BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Teknologi yang berkembang pesat sekarang ini tentunya dapat mempermudah atau memaksimalkan penyampaian informasi dari pihak satu ke pihak yang lain. Salah satu teknologi yang di gunakan untuk penyampaian informasi ini adalah Handphone. Dengan Handphone setiap orang dapat berhubungan dengan orang lainnya dengan lebih mudah dan cepat.

Dengan semakin maraknya jumlah produk handphone seluler para perusahaan melakukan berbagai usaha untuk menciptakan produk yang unggul dalam kegiatan pemasaran, perusahaan membutuhkan suatu strategi untuk mempengaruhi pasar dengan cara mencari peluang usaha baik dalam bentuk produk maupun dalam bentuk jasa pelayanan, dengan demikian hal ini memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dari sebelumnya dan lebih baik dari produk saingannya, agar dapat menarik konsumen pada umumnya, khususnya pemakai produk tersebut dan tentunya dapat memenuhi kepuasan konsumen sebagai pemakai atau konsumen yang menggunakan produk tersebut.

Melihat besarnya kebutuhan masyarakat dan menyadari akan pentingnya Handphone, belakangan ini muncul sebuah merk Handphone Seluler yang bernama Blackberry. BlackBerry adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon, sms, Menjelajah Internet, dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Penggunaan gadget canggih ini begitu fenomenal belakangan ini, sampai

menjadi suatu kebutuhan untuk *fashion*. BlackBerry pertama kali diperkenalkan pada tahun 1997 oleh perusahaan Kanada, Research In Motion (RIM). Kemampuannya menyampaikan informasi melalui jaringan data nirkabel dari layanan perusahaan telepon genggam hingga mengejutkan dunia.

BlackBerry pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub. Perusahaan Starhub merupakan pengejewantahan dari RIM yang merupakan rekan utama BlackBerry. Pasar BlackBerry kemudian diramaikan oleh dua operator besar lainnya di tanah air yakni Excelcom dan Telkomsel. Akibat tuntutan pemerintah Indonesia, Blackberry akhirnya membuka kantor perwakilan di Indonesia pada November 2010 Blackberry merupakan fenomena baru bagi kalangan penikmat ponsel pintar (smartphone), khususnya di Indonesia. Sudah banyak jenis Blackberry yang sangat familiar dimata masyarakat Indonesia saat ini, khususnya bagi para pengguna Handphone. Target pasar Blackberry pada mulanya adalah pasar untuk kalangan pengguna corporate. Karena para pengguna corporate inilah yang sebenarnya membutuhkan pushmail. karena bentuknya yang *user friendly* dengan keyboard QWERTY dan jelinya RIM mengambil peluang pasar mengenai hausnya para kaum mobile untuk *online anywhere* maka jangan heran Blackberry cepat sekali naik daun khususnya di pasar Indonesia yang konon termasuk 3 besar penjualan Blackberry di seluruh dunia. Padahal jelas pada mulanya Target Market Blackberry bukanlah para pengguna biasa (non corporate). Selain menjual Blackberry handheld, RIM juga menjual softwarenya berupa server aplikasi untuk corporate yang dikenal sebagai Blackberry Enterprise Server (BES). Canggihnya aplikasi BES ini adalah Blackberry handheld dimungkinkan untuk digunakannya IT Policy yang artinya jika Sales Manager

ingin membatasi penggunaan Blackberry hanya email saja, maka Staff IT cukup mengirimkan setting IT Policy khusus untuk nomor PIN sales staff supaya sales staff tersebut tidak bisa menggunakan SMS & Telephone.

Secara keseluruhan Blackberry memang dapat menghadirkan segala kemudahan dalam berkomunikasi yang belum mampu dihadirkan Handphone jenis lain. Kamera, musik, atau sekedar chatting juga adalah beberapa fitur pendukung lainnya. Dengan harga yang masih sangat mudah terjangkau semakin menjadikan Blackberry sebuah handphone pintar pilihan masyarakat. Diharapkan Blackberry juga bisa menjadikan masyarakat melek akan informasi dan fitur-fitur canggih yang sudah disematkan dalam handphone tersebut. Jadi masyarakat pengguna Blackberry bukan karena alasan tren atau sekedar ikut2an membeli ponsel Blackberry, namun karena alasan informasi dan komunikasilah yang mendasari mereka membeli Blackberry. Berdasarkan hal ini, penulis tertarik dan ingin melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen terhdap Produk Handphone Blackberry” (Study kasus pada mahasiswa Universitas Esa Unggul yang membeli dan menggunakan produk Handphone Blackberry.)

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dibahas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

1. Banyaknya produk pesaing dengan harga yang lebih murah
2. Sikap konsumen yang mudah berubah-ubah
3. Perilaku konsumen yang berbeda-beda

C. Pembatasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi agar penulis dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis hanya membatasi penelitian pada sikap dan perilaku konsumen terhadap Bauran Pemasaran handphone Blackberry.

D. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang telah diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana Sikap konsumen terhadap handphone Blackberry?
2. Bagaimana Perilaku konsumen terhadap handphone Blackberry?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Sikap konsumen terhadap handphone Blackberry?
2. Untuk mengetahui bagaimana Perilaku konsumen terhadap handphone Blackberry?

F. Manfaat dan Kegunaaan Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan menambah pengetahuan tentang bagaimana pandangan masyarakat terhadap produk mereka.
2. Bagi Penulis menambah pengetahuan penulis mengenai sikap dan perilaku konsumen.
3. Bagi pembaca sebagai bahan referensi untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan serta sebagai objek penerapan ilmu atau teori yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Esa Unggul,
4. Dapat meningkatkan profit pada perusahaan

G. Sistematika Penulisan

Perlu dibuat suatu sistimatika kerangka dasar secara menyeluruh dan sistematis menyangkut materi penulisan skripsi ini agar terjalin keterkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya untuk mempermudah pembahasan.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan secara ringkas mengenai latar belakang permasalahan yang mendasari penulis untuk melaksanakan penelitian ini, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistimatika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, agar dapat menjawab permasalahan yang akan dibahas, kerangka pikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan dan pengolahan data, serta definisi operasional variabel.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yang meliputi deskripsi handphone Blackberry

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian mengenai analisis sikap dan perilaku konsumen handphone Blackberry dan analisis pembahasan masalah tersebut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini sebagai bab terakhir dimana penulis akan memberikan kesimpulan dan saran atas uraian pada bab-bab sebelumnya sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan analisis data.