

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bagian ini, akan memberikan sebuah gambaran umum Asus sebagai perusahaan produsen elektronik, pada bagian ini dipakai untuk memahami seluk beluk yang dimiliki perusahaan tersebut.

2.1 Sejarah Perusahaan

Asus adalah satu dari perusahaan elektronik terbesar asal Taiwan. Kisah Asus dimulai dari produksi *motherboard* yang kemudian berkembang dengan juga memproduksi komputer, laptop, monitor, tablet, dan juga tentunya *Smartphone*. Dalam kurun waktu terakhir ini Industri *IT* di Taiwan mengalami masa *booming* dan Asus menjadi bagian dari kesuksesan tersebut. Kisah Asus bermula pada tahun 2 April 1989, suatu hari di Taiwan terdapat empat orang yang bergelar insinyur komputer dengan nama masing-masing yakni Ted Hsu, Wayne Hsieh, Mt Liao, serta TH Tung memiliki rencana untuk menciptakan perusahaan baru ditempat-Nya dengan maksud untuk memajukan industri IT. Mereka memutuskan menamainya ASUS, berasal dari kata pegAsus. Sekarang ini perusahaan tersebut menjadi perusahaan *technology* kenamaan di Taiwan dengan dapat mempekerjakan karyawan lebih dari 12.500 yang tersebar di seluruh dunia.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Perusahaan secara konstan melakukan berbagai upaya untuk menjadi solusi dalam penyediaan 3K yang terintegrasi yakni K pertama adalah komputer, K kedua adalah

komunikasi, dan K ketiga adalah produk elektronik konsumen. Siap hadir dengan ide-ide baru yang dapat mempermudah hidup konsumennya serta memungkinkan bagi merek untuk sadar akan kemampuan potensi maksimal yang dimiliki mereka. Setiap produk Asus menggambarkan gambar terbaik dari apa yang teknologi dapat berikan, memberikan performa yang reliabel dengan tampilan yang estetik yang dimana dapat secara sempurna mengakomodasi kebutuhan gaya hidup, di waktu kapan pun, dan dimana pun.

2.2.2 Misi Perusahaan

Berencana untuk mencapai misi dengan semangat terhadap teknologi, berfokus pada kualitas, hubungan jangka panjang, dan kegigihan yang kuat.

1. Semangat terhadap Teknologi

Teknologi adalah nyawa Asus, perusahaan selalu mencurahkan diri terhadap litbang berkelas dunia. sehingga bisa untuk terus berinovasi untuk mendapatkan terobosan dalam bisnis dan masyarakat.

2. Fokus pada Kualitas

Bagi Asus, *a Quality is important*, dengan selalu melakukan perkembangan yang berkala dalam proses *quality management* agar dapat menjamin pelanggan dapat menikmati pilihan berkualitas mewah dengan biaya yang sesuai.

3. Hubungan Jangka Panjang

Baik itu konsumen, media, dan para *stakeholder* lainnya, Asus percaya pada mitra Asus dari tiap levelnya. Menjadi hubungan yang baik terhadap para *stakeholder* merupakan satu dari banyak faktor esensial bagi keberhasilan Asus dimasa nanti.

4. Kegigihan

Berusaha kerja dibawah tekanan dan selalu terus mencari tantangan yang baru, bekerja untuk menyukseskan misi yang sama, melakukan pemberdayaan dalam masyarakat dengan metode informasi teknologi yang inovatif.

2.2 Logo Perusahaan

Menurut Surlarko (2008: 6-7) sebuah logo merupakan bentuk tanda yang dapat memberikan identitas yang nantinya akan digunakan sebagai alat pemasaran yang signifikan, logo tersebut bisa menjadi membentuk untuk membedakan antara produk atau jasa dari para kompetitor, berikut ini logo dari Asus:

Gambar 2.1
Logo ASUS



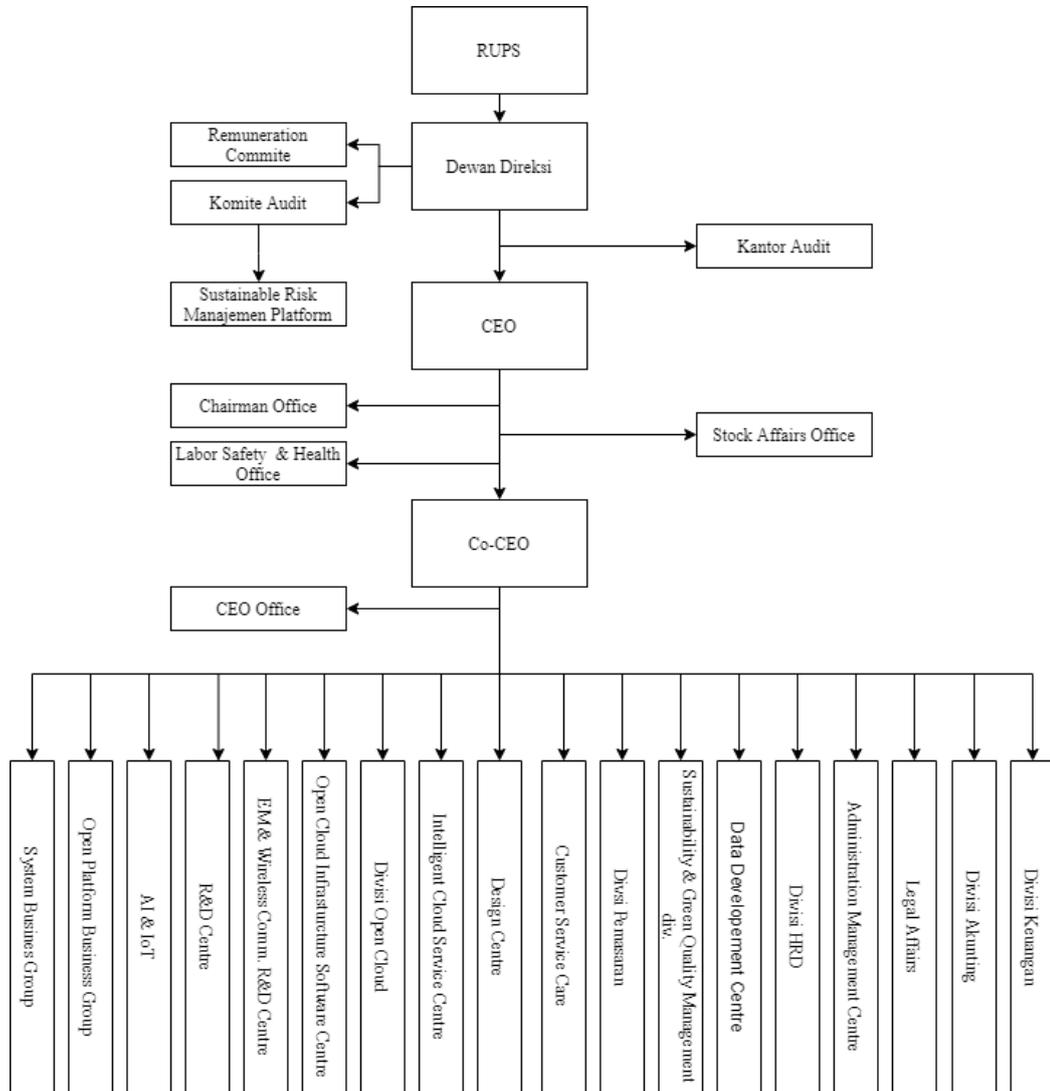
Sumber: Asus.com, 2022

Kata Asus merupakan kata berdasarkan pada kata PegAsus. PegAsus merupakan binatang mitologi yang terkenal dari Yunani yang menggambarkan sebuah kebijaksanaan dan pengetahuan. Dengan membawa semangat pada nama ini, Asus terus melakukan inovasi terbaik yang dapat diberikan untuk kesuksesan usaha.

2.3 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi yang dijalankan Asus, merupakan struktur fungsional, adanya pembagian tugas kepada kelompok fungsional yang terpisah, berikut ini adalah struktur perusahaan

Gambar 2.2
Struktur Organisasi ASUS



Sumber: Asus.com 2021

2.4 Deskripsi Pekerjaan

2.4.1 RUPS

2.4.2 CEO

Merencanakan dan mengelola strategi Perusahaan, menyusun tujuan operasi, mengarahkan dan mengawasi operasi unit bisnis.

2.4.3 Audit Office

Mengaudit sistem Perusahaan dan penegakan peraturan, prosedur, dan otorisasi internal dengan tindakan korektif yang ditawarkan.

2.4.4 Stock Affairs Office

Bertanggung jawab untuk mengelola Perusahaan dan anak perusahaannya. urusan saham; juga mengatur dan melaksanakan rapat pemegang saham, rapat dewan dan komite fungsional dan hal-hal terkait.

2.4.5 Labor Safety & Health Office

Melakukan manajemen kesehatan dan keselamatan kerja melalui Siklus Plan-Do-Check-Act.

2.4.6 Systems Business Group

Bertanggung jawab untuk mengelola R&D dan pengoperasian lini produk terkait sistem.

2.4.7 Open Platform Business Group

Bertanggung jawab untuk mengelola R&D dan pengoperasian lini produk terkait komponen.

2.4.8 Artificial Intelligence & Internet of Things Business Group

Bertanggung jawab untuk mengelola R&D dan pengoperasian lini produk terkait komponen.

2.4.9 R&D Center, Advanced EM & Wireless Communication R&D Center, Open Cloud Infrastructure Software Center, Intelligent Cloud Services Center, Advanced Communication Technology Research Center, ASUS Open Cloud Computing Div and ASUS Design Center

Kembangkan kebutuhan umum teknologi R&D oleh unit bisnis.

2.4.10 Sustainability & Green Quality Management Div

Integrasikan lingkungan hijau, amal sosial, dan protokol berkelanjutan perusahaan internasional untuk membangun kompetensi inti suatu perusahaan untuk operasi bisnis jangka panjang. Mengintegrasikan R&D produk secara keseluruhan dan seluruh perusahaan serta layanan pelanggan; juga menawarkan saran dan arahan untuk perbaikan dan pembentukan proses dalam rangka meningkatkan kualitas produk.

2.4.11 Customer Service Care Headquarters

Memberi pelanggan layanan komprehensif dan solusi total.

2.4.12 Cooperate Marketing Division

Bertanggung jawab atas total manajemen merek dan perencanaan & implementasi pemasaran perusahaan.

2.4.13 Enterprise Intelligence Data Development Center

Merencanakan dan mengimplementasikan infrastruktur TI untuk mendukung strategi dan pertumbuhan bisnis.

2.4.14 Human Resources Division

Bertanggung jawab atas manajemen bakat global dan mengelola kepuasan karyawan.

2.4.15 Administration Management Center, Legal Affairs Center, Accounting Div and Finance Div

Mengatur perencanaan dan penegakan keuangan, akuntansi, regulasi, administrasi, dan pekerjaan umum Perusahaan.

2.5 Desain dan Jenis Produk

2013 lalu Asus dengan mengikuti tren perusahaan lain ikut meliris *Smartphone* mereka dengan berbasis sistem operasi Android. Dimulai dari Padfone hingga yang kita kenal saat ini yakni seri Zenfone yang berawal dari seri Zenbook yang merupakan seri Ultrabook Asus. Zen sendiri bermakna keseimbangan antara keindahan dan kekuatan. Zen sendiri dinilai memperkenalkan nilai baru yang menyempurnakan pengalaman penggunaan yang seluruhnya baru dibuat untuk era modern.

Produk yang dikembangkan saat ini adalah jenis zenfone dan ROG phone di Indonesia. Awalnya Zenfone masuk ke Indonesia dimulai dari Zenfone 4, Zenfone 5, dan Zenfone 6. dan yang paling mencuri perhatian pasar Indonesia pada saat itu adalah kehadiran Zenfone 2 dengan membawa harga dan spesifikasi yang tinggi tetapi harga yang tidak begitu mahal. Memberikan angin baru dipasar Indonesia. Berikut ini adalah produk dari Asus yang pernah rilis di Indonesia:

Tabel 2.1 Smartphone ASUS di Indonesia

No	Tahun	Seri		Spesifikasi
1	2013	Padfone S		Android 4, 13 MP, 2/16GB, Snapdragon 801, 2300 mAh

2	2014	Zenfone 4		Android 4, 5 MP, 1/4GB, Intel Atom Z2520, 1600 mAh
3		Zenfone 5		Android 4, 8 MP, 2/8GB, Intel Atom Z2520, 2110 mAh
4		Zenfone 6		Android 4, 13 MP, 2/16GB, Intel Atom Z2580, 3300 mAh
5	2015	Zenfone Selfie		Android 5, 13 MP, 3/32 GB, Snapdragon 615, 3000 mAh
6		Zenfone Max		Android 5, 13 MP, 2/8 GB, Snapdragon 410, 5000 mAh
7		Zenfone 2 Laser		Android 5, 13 MP, 2/8GB, Snapdragon 410, 2400 mAh
8	2016	Zenfone 3		Android 6, 16 MP, 4/64GB, Snapdragon 625, 2600 mAh

9	2018	Zenfone 5 (2018)		Android 8, 12 MP, 4/64GB, Snapdragon 636, 3300 mAh
10		ROG Phone		Android 8, 12 MP, 8/128GB, Snapdragon 845, 4000 mAh
11		Zenfone Max Pro M1		Android 8, 16 MP, 4/64GB, Snapdragon 636, 5000 mAh
12		Zenfone Max Pro M2		Android 8, 12 MP, 4/64GB, Snapdragon 660, 5000 mAh
13		Zenfone Live L1		Android 8, 13 MP, 2/16GB, Snapdragon 425, 3000 mAh
14	2019	ROG Phone 2		Android 9, 48 MP, 8/128GB, Snapdragon 855+, 6000 mAh
15	2020	ROG Phone 3		Android 10, 64 MP, 8/128GB, Snapdragon 865, 6000 mAh

	Zenfone 7		Android 10, 64 MP, 8/128GB, Snapdragon 865, 5000 mAh
--	-----------	---	--

2.6 Identitas Responden

2.6.1 Responden berdasarkan jenis kelamin

Pengumpulan data berdasarkan gender memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi perbandingan antara laki-laki dan perempuan yang menjawab kuesioner.

Berikut adalah data tersebut:

Tabel 2.2
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - Laki	63	63
2	Perempuan	37	37
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, Dapat diketahui bahwasanya responden ada laki-laki dengan 63 orang dan 37 orang untuk perempuan..

2.6.2 Responden Berdasarkan Umur

Terdapat pengelompokan umur berdasarkan responden. Berikut adalah data mengenai pengelompokan tersebut:

Tabel 2.3
Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase(%)
1	18 tahun	2	2
2	19 tahun	9	9
3	20 tahun	17	17
4	21 tahun	25	25
5	22 tahun	32	32
6	23 tahun	15	0
7	24 tahun	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, Dapat diketahui bahwasanya responden terbagi kedalam beberapa umur, 18 tahun dengan 2%, 19 tahun 9%, 20 tahun 17%, 21 tahun 25%, 22 tahun 32%, 23 tahun 15%, dan 24 tahun 0%.

2.6.3 Responden berdasarkan Fakultas

Berdasarkan klasifikasi fakultas, maka menghasilkan angka berikut:

Tabel 2.4
Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	FT	20	20
2	FSM	10	10
3	FPsi	4	4
4	FPP	8	8
5	FPIK	9	9
6	FKM	6	6
7	FK	8	8
8	FISIP	9	9
9	FIB	8	8
10	FH	8	8
11	FEB	10	10
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

2.6.4 Responden berdasarkan Uang Saku Perbulan

Uang saku perbulan tiap mahasiswa akan memperlihatkan gambaran mengenai *Smartphone* yang dipakai, namun hal itu tidak selalu benar. Dibawah ini disajikan data mengenai uang saku perbulan tiap responden:

Tabel 2.5
Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan

No	Uang Saku Perbulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	16	16
2	> Rp 1.000.000-Rp 2.000.000	70	70
3	> Rp 2.000.000-Rp 3.000.000	5	5
4	> Rp 3.000.000-Rp 4.000.000	4	4
5	> Rp 4.000.000	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

Dapat diketahui bahwasanya mayoritas responden berada pada rentang uang saku sebesar Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 dengan 70%.

2.6.5 Responden Berdasarkan berapa tahun memakai *Smartphone* Asus

Tabel dibawah ini akan menunjukkan bahwa seberapa lama *Smartphone* Asus dipakai oleh responden :

Tabel 2.6
Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan berapa tahun memakai *Smartphone* Asus

No	Lama tahun pemakaian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 tahun	19	19
2	2 tahun	28	28
3	3 tahun	29	29
4	4 tahun	11	11
5	5 tahun	10	10
6	6 tahun	2	2
7	7 tahun	1	1
8	8 tahun	0	0
Total		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, Dapat diketahui bahwasanya mayoritas responden menggunakan *Smartphone* Asus paling lama 3 tahun pemakaian yang berari 29%, dan 2 tahun pemakaian selama 28%.

2.6.6 Responden Berdasarkan berapa banyak membeli *Smartphone* Asus

Tabel dibawah ini akan menunjukkan bahwa seberapa banyak *Smartphone* Asus pernah dibeli oleh responden, berikut ini tanggapan mereka :

Tabel 2.7
Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan berapa banyak membeli *Smartphone* Asus

No	Pembelian <i>Smartphone</i> Asus	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 kali	66	66
2	2 kali	29	29
3	3 kali	5	5
4	≥ 4 kali	0	0
Total		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, Dapat diketahui bahwasanya mayoritas responden melakukan pembelian *Smartphone* Asus sekali dengan 66% lalu dilanjutkan dengan 2 kali dengan 29%, kemudian 3 kali dengan 5%.

2.6.7 Responden Berdasarkan kerusakan selama memakai *Smartphone* Asus

Tabel dibawah ini akan menunjukkan bahwa seberapa banyak *Smartphone* responden yang pernah atau tidak mengalami kerusakan selama pemakaian:

Tabel 2.8
Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan kerusakan selama memakai
***Smartphone* Asus**

No	Pernah mengalami kerusakan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Ya	49	49
2	Tidak	51	51
Total		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, Dapat diketahui bahwasanya responden yang pernah mengalami kerusakan sebanyak 49% dan yang tidak pernah mengalami kerusakan sebesar 51%. Bentuk kerusakan dapat berbagai macam seperti layar rusak, *Smartphone* tidak dapat menyala, *Smartphone* sering panas, dan baterai yang cepat rusak.

2.6.8 Responden Berdasarkan seri *Smartphone* Asus

Tabel berikut ini akan menunjukkan preferensi seri *Smartphone* Asus mana yang sering dipakai oleh responden:

Tabel 2.9
Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan seri *Smartphone* Asus

No	Seri <i>Smartphone</i> Asus	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Zenfone Series	93	93
2	ROG Phone series	6	6
3	Padfone series	1	1
Total		100	100

Sumber: Data Primer terolah (2022)

Berdasarkan tabel ini seri *Smartphone* Asus Zenfone series menjadi pilihan utama dikalangan responden dengan skor 93% dan 6% oleh ROG Phone series yang dikhususkan untuk *gaming*, dan terdapat 1 responden yang memilih seri *Smartphone* Asus lainnya yakni Padfone.