

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini tidak lagi sedang mengalami perkembangan yang pesat, tetapi merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam menciptakan sebuah produk. Munculnya perekonomian global menjadi sebuah tantangan dan rintangan bagi sebuah perusahaan untuk tetap bisa mempertahankan eksistensinya di industri perdagangan. Berbagai cara dilakukan agar dapat bersaing dengan berbagai produk baru yang bermunculan.

Bagi sebuah perusahaan yang tahan banting, ketatnya persaingan pasar dan banyaknya tantangan yang menghadang, tentunya menjadi salah satu pemicu dalam menciptakan suatu perubahan baru yang signifikan sehingga dapat dikenal dengan suatu karakteristik yang menjadi ciri khas dari suatu produk.

Di dalam mencapai tujuan perusahaan, pemasaran memegang peranan penting. “Dalam konsep pemasaran kemasyarakatan dinyatakan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif, serta lebih efisien dibanding para pesaing”¹.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan sekalipun sudah mempunyai kualitas yang tidak diragukan lagi dan memiliki harga yang terjangkau serta

1 Armstrong, Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia), p. 18

mudah didapat oleh konsumen ketika membutuhkannya, apabila tidak ditunjang oleh konsep pemasaran yang baik maka akan berdampak pada distribusi produk yang mengalami kendala.

Akibat dari adanya kemajuan teknologi maka banyak sekali bermunculan produk-produk baru yang lebih inovatif dan beragam yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen, agar konsumen merasa tertarik dan berminat untuk membeli produk tersebut. Seperti halnya produk yang saat ini sedang berkembang pesat yaitu telephone seluler (ponsel).

Ponsel merupakan alat komunikasi yang canggih yang berfungsi sebagai penyampai informasi secara singkat, cepat dan efisien. Pada awalnya ponsel hanya berfungsi untuk mengirim atau menerima pesan yang lebih dikenal dengan fitur *SMS (Short Message Service)*. Seiring dengan perkembangan zaman sekarang ponsel tidak lagi berfungsi sebatas itu saja.

Fasilitas ponsel pada zaman sekarang sangat beragam atau dapat dikatakan multifungsi. Dikatakan multifungsi karena ponsel menyediakan beragam fitur yang sangat menarik, yakni untuk menyimpan informasi, bermain game online, hingga digunakan untuk GPS. Semua perubahan yang ada mengharuskan produsen ponsel harus bisa menyediakan beragam fitur yang lebih lengkap lagi agar tidak mengalami kemerosotan penjualan.

Menurut Martti Haikio, "bahwa layanan pesan singkat merupakan layanan yang tumbuh paling pesat dalam komunikasi bergerak, hanyalah perangsang bagi

hal-hal yang akan datang. Diperkirakan sekitar 250 miliar pesan dikirim ke seluruh dunia pada 2001 dari jaringan GSM saja”².

Perusahaan yang bergerak di bidang tersebut harus pandai melihat celah yang ada karena semakin banyak bermunculan produk-produk baru yang ditampilkan dengan berbagai fitur yang melengkapi. Menurut *wordpress.com*, ”bahwa kemampuan nokia dalam berinovasi tidak perlu diragukan lagi. Dengan didukung oleh riset yang baik dan kemampuan nokia dalam melihat apa yang diinginkan oleh pelanggannya. Membuat Nokia menjadi produsen telephone genggam nomor satu di dunia selama 14 tahun”³.

Nokia sebuah korporasi kelas dunia dan mulai disejajarkan dengan perusahaan *high tech* terkemuka lain, seperti Microsoft, Intel, dan Sony. Sesuai dengan pendapat Jermyn P. Brooks, “Nokia adalah perusahaan yang telah berhasil menggabungkan teknologi dan keandalan, anda tidak bisa berada di puncak teknologi jika anda tidak mampu menyediakan layanan dan keamanan.”⁴

Banyaknya merek ponsel yang bermunculan dengan berbagai karakteristik tersendiri membuat konsumen merasa bimbang dalam menentukan jenis ponsel seperti apa yang akan dipakai untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu tidak hanya kualitas dari produk tersebut yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menjadi konsumen yang setia. Ketika konsumen sudah menaruh rasa percayanya kepada suatu produk, dimana konsumen dapat merasakan apa yang diharapkan sesuai dengan apa yang diinginkan. Maka saat itu juga

2 Haikio Martti, *NOKIA* (Jakarta: UfukPress, 2008), p. 226

3 Aliefworkshop (Jakarta: WordPress.com) , 25 Februari 2014

4 Haikio Martti, *Op. Cit.*, p. 227

konsumen dapat terus melakukan pembelian pada produk yang sama dan perusahaan yang sama secara berulang. Ketika konsumen memutuskan untuk terus memakai produk tersebut banyak hal yang harus dipertimbangkan, antara lain kepuasan pelanggan, gaya hidup masyarakat, dan persaingan.

Perkembangan teknologi dan standar-standar yang relevan merupakan basis bagi desain dan pembuatan jaringan telekomunikasi dan ponsel. Persaingan ketat telah mendorong bisnis ini saling berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Semua itu dalam rangka mendapatkan loyalitas pelanggan, target yang selalu ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Salah satu tolak ukur loyalitas pelanggan dicerminkan oleh frekuensi pembelian ulang. Semakin tinggi frekuensi pembelian ulang seorang pelanggan menunjukkan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan tersebut. Pada kasus ini perusahaan Nokia terus melakukan berbagai cara untuk dapat menciptakan pelanggan yang loyal terhadap produknya. Akan tetapi pada kenyataannya, saat ini banyak konsumen yang sudah beralih, hal ini disebabkan begitu cepatnya ponsel dengan berbagai merek bermunculan yang menawarkan beragam aplikasi menarik, sehingga mulai menggeser posisi Nokia di pasaran. Masalah mulai muncul ketika Apple mengeluarkan ponsel layar sentuh yang didukung oleh beragam aplikasi, walaupun sebenarnya teknologi layar sentuh milik Apple bukanlah yang pertama di dunia. Teknologi layar sentuh telah lahir di Laboratorium Akademik dan Korporat sejak 1960, teknologi ini sempat dipergunakan oleh HP melalui produk komputer layar sentuhnya, HP-150, pada 1983. Masalah bagi Nokia diperparah lagi dengan hadirnya Samsung sebagai pengikut Apple dengan mengeluarkan ponsel genggam layar sentuh yang

didukung oleh OS Android milik Google. Masyarakat kelas atas dan menengah yang dahulu menjadi pelanggan setia Nokia mulai beralih ke Apple dan Samsung karena inovasi dan reputasi. Sementara itu Nokia akan sulit bersaing bila menargetkan masyarakat kelas bawah karena di sana ponsel genggam buatan Cina sangat sulit ditandingi, terutama dari segi harga

Berdasarkan pada survey yang telah dilakukan, sebagian konsumen menyatakan bahwa saat ini ponsel dengan merek Nokia tidak banyak disukai oleh konsumen dan konsumen lebih memilih produk ponsel yang menggunakan system operating android, hal itu dikarenakan banyak sekali keunggulan yang disajikan pada ponsel ber OS Android. Nokia sudah mengeluarkan hampir segala kemampuan yang dimiliki, mulai dari mengeluarkan telephone genggam layar sentuh hingga beralih dari OS symbian ke OS windows phone tetap saja citra yang melekat dibenak konsumen pada perusahaan Nokia adalah Nokia merupakan produsen telephone genggam yang nyaman digunakan untuk telephone dan SMS, bukan produsen perangkat (*gadget*) multifungsi dengan kemampuan yang luas. Pemikiran yang terbentuk di benak konsumen menjadikan tolak ukur atau bahan pertimbangan dalam memilih ponsel yang memang dapat memberikan kepuasan tersendiri bila dipakai. Hal tersebut akan mengurangi rasa puas konsumen sehingga dalam jangka waktu yang pendek perusahaan akan kehilangan konsumen.

Perkembangan gaya hidup masyarakat pasti terjadi, perusahaan Nokia menyadari hal itu, sehingga produsen Nokia terus melakukan riset dan berusaha menciptakan model-model baru. Kendala yang dihadapi pihak perusahaan adalah

ketika masyarakat mulai tergoda dengan ponsel bergaya layar sentuh dan dilengkapi dengan *OS Android* milik Google . masyarakat kelas atas dan menengah yang dahulu setia dengan ponsel Nokia mulai beralih memakai produk ponsel Apple dan Samsung yang saat ini sedang mengalami perkembangan penjualan yang terbilang sangat pesat. Hal itu diperkuat dengan adanya berbagai keluhan konsumen Nokia, berdasarkan sumber *blogspot.com* mengatakan ”bahwa saat ini Nokia hanya serius di Smartphone Windows Phone dan hanya berkutat di pasar low end dengan ponsel Java atau S40 dan S30”⁵.

Faktor ketiga yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan suatu produk ialah adanya persaingan. Persaingan tidak kalah pentingnya dari faktor lain yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Persaingan yang begitu ketat memaksa perusahaan untuk terus menjalankan bisnisnya dengan berbagai cara. Hadirnya ponsel yang menyajikan berbagai aplikasi menarik yang terdapat di ponsel ber OS Android begitu menarik perhatian khalayak banyak. Aplikasi yang dengan mudah didapat dengan cara mendownloadnya di sebuah aplikasi bernama *playstore* membuat konsumen dengan mudah dapat melakukan berbagai aktivitasnya di ponsel tersebut. Berdasarkan *vivanews.com* mengatakan “bahwa Nokia berusaha mengejar setelah Smartphone sebelumnya gagal dan merusak citra pada pasar premium dengan meluncurkan produk baru yakni ponsel Nokia berjenis Lumia 900, dinilai pada

⁵ <http://zhmiepallace.blogspot.com/2012/07/keluhan-mereka-terhadap-nokia-c2-03.html>, 25 Februari 2014

produk tersebut mengalami beberapa kekurangan pada gambar yang disebabkan oleh gangguan pada baterai dan software pada model awalnya.”⁶

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti tentang masalah Loyalitas Pelanggan Pengguna Ponsel Nokia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa rendahnya loyalitas pelanggan, juga disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Kurangnya kepuasan pelanggan
2. Gaya hidup masyarakat yang selalu berkembang
3. Adanya persaingan yang sangat tajam

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, ternyata masalah loyalitas pelanggan memiliki penyebab yang sangat luas. Berhubung peneliti memiliki keterbatasan waktu dan dana maka penelitian hanya dibatasi pada Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan Pengguna Handponel Nokia pada Warga RW 08 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung Jakarta Timur.

D. Perumusan masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut : apakah terdapat Hubungan Antara Kepuasan

6 <http://vivanews.com/nokialumia>, 25 Februari 2014

Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan Pengguna Ponsel Nokia pada
Warga RW 08 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung Jakarta Timur.

E. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk memberikan pemahaman bagi peneliti mengenai factor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar baik mahasiswa maupun instansi yang terkait dapat memperoleh pengetahuan yang terbaru dari teori-teori mengenai kepuasan pelanggan yang berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.

c. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusinya mengenai berbagai informasi tentang bagaimana konsumen dapat mencapai kepuasan sehingga menjadi loyal kepada produk yang dipakai.