebenarnya sudah masuk sejak tahun 1980an di Indonesia, namun 25% persen pengguna menyatakan mulai menggunakan internet sejak tahun 2010. Ini artinya, pelanggan internet setiap tahunnya bertambah secara perlahan.



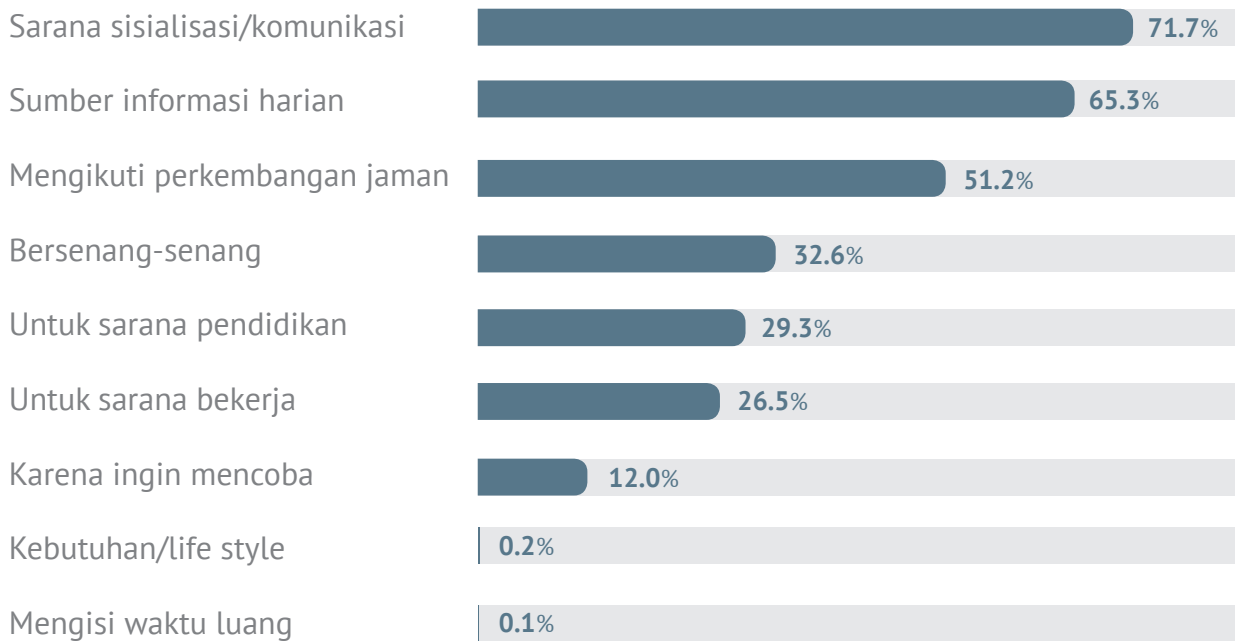
Sumber foto: <http://www.wikimedia.org/>

## ALASAN UTAMA MENGGUNAKAN INTERNET

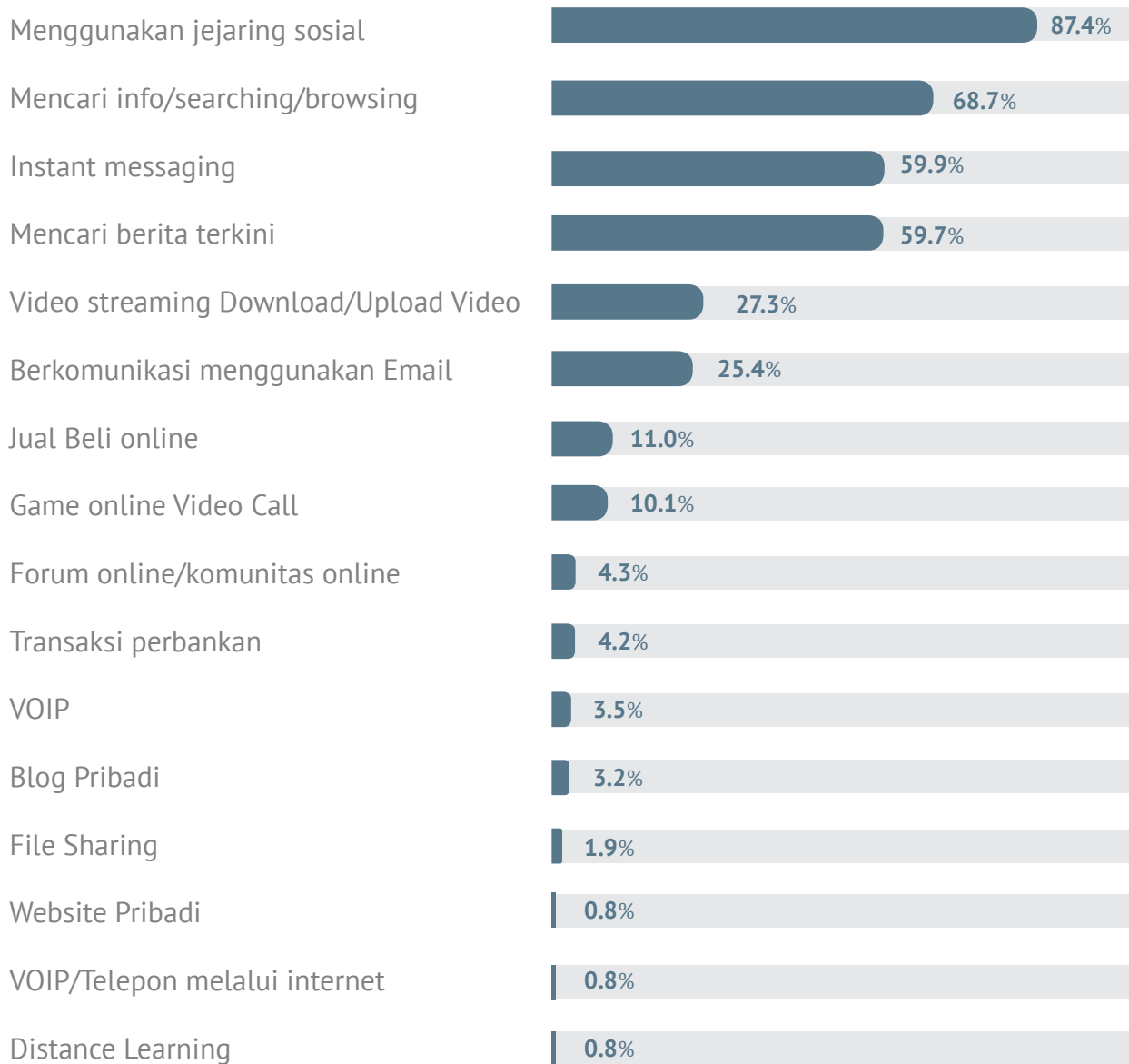
Data survey ini menyatakan bahwa ada tiga alasan utama orang Indonesia menggunakan internet. Tiga alasan itu adalah untuk mengakses sarana sosial/komunikasi (72%), sumber informasi harian (65%), dan mengikuti perkembangan jaman (51%). Tiga alasan utama mengakses internet itu dipraktikkan melalui empat kegiatan utama, yaitu menggunakan jejarin sosial (87%), mencari informasi (69%), instant messaging (60%) dan mencari berita terbaru (60%).



### ALASAN MENGAKSES INTERNET (PC KOMPUTER)



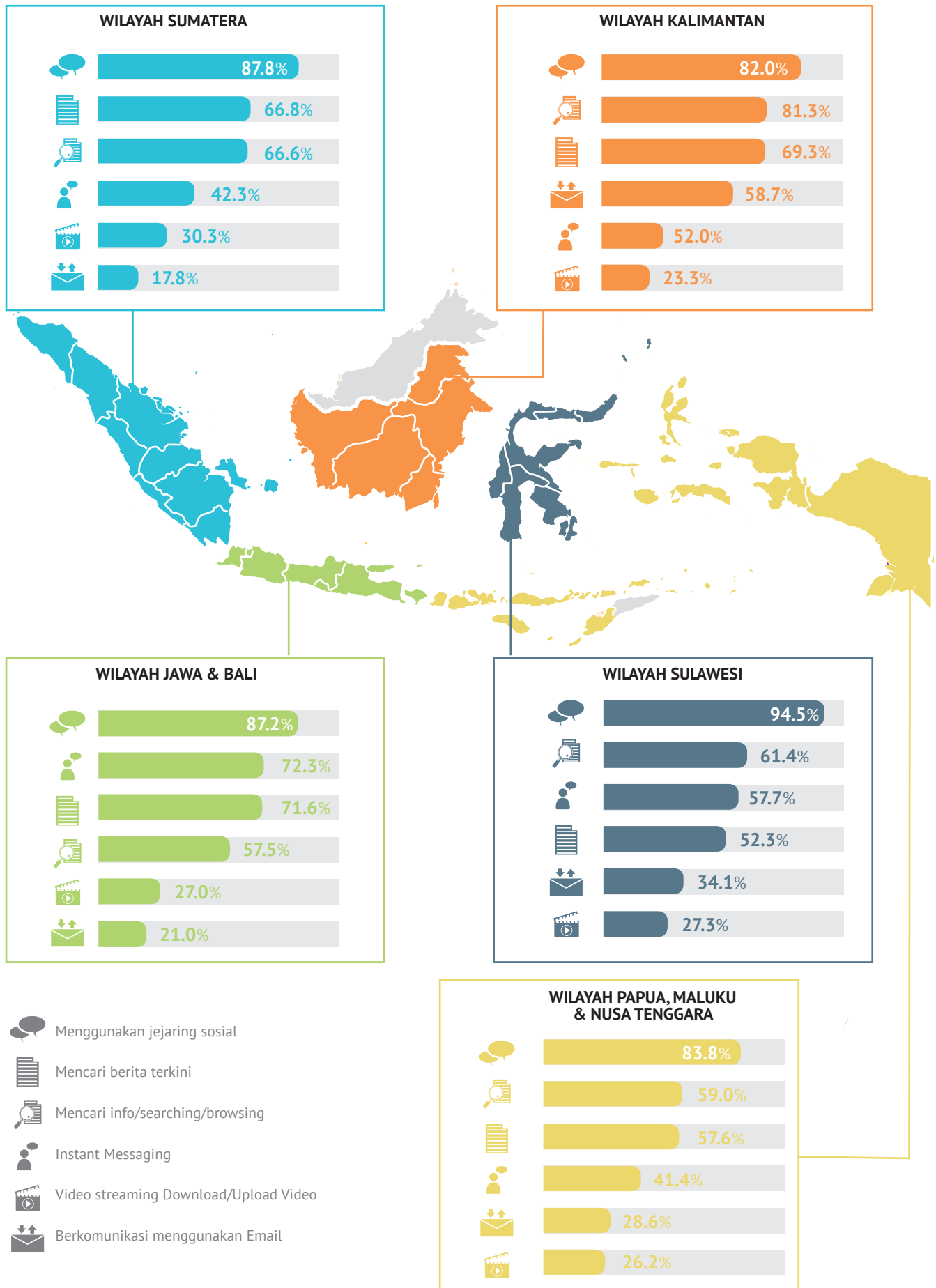
## YANG DILAKUKAN KETIKA MENGAKSES INTERNET



Tetapi untuk wilayah kalimantan, praktik paling banyak ketika mengakses internet adalah untuk berkomunikasi menggunakan email (59%). Kegiatan ini pun paling banyak dilakukan oleh pengguna internet yang tinggal di wilayah Indonesia bagian Timur (31%) dibandingkan oleh pengguna internet yang tinggal di wilayah Indonesia bagian Barat (24%).

## Yang dilakukan ketika mengakses Internet\*

berdasarkan wilayah di Indonesia

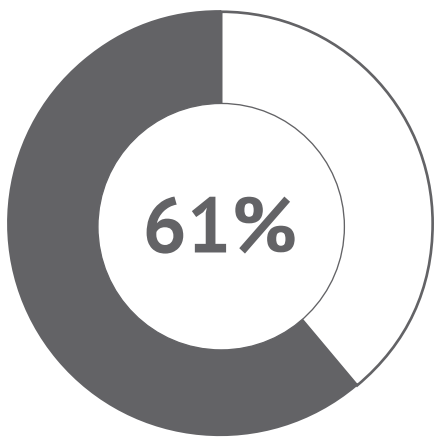


## KEGIATAN MENGUNDUH

Hasil survey APJII tahun 2014 ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang besar untuk memperoleh informasi dari internet dengan cara mengunduh informasi. 60% dari total seluruh pengguna internet di Indonesia mengaku mengunduh informasi dalam kapasitas besar.

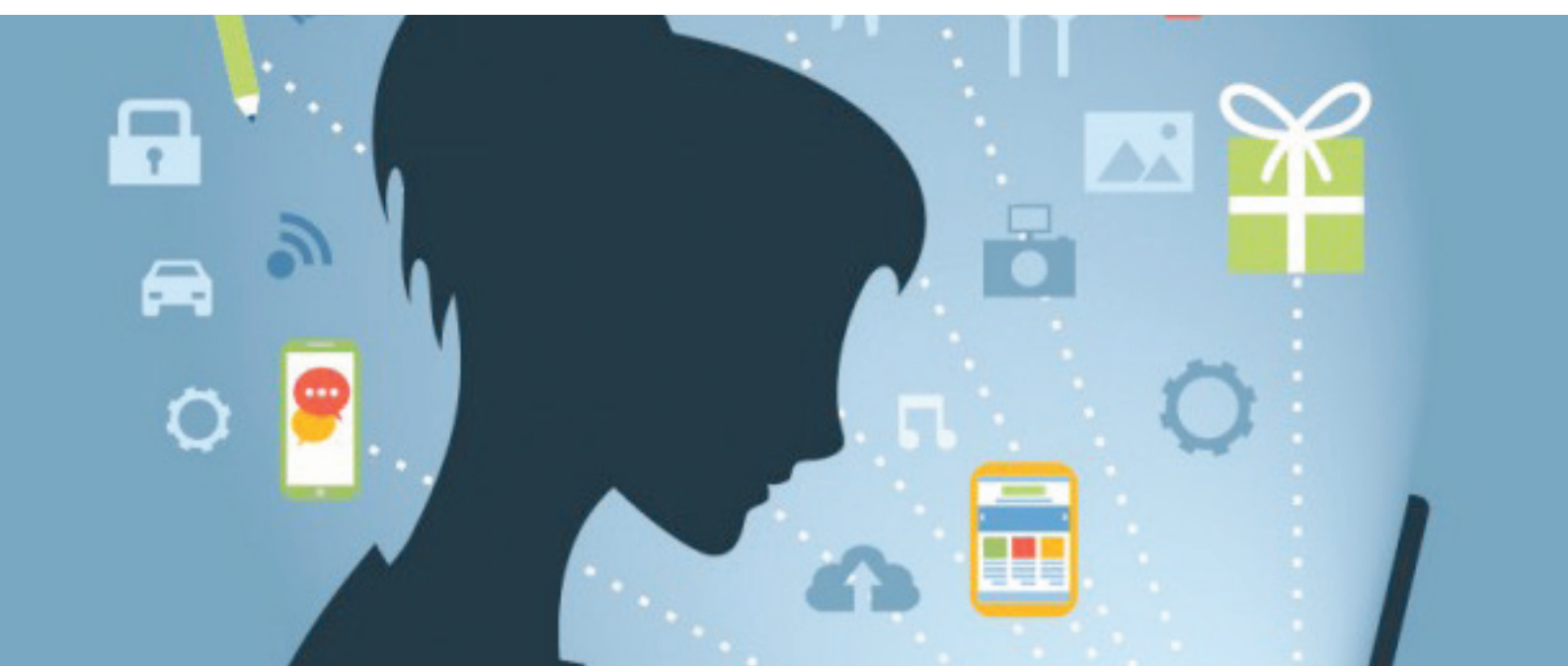
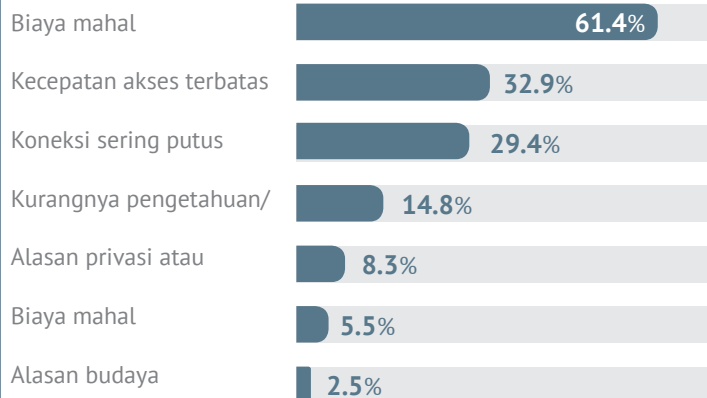


### Alasan pengguna internet yang jarang mengunduh karena biaya yang mahal



Pengguna Internet mengunduh file besar dari Internet

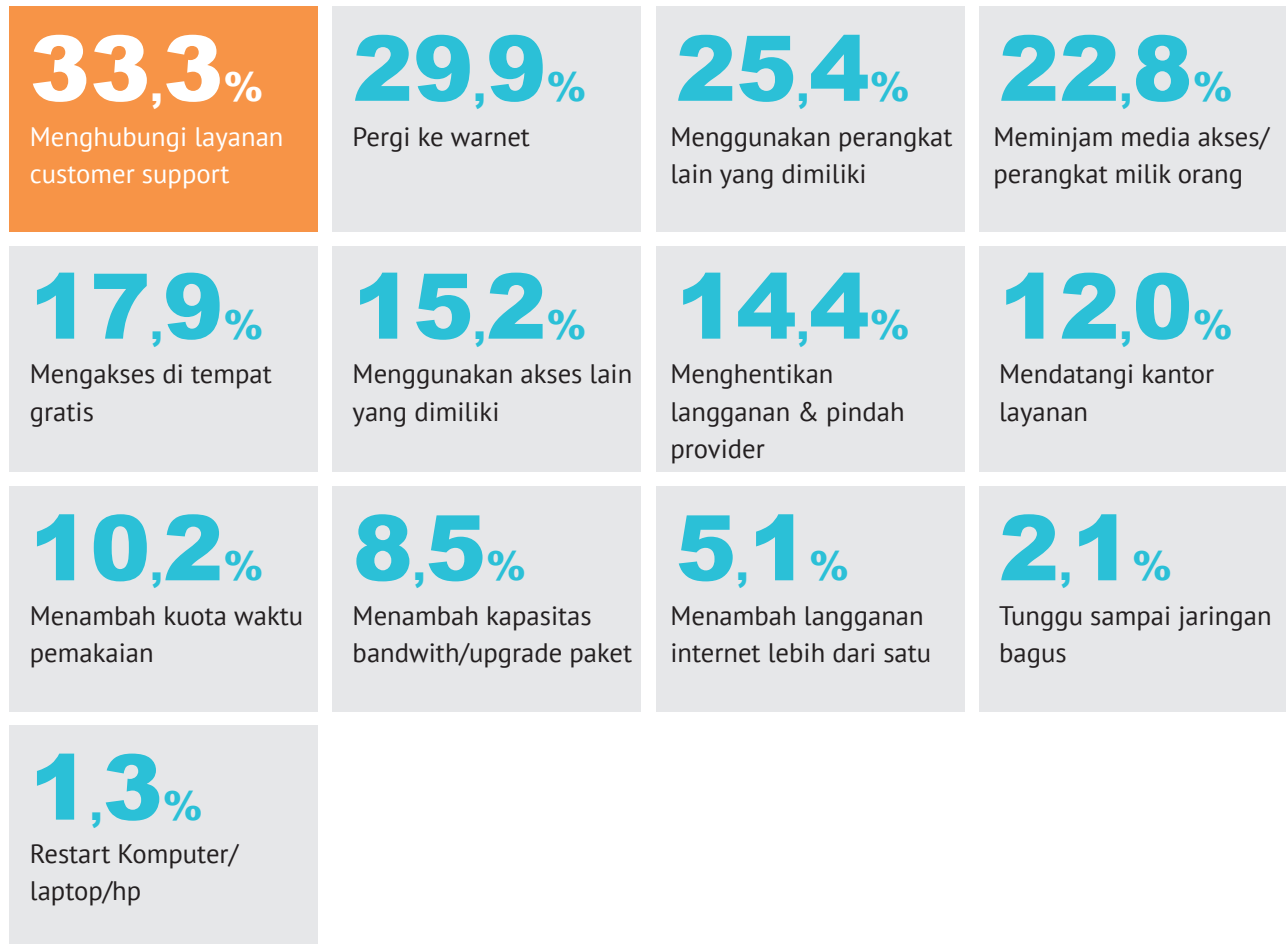
#### ALASAN JARANG MENGUNDUH





## SOLUSI MASALAH INTERNET

Manuelle Castell menyatakan bahwa internet adalah teknologi yang mencerdaskan penggunaannya. Temuan survey menyatakan bahwa solusi dominan yang dipilih pengguna internet di Indonesia ketika ada masalah internet adalah dengan pergi ke warnet (44%).







# **BAB V**

## **PERTIMBANGAN DAN KEPUASAN MEMILIH INTERNET PROVIDER**

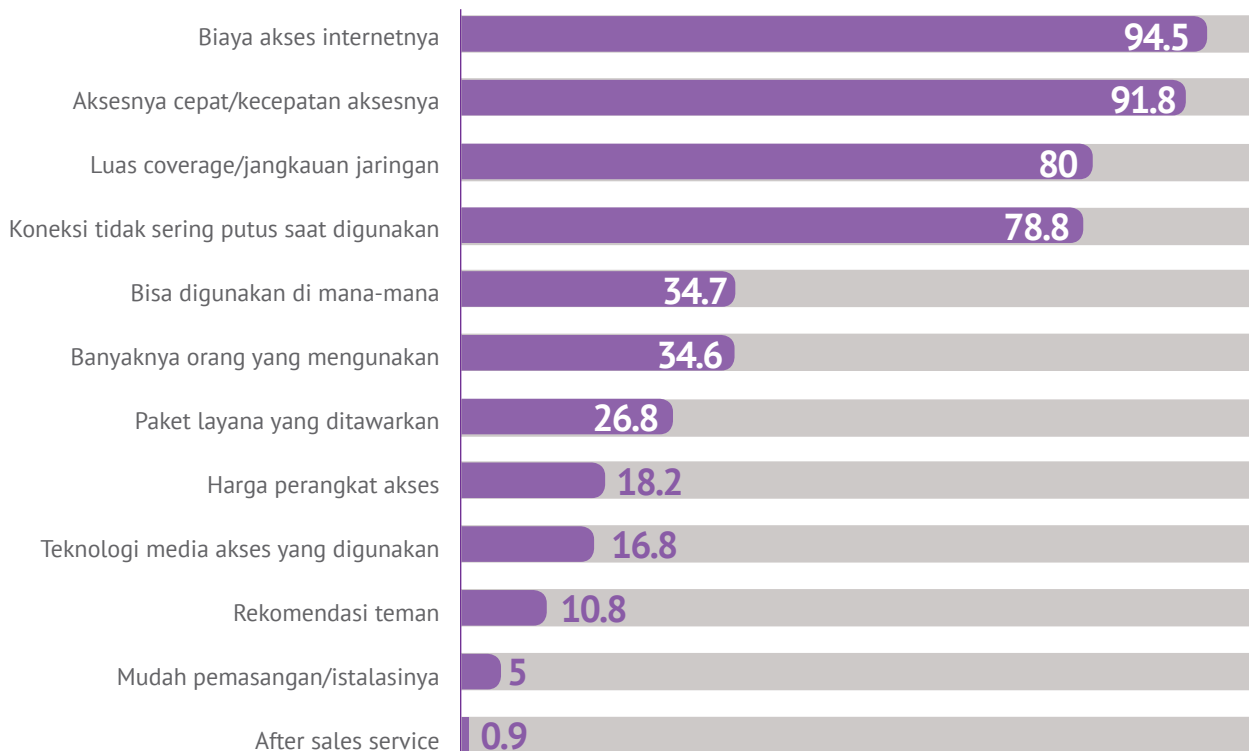
## ALASAN PEMILIHAN PROVIDER

Pengguna internet mengemukakan dua alasan utama dalam memilih provider. Alasan yang pertama adalah masalah biaya dan yang kedua adalah masalah akses. Alasan pemilihan kedua faktor ini rata-rata diberikan oleh pengguna di seluruh provinsi di Indonesia. Selain itu jangkauan jaringan serta koneksi yang stabil juga menjadi alasan yang banyak dipilih oleh responden dalam memilih provider.



**Faktor penting pengguna internet di Indonesia dalam memilih provider adalah biaya dan kecepatan akses**

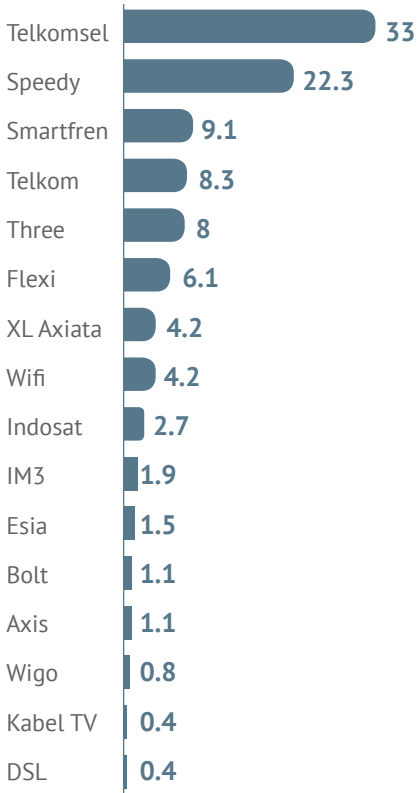
### Faktor Penting Pengguna Internet dalam memilih Provider



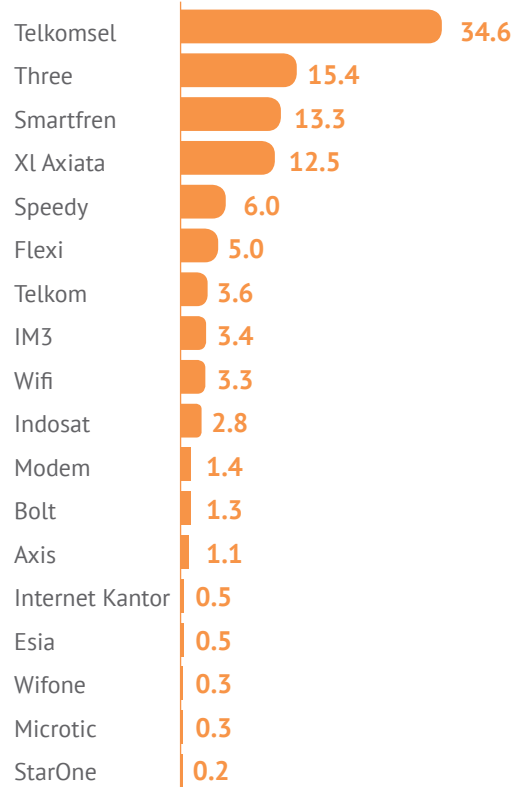
## Provider Internet yang digunakan



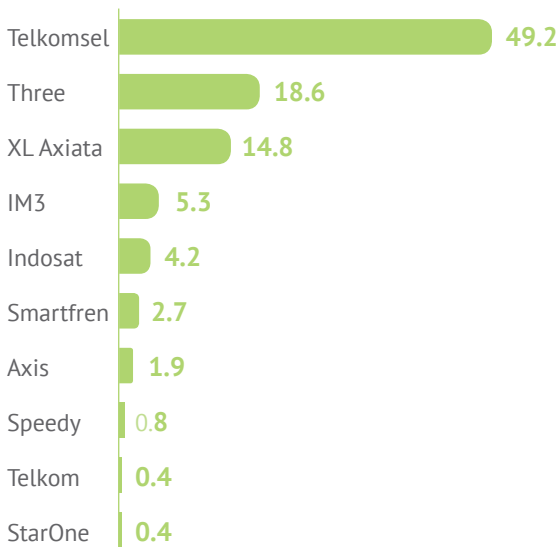
### PC Komputer



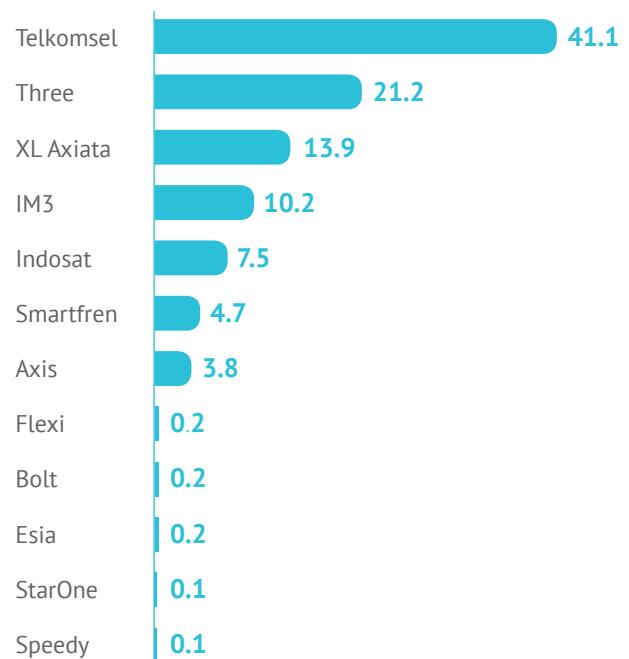
### Laptop/Netbook



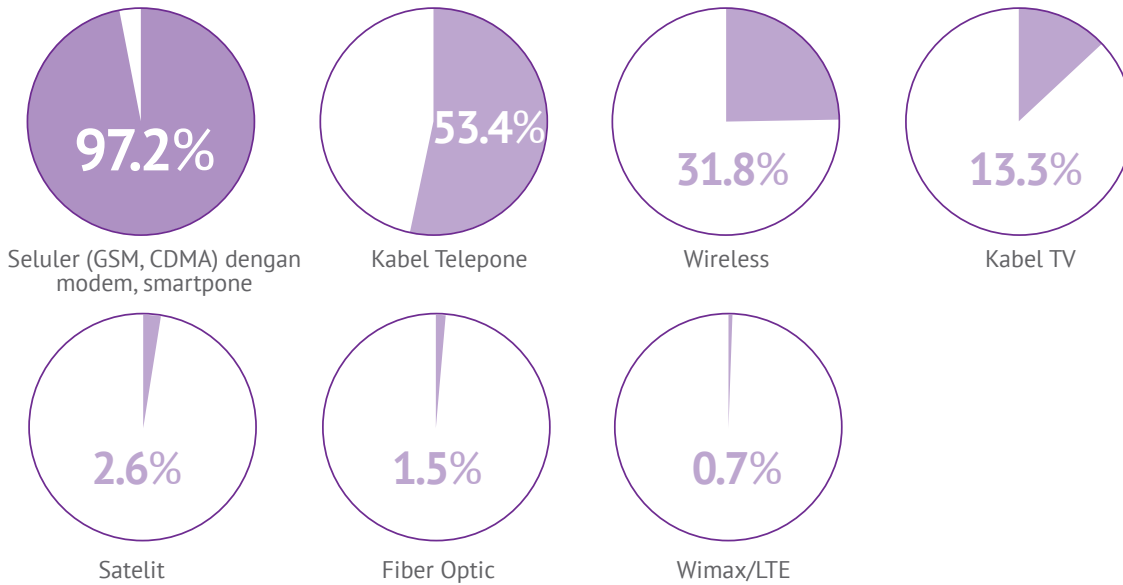
### Tablet



### Telepone Seluler



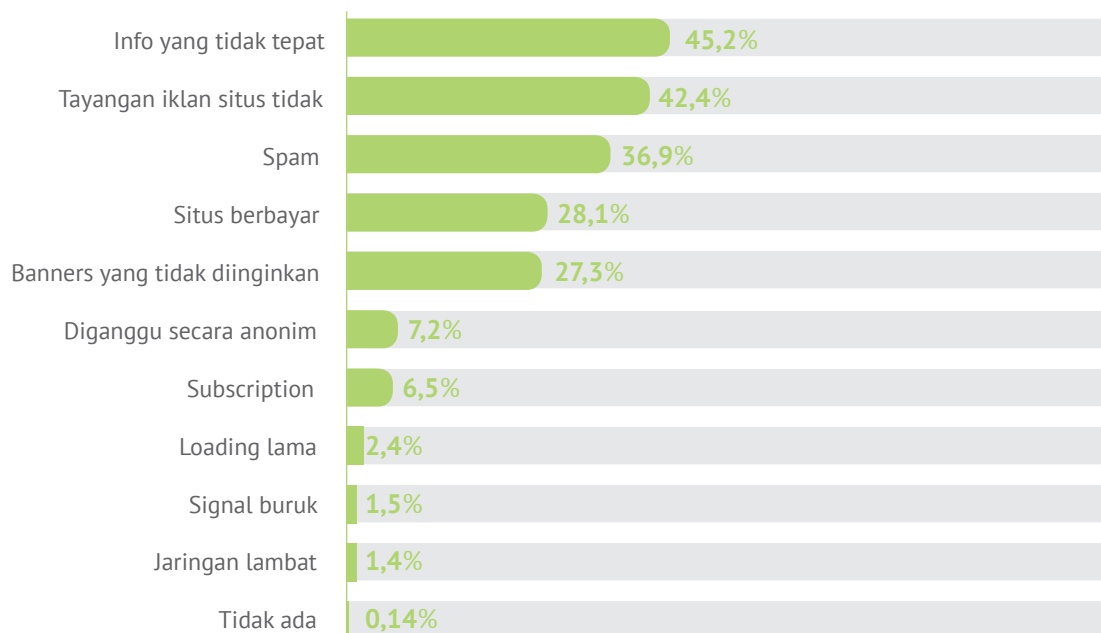
## Teknologi Media Akses yang diketahui Pengguna Internet



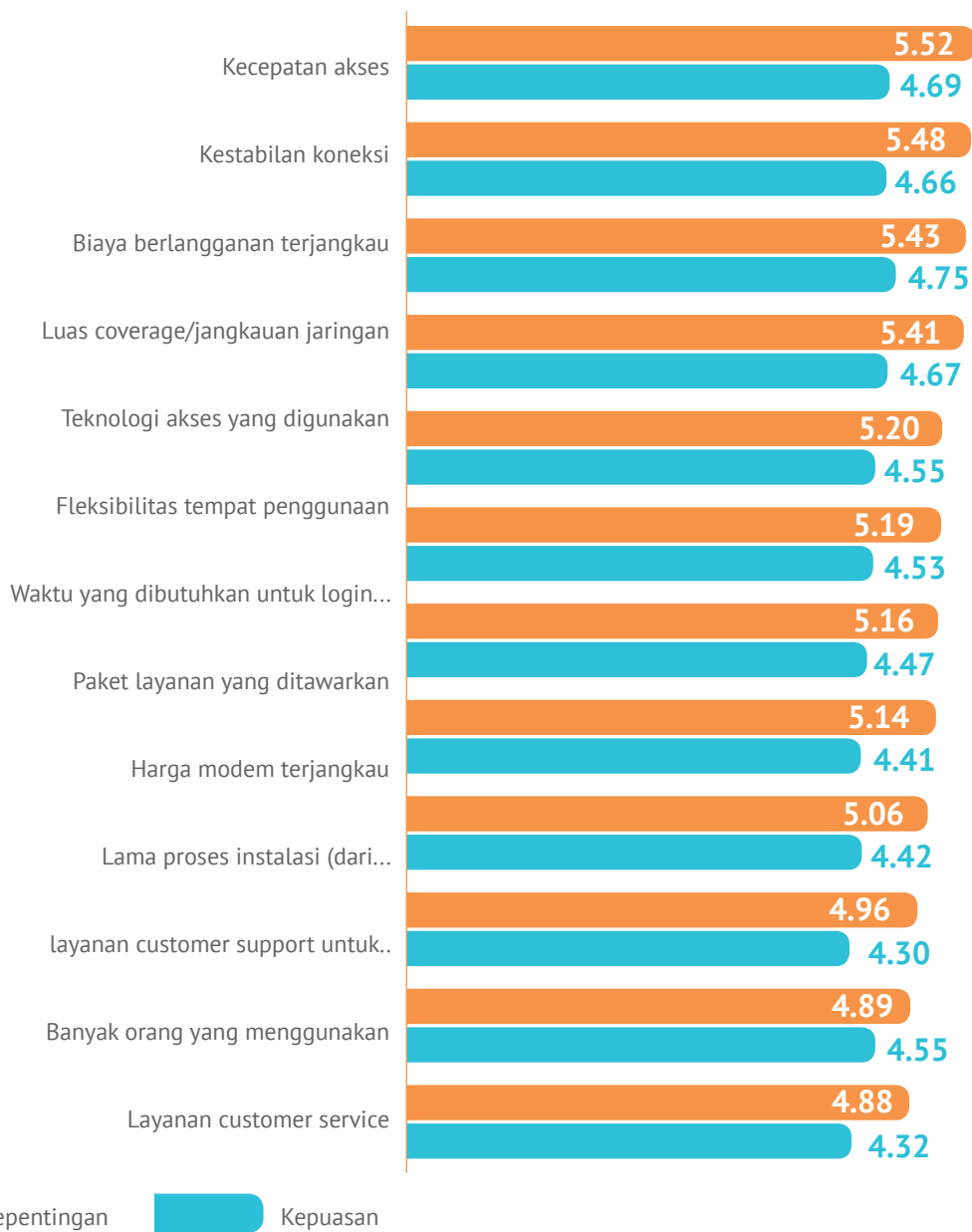
## KETIDAKNYAMANAN PENGGUNA INTERNET

Kebanyakan pengguna internet yang beralih pada provider baru menyatakan empat alasan utama. Alasan pertama adalah karena internet memberikan informasi yang tidak tepat (45%), provider membiarkan tayangan iklan/situs yang tidak layak/sopan/dewasa (41%), provider membiarkan situs berbayar (28%) dan membiarkan banner yang tidak diinginkan (26%). Ketidaknyamanan pengguna internet saat mengakses internet

### Ketidaknyamanan Pengguna Internet

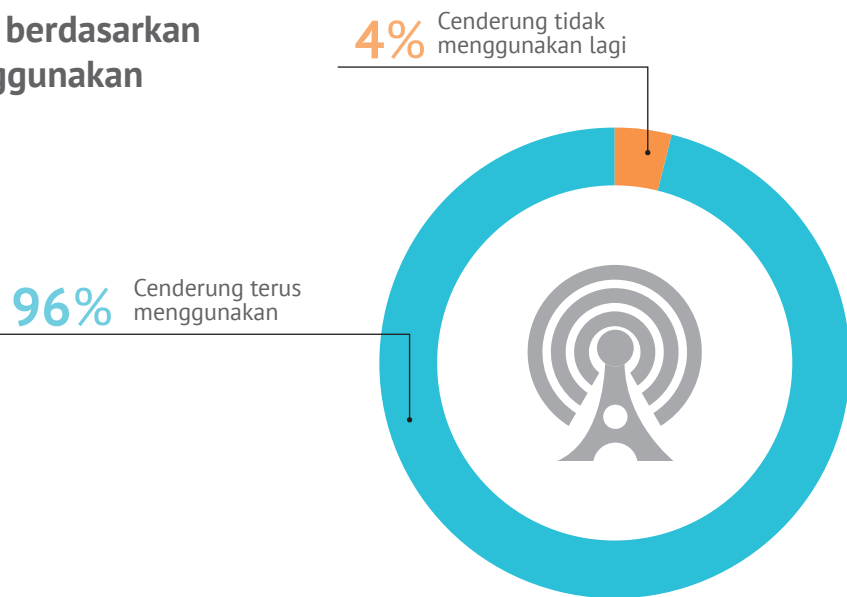


## Sikap pengguna internet berdasarkan pengalaman dalam menggunakan provider internet

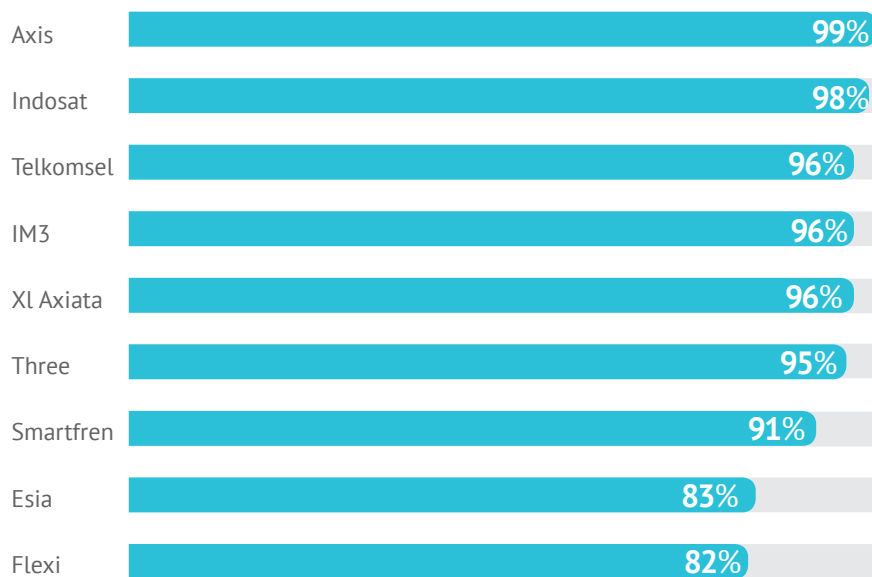


✓	Skala Kepentingan	✓	Skala Kepuasan
Sangat tidak penting	1	Sangat tidak puas	1
Tidak penting	2	Tidak puas	2
Kurang penting	3	Kurang puas	3
Agak penting	4	Cukup puas	4
Penting	5	Puas	5
Sangat penting	6	Sangat puas	6

## Sikap pengguna internet berdasarkan pengalaman dalam menggunakan provider internet



## Sikap pengguna provider yang cenderung akan menggunakan lagi berdasarkan pengalaman mengakses internet







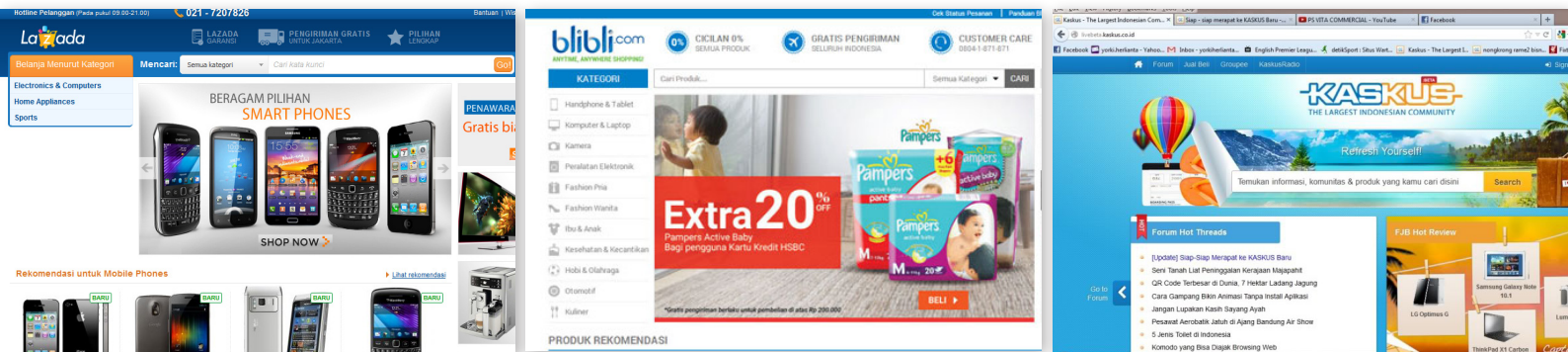
# **BAB VI**

# **PELAKU**

# **BELANJA ONLINE**

## PELAKU

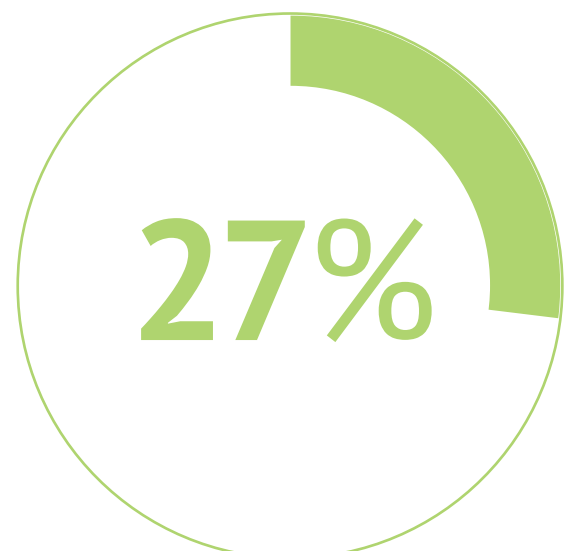
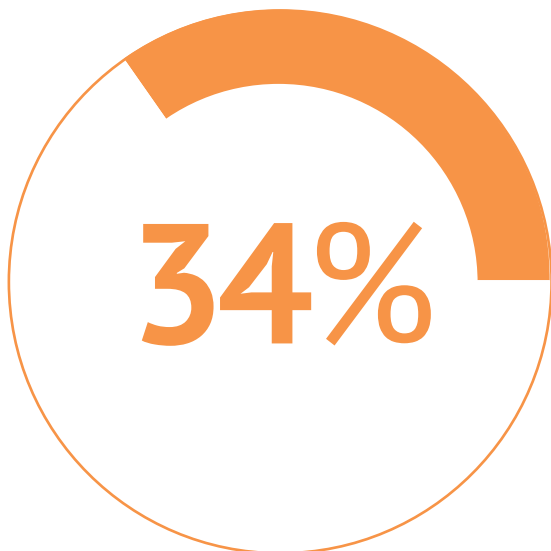
Mengikuti trend dunia, belanja online mulai marak juga di Indonesia. Walaupun demikian kebanyakan pengguna internet di Indonesia belum terlalu berani turut serta dalam belanja online ini. Menurut survey ini, pengguna internet perempuan lebih berani melakukan belanja online (58%) dibanding pengguna internet laki-laki (42%).



Mencari informasi di Internet mengenai jasa/produk yang akan dibeli



Pengguna Internet yang pernah berbelanja online

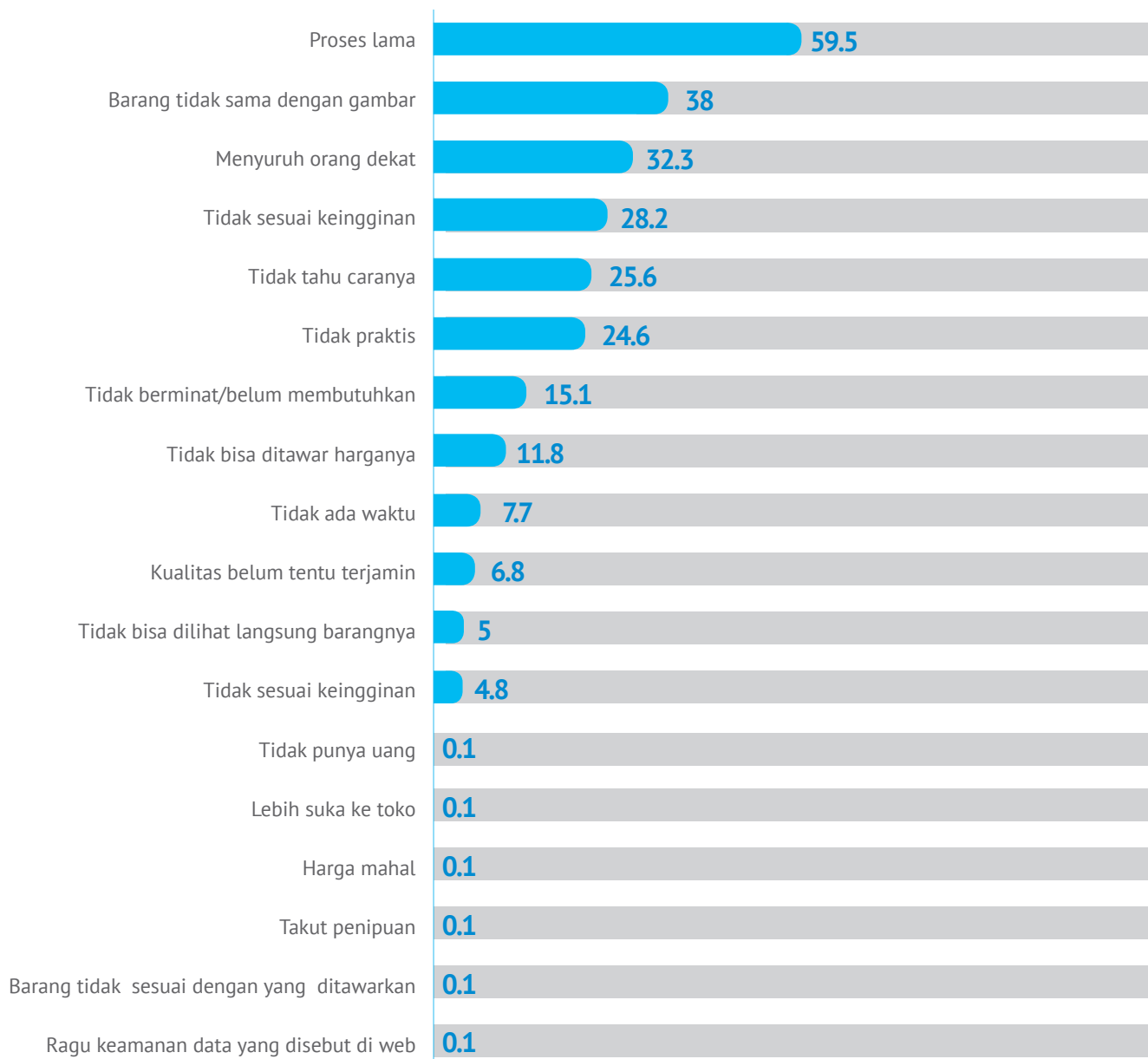


## ALASAN TIDAK MELAKUKAN

Sebanyak 72,7% pengguna internet menyatakan belum pernah melakukan belanja online. Faktor utama yang menyurutkan niat pengguna internet melakukan belanja online adalah karena mereka beranggapan akan memakan proses yang lama (59.5%), dan alasan kedua terbanyak adalah barang yang dijual tidak sama dengan yang ada di gambar (38%).



### Alasan tidak melakukan pembelian online

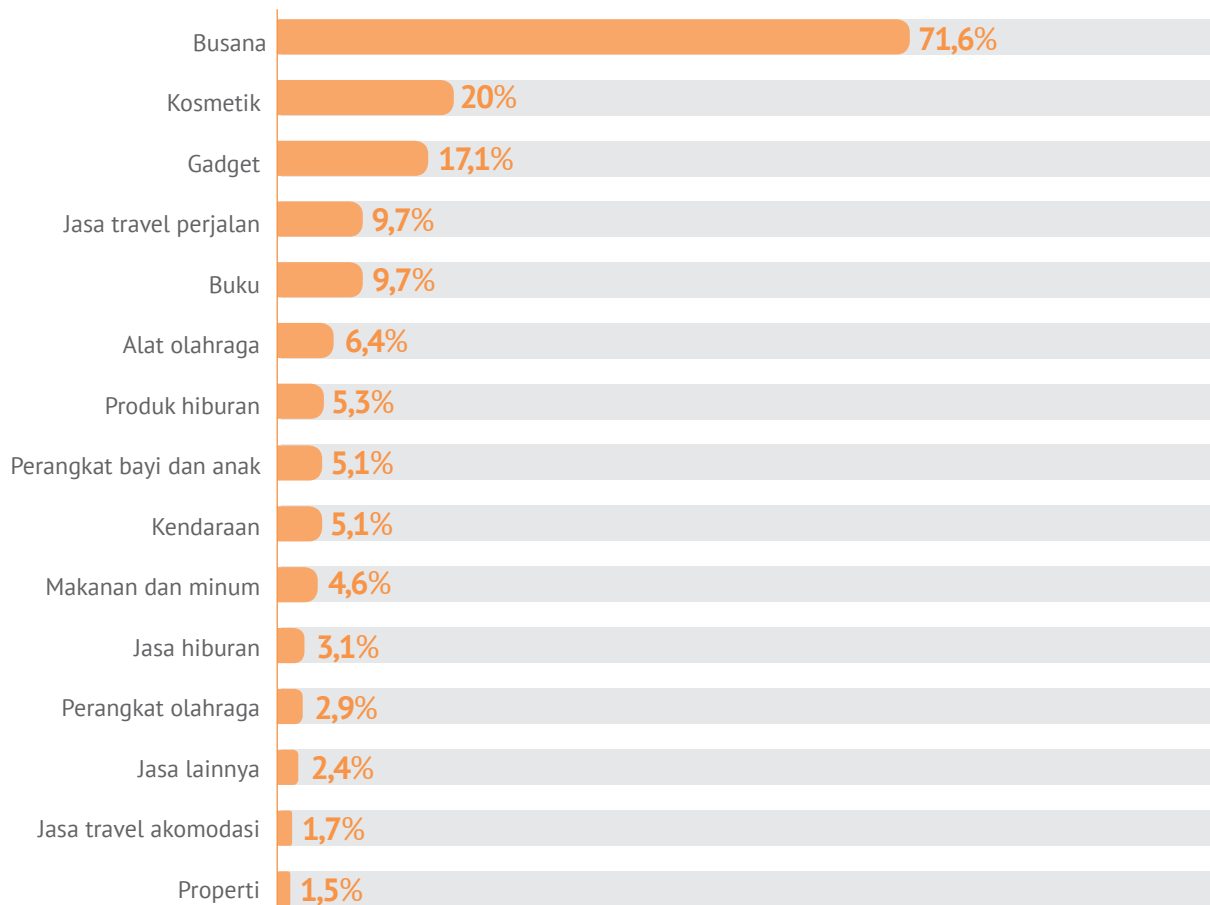


## 6.3 KOMODITAS BELANJA ONLINE

Ada lima komoditas utama dalam kegiatan belanja online yang dilakukan oleh pengguna internet di Indonesia. Kelima komoditas tersebut adalah busana (dilakukan oleh 72% pengguna), kosmetik (dilakukan oleh 20% pengguna), gadget ataupun perangkat komunikasi (dilakukan oleh 17% pengguna), jasa travel perjalanan (dilakukan oleh 9.7% pengguna) dan buku (dilakukan oleh 9.7% pengguna).

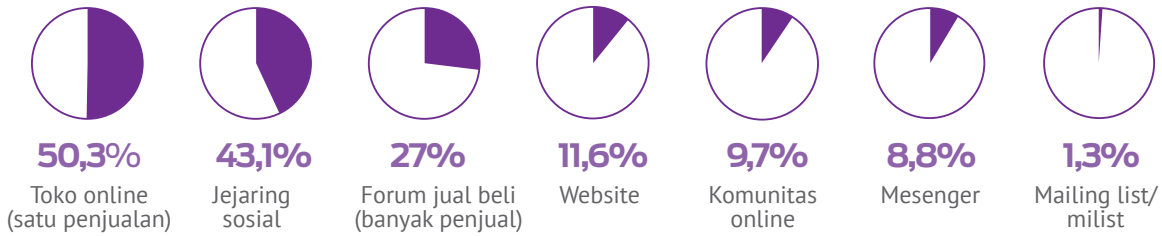


### Produk yang dibeli dari belanja online

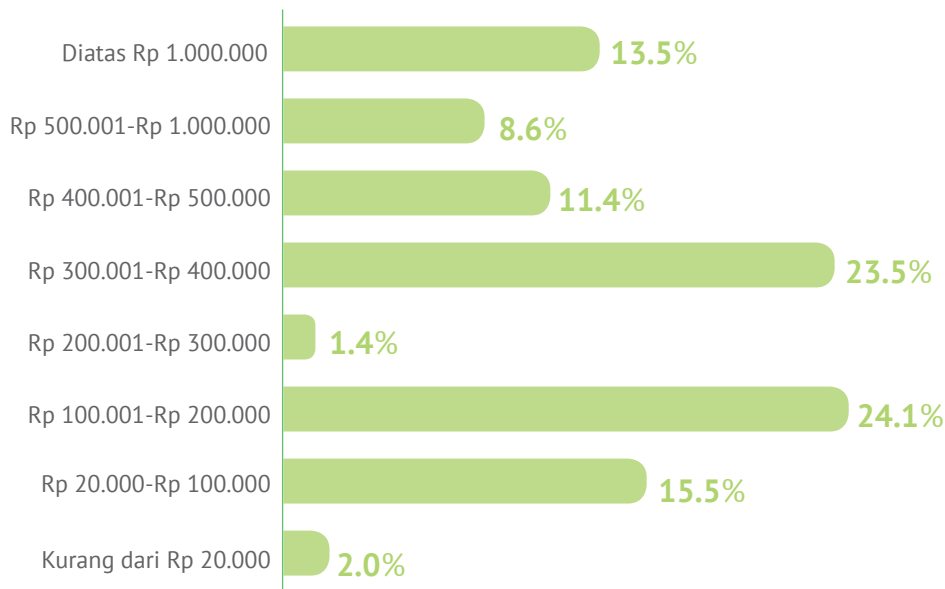




### Jenis situs belanja online



### Jumlah transaksi pembelian online dalam 3 bulan terakhir





## TEMPAT JUALAN ONLINE

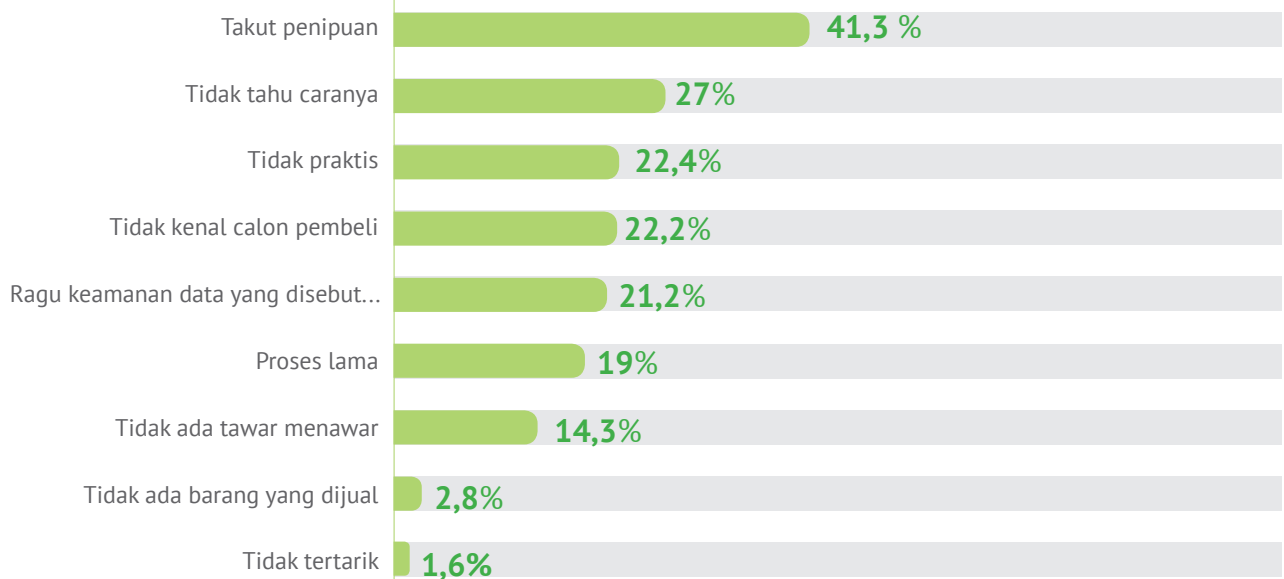
Dari tujuh lokasi penjualan online (forum jual beli, jejaring sosial, mailing list, blog, domain, messenger dan komunitas online), jejaring sosial adalah tempat yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia (64,9%).



Pengguna Internet yang pernah berjualan online

14%

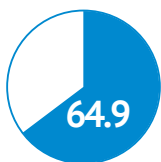
### Alasan tidak melakukan penjualan online



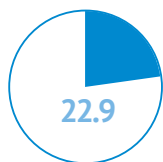




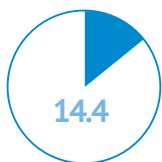
### Jenis situs untuk berjualan online



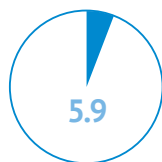
Jejaring sosial



Mesenger



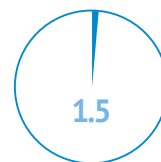
Komunitas online



Toko pribadi dalam bentuk blog

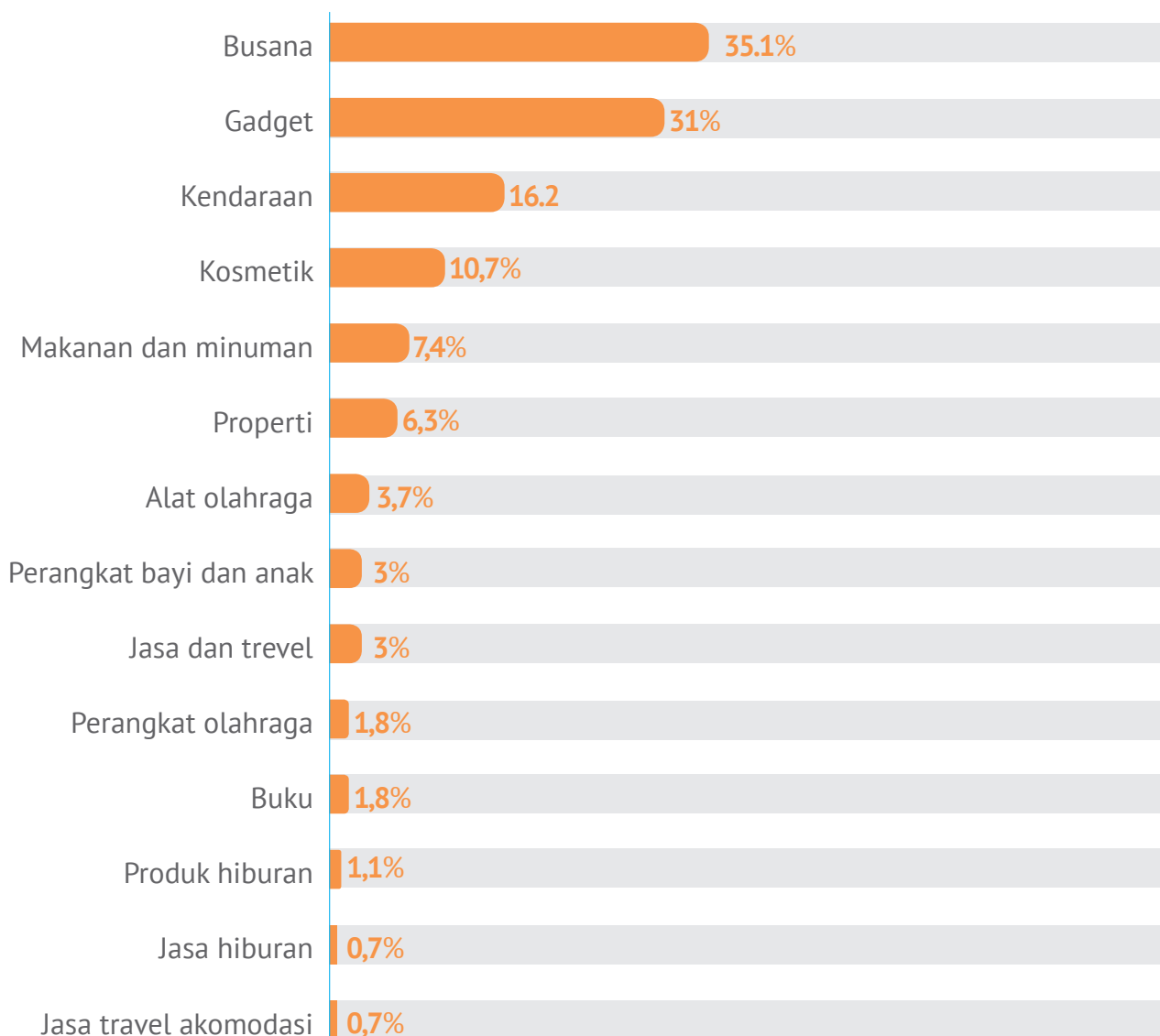


Toko pribadi dalam bentuk website



Mailing list/milist

### Produk yang dijual online

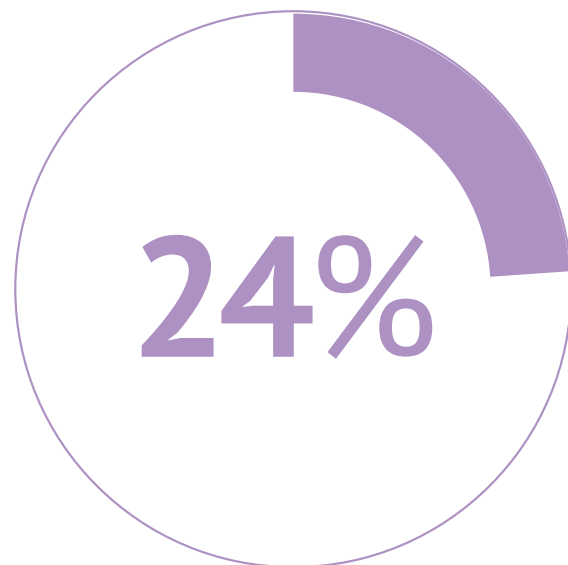


## METODE PEMBAYARAN

Kebanyakan pengguna internet di Indonesia yang melakukan belanja online memilih SMS banking sebagai transaksi elektronik yang digunakan. 67% dari total pengguna, baik yang tinggal di wilayah Indonesia bagian Timur dan Barat maupun di wilayah rural/urban memilih menggunakan bentuk transaksi ini.

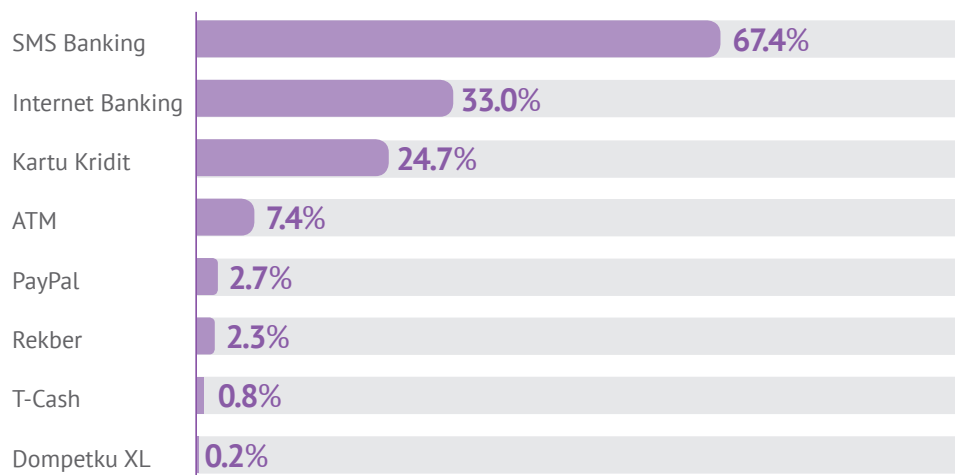


**SMS banking sebagai transaksi elektronik yang paling banyak digunakan dalam transaksi online**



**Pengguna Internet yang memiliki alat transaksi elektronik**

**Alat transaksi elektronik yang digunakan pengguna internet**

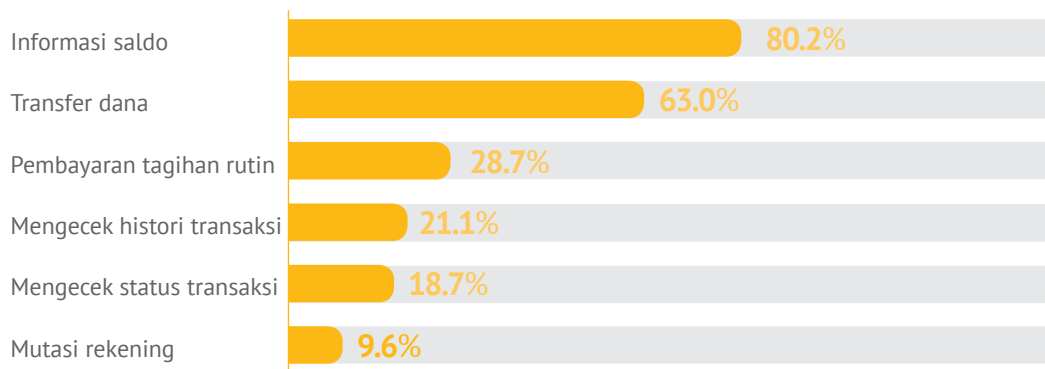


## PENGGUNAAN INTERNET BANKING

Survey ini memperlihatkan bahwa terdapat dua kegiatan yang dilakukan pengguna internet di Indonesia melalui internet banking. Yang pertama adalah informasi saldo (80%) dan yang kedua adalah transfer dana (63%).

Bagi pengguna internet di Indonesia, aktivitas internet banking ini kebanyakan dilakukan melalui aplikasi mobil (56,5%).

### Transaksi yang dilakukan pengguna internet saat menggunakan internet banking



### Perangkat untuk mengakses internet banking

