BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hingga saat ini ponsel tidak hanya sebagai alat komunikasi teks singkat (sms) dan alat komunikasi suara. Tapi lebih dari itu ponsel saat ini merupakan alat komunikasi yang benar-benar canggih. Dengan teknologi 4G ponsel pada saat ini sudah mampu mengakses internet dengan kecepatan layaknya komputer. Dengan kamera yang beresolusi tinggi ponsel pada saat ini telah mampu mengambil gambar dengan kualitas setara kamera saku digital dan telah mampu merekam video dengan kualitas *High Definitions*, selain itu banyak teknologi canggih yang telah ditanamkan pada ponsel dan yang paling populer saat ini *handphone* telah dilengkapi dengan *mobile operating system*. Dengan adanya sistem operasi pada ponsel, memungkinkan ponsel untuk di pasang berbagai aplikasi pendukung untuk mengoptimalkan fungsi ponsel.

Aplikasi *mobile* sangat mempengaruhi sebuah produk ponsel. Bahkan dengan banyaknya varian aplikasi *mobile*, sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ponsel, begitupun juga dengan Nokia. Selaku produsen ponsel ternama di dunia yang merupakan pemimpin pasar di industri ponsel. Nokia Telah banyak mengeluarkan produk ponsel canggih. Nokia menyadari bahwa industri aplikasi *mobile* sangat memiliki pengaruh yang penting. Dimana pada saat ini Nokia telah memiliki tiga sistem operasi *mobile* yaitu Symbian, S40, dan MeeGo, sistem operasi *mobile* ini tentunya harus didukung oleh adanya aplikasi *mobile*. Nokia menghadirkan Nokia Ovi *Store* untuk menghadapi tantangan ini. Nokia Ovi *Store* adalah sebuah layanan *online* yang bisa di akses melalui *mobile* (*handphone*), Komputer dan tentunya melalui *website*. Ovi *Store* didesain sebagai bursa *one stop shopping* bagi layanan gratisan maupun berbayar.

Fakta di lapangan menyatakan bahwa populasi aplikasi *mobile* yang ada di Nokia Ovi *Store*, tertinggal jauh dengan rivalnya sesama MAS (*Mobile Applications Store*) seperti Apple App *Store* dan Google Android *Market*. Seperti data pada Januari 2010. App *Store* memiliki jumlah aplikasi sebanyak 150.998 dan Android *Market* memiliki jumlah aplikasi sebanyak 19.897 sedangkan Nokia Ovi *Store* hanya memilki jumlah aplikasi sebanyak 6.118. (*Exicon Ltd, XDC dan Distimo.Com,2010)*.

Mengutip pernyataan Kenny Mathers selaku *Head Developer Relations, Marketing* Forum Nokia, "data pada bulan November 2010 Nokia telah menjual 175 juta ponsel pintar, 45 juta jenis ponsel *touchscreen*, dan 50 juta ponsel S40". Di sisi lain Nokia selaku pemimpin pasar, telah memiliki tiga sistem operasi *mobile* yaitu Symbian, S40, dan MeeGo seharusnya memiliki jumlah aplikasi *mobile* yang ideal. Sesuai data jumlah populasi ponsel di bandingkan dengan jumlah populasi aplikasi mobile yang ada. Nokia belum mampu mengimbanginya karena jumlah aplikasi yang ada di Nokia Ovi *Store* kurang lebih hanya memiliki 6.000 aplikasi *mobile*. Jauh tertinggal bila di bandingkan dengan Apple App *Store*, dan Google Android *Market*. Untuk memenuhi tiga sistem operasi *mobile* yang dimiliki Nokia, Idealnya Nokia memiliki jumlah aplikasi *mobile* 250 ribu sampai 500 ribu aplikasi *mobile*.

Dengan persaingan yang akan terus tumbuh pesat eksistensi Nokia sebagai *market leader* dalam industri telekomunikasi di masa depan akan menghadapai tantangan yang sangat kompetitif. Oleh karena itu Sebuah program promosi yang tepat dapat mendorong banyak *app developer* membuat aplikasi *mobile* untuk ponsel Nokia. Dengan banyaknya aplikasi *mobile*, sangat menguntungkan pengguna ponsel Nokia karena ponselnya dapat lebih dioptimalkan lagi. Selain meningkatkan jumlah aplikasi *mobile* untuk ponsel Nokia. Sebuah program promosi yang tepat dapat meningkatkan pangsa pasar dan dapat meningkatkan loyalitas pasar terhadap produk, dalam hal ini adalah produk yang diproduksi oleh Nokia.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah di jabarkan di atas, penulis telah mengidentifikasikan masalah yang ada pada Nokia OVI, dan khususnya Nokia Ovi *Store* adalah sebagai berikut :

- Munculnya Apple, Google, dan Blackberry ke dalam industri komunikasi seluler mengancam eksistensi Nokia sebagai *market leader.*

- Nokia belum bisa mengimbangi kebutuhan aplikasi *mobile*, terhadap produk *handphone* Nokia yang ada di pasaran.

- Arah perkembangan industri seluler di masa depan di prediksikan akan menuju pada *smartphone* yang lebih canggih lagi, hal ini harus di imbangi oleh perkembangan Aplikasi juga.

- Nokia kurang mempromosikan perkembangan Aplikasi *mobile* Nokia, khususnya Nokia Ovi *Store*.

- Fakta di lapangan *market share* industri aplikasi *mobile* di kuasai oleh Apple dan Android, sedangakan disisi lain Nokia adalah *market leader* produk seluler.

1.3. Fokus Permasalahan

Kedudukan Nokia sebagai *market leader* dalam produk seluler, kurang diimbangi dengan perkembangan aplikasi *mobile* yang mendukung *handphone* Nokia. Populasi aplikasi *mobile* Nokia jauh tertinggal dengan aplikasi *mobile* kompetitornya seperti Apple dan Android. Fokus permasalahannya adalah bagaimana mengajak *app developer* untuk membuat dan menambah khasanah applikasi *mobile* di Nokia Ovi *Store*.

1.4. Batasan Masalah

Nokia khususnya Nokia Indonesia belum melakukan program promosi yang menyeluruh yang mengajak *app developer* muda indonesia untuk membuat aplikasi *mobile*. Oleh karena itu, Nokia Ovi Store, *App Developer*, dan Aplikasi *Mobile* merupakan tiga bagian yang menjadi batasan masalah dalam upaya menghadirkan solusi perancangan program promosi.

1.5. Tujuan Perancangan

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus permasalahan. Menyimpulkan beberapa tujuan perancangan sebagai berikut :

- Mengedukasikan dan menginformasikan kepada *app developer* khususnya dan konsumen Nokia umumnya, bahwa dengan adanya Nokia Ovi *Store* peluang bisnis aplikasi *mobile* terbuka lebar.

- Mendorong dan mengajak *app developer* untuk memperbanyak *content* aplikasi *mobile* untuk produk handphone Nokia.