

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL RESPONDEN

2.1. Sejarah Apple

Apple Inc. adalah perusahaan teknologi multinasional yang bermarkas di Cupertino, California. Perusahaan ini berfokus pada desain, pengembangan, dan penjualan berbagai produk elektronik konsumen, perangkat lunak komputer, serta layanan daring. Di antara produk perangkat keras yang ditawarkan oleh Apple terdapat smartphone Iphone, tablet iPad, komputer pribadi Mac, pemutar media portabel iPod, jam pintar Apple Watch, pemutar media digital Apple TV, dan pengeras suara pintar HomePod. Dalam hal perangkat lunak, Apple menyediakan sistem operasi macOS dan iOS, pemutar media iTunes, penjelajah web Safari, serta berbagai alat kreativitas dan produktivitas, termasuk iLife dan iWork. Selain itu, mereka juga memproduksi aplikasi profesional seperti Final Cut Pro, Logic Pro, dan Xcode. Layanan daring yang disediakan mencakup iTunes Store, iOS App Store, Mac App Store, Apple Music, dan iCloud.

Apple didirikan pada April 1976 oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne, dengan tujuan awal untuk mengembangkan dan menjual komputer pribadi Apple I yang dirancang oleh Wozniak. Pada Januari 1977, perusahaan ini secara resmi dikenal sebagai Apple Computer, Inc. Kesuksesan penjualan komputer, terutama produk ikonis Apple II, menjadi titik awal pertumbuhan signifikan bagi perusahaan ini. Dalam waktu singkat, Jobs dan Wozniak berhasil merekrut banyak desainer komputer dan membangun lini produksi mereka sendiri. Pada tahun 1980, Apple mencatatkan diri sebagai perusahaan publik dan meraih keuntungan yang luar biasa. Selanjutnya, perusahaan ini meluncurkan sejumlah komputer baru yang memperkenalkan antarmuka pengguna grafis revolusioner, seperti Macintosh yang dirilis pada tahun 1984. Meski iklan produk Apple mendapatkan banyak pujian, harga produk yang tinggi dan keterbatasan perangkat lunak menimbulkan perpecahan di kalangan para pimpinan perusahaan. Pada tahun 1985, Wozniak

keluar dari Apple, diikuti oleh pengunduran diri Jobs. Jobs kemudian membawa sejumlah karyawan dan mendirikan perusahaan baru bernama NeXT pada tahun berikutnya.

Saat pasar komputer pribadi berkembang, penjualan komputer Apple mulai menurun akibat persaingan dari produk yang lebih terjangkau, terutama yang menggunakan sistem operasi Microsoft Windows. Pergantian kepemimpinan terus terjadi hingga CEO Gil Amelio memutuskan pada tahun 1997 untuk mengakuisisi NeXT dan mengundang kembali Jobs ke dalam Apple. Dengan cepat, Jobs kembali memimpin perusahaan dan diangkat sebagai CEO. Ia mulai merestrukturisasi Apple dengan membuka toko ritel pada tahun 2001, mengakuisisi beberapa perusahaan perangkat lunak untuk memperkuat portofolio mereka, serta memperbarui beberapa komponen perangkat keras komputer. Keberhasilan kembali menghampiri Apple, dan perusahaan ini meraih keuntungan yang signifikan. Pada Januari 2007, Jobs mengumumkan perubahan nama dari Apple Computer, Inc. menjadi Apple Inc. untuk mencerminkan fokus baru perusahaan pada elektronik konsumen. Ia juga meluncurkan iPhone, yang mendapatkan sambutan hangat dan terjual dengan cepat. Namun, pada Agustus 2011, Jobs mengundurkan diri dari jabatan CEO karena masalah kesehatan, dan posisi tersebut diisi oleh Tim Cook. Dua bulan setelah itu, Jobs meninggal dunia, menandai berakhirnya sebuah era dan membuka lembaran baru bagi perusahaan ini.

Pendapatan tahunan global Apple mencatat angka yang mengesankan, yaitu \$229 miliar pada tahun fiskal 2017. Sebagai perusahaan teknologi informasi terbesar di dunia berdasarkan pendapatan, Apple juga merupakan produsen telepon genggam terbesar ketiga setelah Samsung dan Huawei. Pada Agustus 2018, Apple mencetak sejarah sebagai perusahaan terbuka di Amerika Serikat pertama yang memiliki nilai lebih dari US\$1 triliun.

Perusahaan ini mempekerjakan sekitar 123.000 karyawan tetap dan mengoperasikan 504 toko ritel di 24 negara pada tahun 2018. Apple juga terkenal melalui iTunes Store yang merupakan penjual musik terkemuka di dunia. Hingga Januari 2018, lebih dari 1,3 miliar produk Apple digunakan secara aktif di seluruh

penjuru dunia, menggambarkan tingkat kesetiaan pelanggan yang sangat tinggi. Merek ini sering kali diakui sebagai salah satu merek paling bernilai di dunia.

Meski demikian, Apple tidak luput dari kritik, terutama terkait praktik tenaga kerja yang diterapkan oleh kontraktornya, dampak lingkungan, dan beberapa aspek dari praktik bisnisnya, termasuk isu sikap anti-persaingan serta sumber bahan-bahan produknya.

2.2. Visi, Misi dan Budaya Apple

2.2.1. Visi

Visi adalah serangkaian kalimat yang menggambarkan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan (Wibisono, 2006:63). Visi dari Perusahaan Apple adalah *“to make the best products on earth and to leave the world better than we found it”* yang berarti perusahaan Apple berkeinginan untuk menciptakan produk terbaik di dunia serta menjaga lingkungan.

2.2.2. Misi

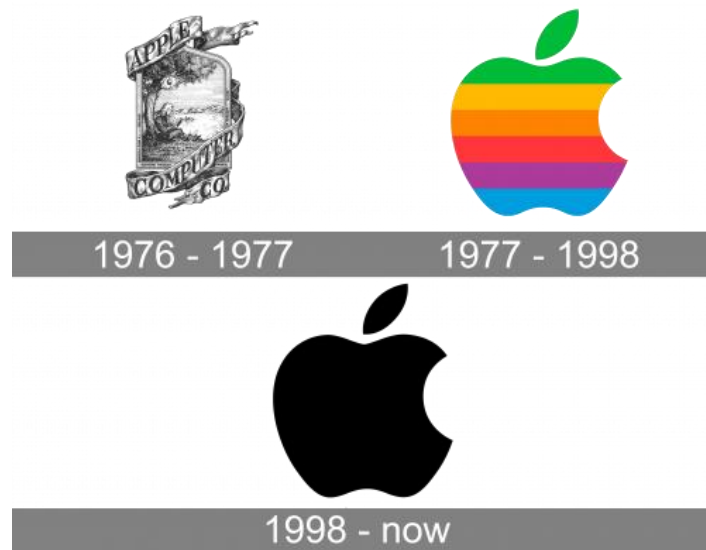
Misi adalah serangkaian kalimat yang menggambarkan tujuan atau alasan keberadaan suatu organisasi. Misi ini menjelaskan apa yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat, baik dalam bentuk produk maupun jasa (Wibisono, 2006:46). Misi dari Perusahaan Apple adalah *“to bring the best user experience to customers through innovative hardware, software, and services”* yang berarti Perusahaan Apple berkomitmen untuk memberikan pengalaman terbaik terhadap konsumen melalui inovasi produk maupun layanan.

2.3. Filsafat dan Sasaran

Apple ingin memadukan Teknologi dengan seni liberal, ilmu humaniora, sehingga dapat menghasilkan produk yang dapat memuaskan konsumen. Untuk mencapai ini, Apple berusaha untuk berinovasi agar dapat menghasilkan produk terbaik.

2.4. Logo Perusahaan

Berikut ini merupakan logo perusahaan Apple dari tahun ke tahun:



Gambar 2.1. Logo Apple

Sumber: 1000Logos.net, 2025

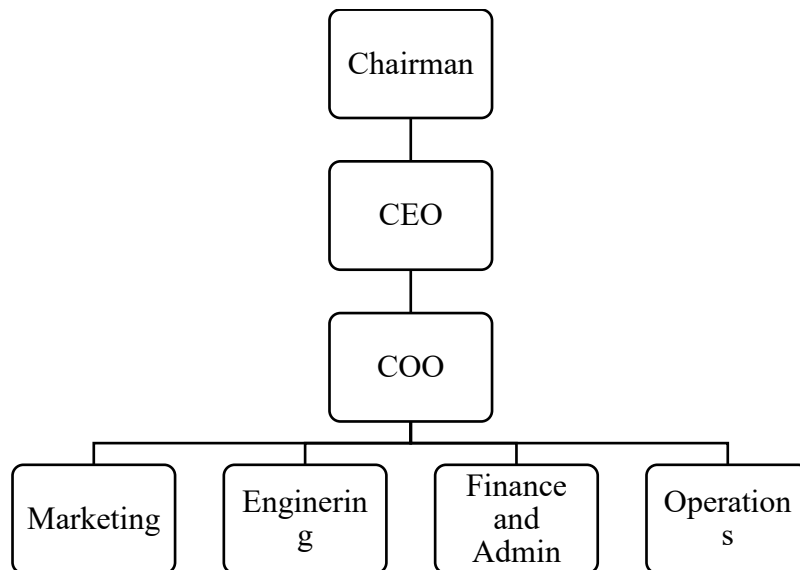
Logo pertama Apple, yang diciptakan pada tahun 1976 oleh Steve Jobs dan Ronald Wayne, menggambarkan sosok Isaac Newton yang sedang duduk di bawah pohon apel. Namun, pada tahun 1977, perusahaan Apple memperkenalkan logo baru yang dirancang oleh Rob Janoff, seorang Art Director di firma terkemuka Regis McKenna. Logo ini memiliki makna yang dalam, mengingatkan pada penemuan gaya gravitasi. Selain itu, desain logo apel yang digigit juga terinspirasi dari kisah Nabi Adam dan Hawa, di mana Hawa tergoda untuk menggigit buah terlarang dari pohon pengetahuan. Tak hanya itu, logo ini juga berfungsi untuk membedakan antara buah ceri dan buah apel.

2.5. Struktur Organisasi Apple

Struktur organisasi menggambarkan tipe organisasi, pembagian departemen, kedudukan dan jenis wewenang pejabat, serta bidang dan hubungan pekerjaan di Universitas Sumatera Utara. Selain itu, struktur ini juga mencakup garis perintah, tanggung jawab, rentang kendali, dan sistem kepemimpinan dalam organisasi (Hasibuan, 2004:128).

Manfaat dari struktur organisasi adalah untuk mempermudah proses pencapaian tujuan lembaga. Dengan adanya struktur, batasan wewenang dan tanggung jawab masing-masing pejabat atau individu yang ditugaskan menjadi

jelas, sehingga mereka dapat menjalankan tugas dengan baik. Keberadaan struktur dalam suatu organisasi sangat penting agar setiap bagian dapat melaksanakan tugasnya secara terorganisir, sehingga mengurangi risiko kesalahpahaman mengenai wewenang di dalam perusahaan. Berikut ini adalah struktur dari perusahaan Apple:



Gambar 2.2. Struktur Organisasi

Sumber: Apple.com (2025)

2.6. Macam-macam Tipe Iphone Apple

Apple Inc. merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi yang telah meluncurkan banyak tipe smartphone yang telah diproduksinya. Berikut ini merupakan tipe-tipe Iphone yang telah dipasarkan.

1. Iphone 11



Gambar 2.3 Iphone 11

Sumber: Ibox.co.id, 2025

Seri Iphone 11 terdiri dari tiga model: Iphone 11, Iphone 11 Pro, dan Iphone 11 Pro Max. Peningkatan signifikan telah dilakukan dengan menyematkan chipset A13 Bionic yang dikenal stabil dan mampu mengungguli smartphone lainnya.

2. Iphone 12



Gambar 2.4 Iphone 12

Sumber: Ibox.co.id, 2025

Seri ponsel Iphone dirilis dengan pembaruan yang cukup mengejutkan, yakni penghilangan pengisi daya dari kemasan pembelian. Namun, ada juga peningkatan signifikan pada penggunaan layar OLED dengan resolusi tinggi yang mendukung Dolby Vision serta konektivitas 5G. Tipe-tipe yang tersedia mencakup Iphone 12, Iphone 12 Mini, Iphone 12 Pro, dan Iphone 12 Pro Max.

3. Iphone 13



Gambar 2.5 Iphone 13

Sumber: Ibox.co.id, 2025

Kehadiran seri Iphone 13 membawa inovasi dalam stabilitas sensor kamera belakang yang memungkinkan hasil foto lebih memukau. Seluruh modelnya telah dilengkapi dengan fitur bokeh melalui mode Cinematic Video yang dihadirkan di kamera.

Tak hanya itu, performanya juga ditingkatkan dengan chip A15 Bionic yang lebih cepat serta efisiensi penggunaan baterai yang lebih baik. Model yang ditawarkan meliputi Iphone 13, Iphone 13 Mini, Iphone 13 Pro, dan Iphone 13 Pro Max.

4. Iphone 14



Gambar 2.6 Iphone 14

Sumber: Ibox.co.id, 2025

Seri Iphone 14 tidak lagi menyertakan model "Mini" seperti pada keluaran Iphone sebelumnya. Selain menggunakan chipset A15 Bionic, semua model dalam seri ini juga dilengkapi dengan fitur Deteksi Kecelakaan dan Emergency SOS melalui Satelit. Fitur baru yang diperkenalkan dalam seri ini adalah Dynamic Island, yang mendukung pengelolaan notifikasi dengan lebih baik.

5. Iphone 15



Gambar 2.7 Iphone 15

Sumber: Ibox.co.id, 2025

Seri Iphone 15 mengalami peningkatan yang signifikan. Apple telah menghapus port Lightning dan menggantinya dengan port USB tipe C. Fitur Dynamic Island kini menjadi standar di semua model, sementara chipset A17 Bionic memberikan performa yang lebih baik. Kamera utama pada Iphone 15 memiliki resolusi 48MP, sedangkan model Pro dilengkapi dengan sensor terbaru dari Sony serta kemampuan zoom optik hingga lima kali pembesaran.

2.7. Karakteristik Responden

2.7.1. Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden untuk mengetahui distribusi usia pengguna iPhone di kota Jakarta, rentang usia responden ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17 – 20 Tahun	8	8
2.	> 20 – 24 Tahun	18	18
3.	>24 – 30 Tahun	28	28
4.	>30 Tahun	46	46
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta berusia >30 tahun, dengan proporsi 46%. Sebaliknya, kelompok

usia 17-20 tahun merupakan minoritas pengguna, hanya sebesar 8%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta didominasi oleh individu yang berusia >30 tahun.

2.7.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden dilihat dari jenis kelamin tercantum di bawah ini untuk mengetahui distribusi jenis kelamin pengguna iPhone di kota Jakarta:

Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	49	49
2.	Perempuan	51	51
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Tabel 2.2 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta adalah Perempuan, dengan proporsi 51%. Sedangkan jumlah responden laki-laki hanya sebesar 49%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta didominasi oleh Perempuan.

2.7.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data pendidikan responden ditampilkan untuk mengetahui distribusi tingkat pendidikan pengguna iPhone di kota Jakarta. Data pendidikan responden ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 2.3 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	14	14
2.	PNS	7	17
3.	Karyawan Swasta	37	37
4.	Wiraswasta	29	29
5.	Polisi/TNI	5	5
6.	Ibu Rumah Tangga	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta bekerja sebagai karyawan swasta, dengan proporsi 37%. Sebaliknya, responden dengan pekerjaan polisi/TNI merupakan minoritas pengguna, hanya sebesar 5%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta didominasi oleh karyawan swasta.

2.7.4. Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Data yang di bawah ini adalah data pendapatan utama yang didapatkan oleh pekerjaan responden. Data mengenai pendapatan responden disajikan untuk mengetahui distribusi pendapatan responden setiap bulannya. Di bawah ini data pendapatan responden setiap bulan:

Tabel 2.4 Pendapatan per Bulan Responden

No	Pendapatan per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
1.	$\leq$ Rp 1.000.000	17	17
2.	$>$ Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	25	25
3.	$>$ Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	28	28
4.	$\geq$ Rp 5.000.000	30	30
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Tabel 2.4 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta memiliki pendapatan per bulan sebesar $\geq$ Rp 5.000.000, dengan proporsi 30%. Sedangkan untuk responden dengan pendapatan $\leq$ Rp 1.000.000 berjumlah 17 responden, dengan proporsi 17%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna *smartphone* iPhone Apple di Jakarta didominasi oleh responden dengan pendapatan per bulan sebesar $\geq$ Rp 5.000.000.