

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia pertelekomunikasian sangat pesat terjadi dalam 10 tahun terakhir, khususnya dalam dunia telepon seluler atau yang di kenal dengan sebutan *handphone*. Jumlah pelanggan ponsel terus tumbuh secara signifikan. Dari sebuah studi terbaru lembaga penelitian ROA (*Research On Asia*) Group mengungkapkan perkembangan pasar ponsel Indonesia yang terus tumbuh pesat. Pengguna ponsel di Indonesia tercatat sebanyak 68 juta pada akhir tahun 2006 dan tumbuh menjadi 94,7 juta pada tahun 2007. Pada tahun 2010, angka pengguna ponsel di Indonesia pun mencapai angka 133 juta. (www.detikinet.com)

Perkembangan teknologi telepon genggam menciptakan perubahan gaya hidup yang sangat cepat, batas geografis baik daratan dan lautan, bukan menjadi sebuah hambatan lagi dalam melaksanakan komunikasi. Jika di tahun 1998 penggunaan telepon selular di Indonesia masih memiliki kemampuan dan *fitur* yang terbatas dengan layanan *voice call* dan *short message service*, saat ini dengan pengembangan teknologi pesat yang sedang terjadi telah merubah *handphone* menjadi sebuah alat yang tak terbatas fungsinya.

Perkembangan dunia telekomunikasi yang sangat cepat merangsang persaingan dalam dunia bisnis *handphone*. Persaingan antar produsen *handphone* saat ini semakin ketat dilihat dari perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar paling banyak dan berusaha untuk memenangkan persaingan dalam menjual produk-produknya. Dalam menghadapi persaingan ini

maka semua produsen *handphone* memacu segala sumber daya yang ada di dalam perusahaannya agar dapat tetap bertahan dalam peta persaingan usaha.

Berbagai jenis *handphone* ditawarkan dengan berbagai keunggulan. Dari banyaknya produsen *handphone* yang ada, Nokia merupakan salah satu produsen *handphone* yang berhasil mendapatkan tempat di masyarakat. Nokia dikenal sebagai produsen *handphone* berkualitas tinggi, selain itu juga merupakan produsen yang selalu berinovasi pada produk yang dihasilkannya. Inovasi dan kualitas *handphone* Nokia menetapkan Nokia sebagai salah satu pemimpin pasar dalam industry telekomunikasi.

Maraknya persaingan dalam dunia bisnis *handphone* akhir-akhir ini telah menunjukkan suatu gejala, yaitu semakin banyak dan beragamnya *handphone* yang ditawarkan oleh perusahaan dan perkembangan *handphone* yang begitu cepat. *Handphone* telah menjadi sebuah alat multiguna yang menawarkan fitur-fitur yang sangat beragam, seperti fitur *fotography*, menjadi *walkman phone*, *games*, menjadi pembantu dalam urusan kantor dengan aplikasi yang beragam, menjadi penuntun jalan dengan fasilitas GPS (*Global Positioning System*) dan masih banyak lagi.

Brand image produk memegang peranan penting dalam perusahaan untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dalam bisnis *handphone*. *Brand image* yang positif akan membuat konsumen menyukai suatu produk dengan merek yang bersangkutan, bahkan merangsang konsumen untuk loyal terhadap merek perusahaan, sedangkan bagi produsen *brand image* yang baik akan menghambat kegiatan pemasaran pesaing. Kondisi ini sangat