

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN PENGGUNA SMARTPHONE ASUS

Pada bab ini akan disajikan gambaran umum tentang Negara Taiwan, perusahaan ASUS, dan identitas responden yang merupakan sampel dalam penelitian ini. Gambaran umum perusahaan meliputi sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta produk-produk. Sedangkan identitas responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, rata-rata pengeluaran per bulan, dan lama penggunaan *smartphone* ASUS.

2.1 Gambaran Umum Negara Taiwan

Republik Tiongkok atau Republik Cina atau dikenal oleh wilayah kekuasaannya sebagai Taiwan adalah sebuah negara di Asia Timur yang saat ini menguasai daerah kepulauan Taiwan, Kepulauan Pescadores, Quemoy, dan Kepulauan Matsu. Kata "Taiwan" biasanya digunakan untuk merujuk kepada wilayah yang dikuasai Republik Tiongkok secara keseluruhan, sementara istilah "Tiongkok" merujuk kepada Republik Rakyat Tiongkok, yang menguasai Tiongkok Daratan, Hong Kong dan Makau. Republik Tiongkok (Taiwan) berbeda dengan Republik Rakyat Tiongkok (Cina). Walaupun "Republik Tiongkok" adalah nama resmi negara ini, perkataan "Tiongkok" itu sendiri sekarang biasanya merujuk kepada Tiongkok Daratan yang pemerintahannya diambil alih oleh Republik Rakyat Tiongkok setelah berakhirnya pemerintahan Republik Tiongkok (1912-1949) pada tahun 1949.

Sebelum abad ke-20, Taiwan hampir seluruh sektor perekonomiannya berbentuk pertanian. Namun pertanian kini hanya menyumbang 2% PDB, kurang dari 35% pada tahun 1952. Industri-industri yang dahulunya dijalankan buruh kini diambil alih oleh keuangan dan teknologi yang intensif. Taiwan telah menjadi mitra beberapa negara seperti Malaysia, Thailand, Indonesia, Filipina, Vietnam, dan termasuk di Tiongkok Daratan; kini terdapat 50.000 perusahaan Taiwan di negara Tiongkok.

Semasa penjajahan Jepang (1895-1945), industrinya mulai dibangun, dengan orang Jepang membangun sebagian besar infrastruktur yang menolong ekonomi Taiwan dengan pesat. Contohnya landasan kereta api yang menghubungkan utara dan selatan Taiwan. Berbeda dengan keadaan politik Taiwan yang selalu bergejolak baik karena kepentingan partai politik di Taiwan, juga karena pengaruh tekanan dan kepentingan RRT, di sektor ekonomi Taiwan tumbuh dengan pesat, khususnya di bidang industri dan perdagangan selain sektor pertanian dan pariwisata.

Republik Tiongkok modern mempunyai ekonomi kapitalis yang dinamis dengan berkurangnya keterlibatan pemerintah dalam pekerjaan dan perdagangan asing. Di samping ini, beberapa bank dan perusahaan umum milik republik juga telah diswastanisasikan. Pertumbuhan PDB sekitar 8% dalam tiga dekade yang telah berlalu dengan ekspor yang banyak membantu. Jurang surplus perdagangan juga agak banyak, dan simpanan mata uang asing menjadi yang ketiga terbesar di dunia.

Saat ini, ekonomi Taiwan bergerak dibidang industri jasa konstruksi, perbankan, industri elektronika, komputer serta semikonduktor yang sudah diakui kualitasnya di pasar internasional, perkapalan, jasa penerbangan dan transportasi. Sebelumnya, industri di Taiwan bergerak di bidang barang-barang domestik dan rumah tangga bahkan pada masa lalu, Taiwan dikenal sebagai penghasil barang-barang tiruan dari produk Jepang dengan kualitas di bawah kualitas produk made in Japan khususnya dikalangan pasar Indonesia, produk made in Taiwan berkonotasi produk tiruan dari produk Jepang.

Taiwan memiliki pertumbuhan ekonomi dan ketahanan ekonomi yang cukup kuat di kawasan ini. Karena itu, bersama-sama dengan Korea Selatan, Singapura dan Hong Kong, Taiwan dimasukkan dalam daftar negara-negara Industri Baru yang sudah menunjukkan ketangguhannya terutama dalam menghadapi krisis 1997.

Taiwan memiliki pusat jasa di bidang pelayaran, kargo dan penerbangan yang memiliki reputasi cukup baik dan cukup kuat. Pelabuhan Kaohsiung merupakan pelabuhan kargo yang melayani arus barang ekspor impor dari dan menuju berbagai kawasan di dunia, sebagaimana pelabuhan Singapura dan Rotterdam di Eropa.

Taiwan juga merupakan pintu gerbang investasi ekonomi di kawasan ini selain Hong Kong dan Singapura. Investasi dan pertumbuhan ekonomi RRT juga melalui negeri ini sekalipun sering terjadi gesekan di bidang politik.

Disebabkan pendekatannya yang konservatif kepada keuangan dan semangat kewirausahaannya yang tinggi, ekonomi Taiwan tidak banyak terpengaruh dibandingkan negara-negara tetangganya pada krisis moneter 1997 di Asia. Akan tetapi, ekonomi dunia yang perlahan dan kebijakan yang tidak cakap telah memungkinkan ekonomi Taiwan terpuruk pada tahun 2001 yang lalu, yang pertama semenjak 1947. Disebabkan sumber tenaga buruh didatangkan dari Tiongkok Daratan, pengangguran juga bertambah buruk dan dijadikan isu semasa Pemilu tahun 2004 lalu.

Namun Taiwan mengalami pukulan ekonomi sejak berjangkitnya wabah SARS dan Flu burung (Avian flu) di wilayah ini, bersama-sama dengan RRT dan Singapura pada tahun 2003. Sekalipun wabah ini sudah bisa diatasi, pemerintah Taiwan sangat berhati-hati untuk mencegah terulang kembali wabah penyakit ini yang juga menyebabkan terhentinya pertumbuhan ekonomi terutama di sektor perdagangan dan pariwisata.

2.2 Gambaran Umum AsusTeK Computer Inc.

AsusTeK Computer Inc. atau dikenal dengan nama ASUS merupakan perusahaan multinasional asal Taiwan yang memproduksi komputer, laptop, *smartphone*, *tablet*, komponen jaringan, *server*, *LCD*, *motherboard*, *monitor*, *workstation*, *graphics card*, *optical storage*, dan *video card*.

Perusahaan ini didirikan pada 2 April 1989 oleh T.H. Tung, Ted Hsu, Wayne Hsieh and M.T. Liao. Keempat pendiri ini juga sebelumnya bekerja pada Acer Inc. sebagai teknisi hardware (perangkat keras). Kemudian setelah

mengundurkan diri dari Acer mereka ingin mempunyai perusahaan sendiri dengan mendirikan ASUS.

Kata “ASUS” sendiri diambil dari empat huruf terakhir kata Pegasus, kuda bersayap dalam mitologi Yunani yang memberi simbol kebijaksanaan dan pengetahuan. *In Search of Incredible* yang diluncurkan tahun 2011, menjadi filosofi dalam cakupan desain produk dan pengembangan, penjualan dan pemasaran, dan melambangkan hasrat ASUS untuk selalu melakukan hal luar biasa di setiap langkah dan tindakan ASUS.

Pada tahun 2014, Asus menjadi salah satu dari 5 perusahaan terbaik dalam hal jumlah market share berdasarkan hasil pengamatan dari Gartner, salah satu lembaga penelitian yang bergerak di bidang Teknologi Informasi. Pada tahun tersebut market share PC dari Asus mencapai 7,2 persen. Pada tahun selanjutnya market share PC Asus naik menjadi 7,9 persen.

Perusahaan ASUS membagi tiga sub-perusahaan. Pertama adalah Uniha. Fokus bisnis dari perusahaan ini adalah pada produk-produk video dan audio. Kedua adalah Pegatron. Perusahaan ini berfokus pada ranah bisnis laptop, PC, LCD, *game console*, dan *handled devices*. Sedangkan yang ketiga adalah ASUSTek. Perusahaan ini berfokus pada ranah mobile. Produk Fonepad yang cukup fenomenal merupakan produk besutan perusahaan ASUSTek ini. Selain itu kini perusahaan ASUSTek juga menghadirkan perangkat tablet Windows 8 yaitu Tablet 810 dan Tablet 600.

Untuk mudah terhubung dengan pelanggan di pelosok dunia, Asus memiliki kantor cabang dan fasilitas di luar Taiwan. Antara lain adalah Australia, India, Hongkong, Cina, Singapura, Malaysia, Vietnam, Bangladesh, Thailand, Srilanka, Uni Emirat Arab, Afrika Selatan, Prancis, Italia, Inggris, Swedia, Republik Ceko, Polandia, Hungaria, Spanyol, Jerman, Belanda, Serbia, Kanada, Amerika Serikat, dan termasuk Indonesia.

2.3 Visi dan Misi AsusTeK Computer Inc.

2.3.1 Visi AsusTeK Computer Inc.

ASUS secara konstan berupaya untuk menjadi penyedia solusi 3K terintegrasi (Komputer, Komunikasi, produk elektronik Konsumen) dengan menghadirkan inovasi – inovasi yang menyederhanakan kehidupan konsumen kami dan memungkinkan mereka untuk menyadari potensi penuh mereka yang sesungguhnya. Produk ASUS menggambarkan yang terbaik yang dapat diberikan oleh teknologi, menyediakan kinerja yang luar biasa dan estetika menawan yang mampu mengakomodasi secara sempurna seluruh kebutuhan gaya hidup, kapanpun, dimanapun.

2.3.2 Misi AsusTeK Computer Inc.

- 1) Semangat akan Teknologi: Teknologi merupakan jiwa dari ASUS. Kami terus berinvestasi pada tim Riset dan Pengembangan kelas dunia yang kami miliki sehingga kami selalu mampu memberikan inovasi terobosan baru bagi masyarakat dan bisnis.

- 2) Fokus pada Kualitas: Kualitas merupakan hal terpenting bagi ASUS. Kami terus memperbaiki proses manajemen kualitas untuk memastikan konsumen menikmati solusi berkualitas tertinggi dengan biaya paling efektif.
- 3) Hubungan Jangka Panjang: Baik konsumen, media, pemegang saham, ataupun konsumen kami, kami percaya akan pertumbuhan bersama mitra – mitra kami dalam setiap tingkatan. Menjaga hubungan erat dengan pihak – pihak yang berkepentingan merupakan salah satu faktor terpenting bagi kesuksesan kami yang berkesinambungan.
- 4) Kegigihan: Seluruh karyawan ASUS berbagi tujuan yang sama. Kami berupaya di bawah tekanan dan terus mencari tantangan. Kami bekerja untuk mencapai misi yang sama—untuk memberdayakan masyarakat dengan solusi TI inovatif.

2.3 Sejarah Perkembangan *Smartphone* ASUS

Pada tahun 2013, Asus mulai merancang dan mengembangkan produk *smartphone* berbasis sistem operasi Android. Dimulai dengan jenis Zenfone pada tahun yang sama. Penggunaan nama “Zenfone” ini diambil dari produk Ultrabook yang dikembangkan oleh Asus juga saat ini, Zenbook. Selain itu “Zen” mempunyai makna keseimbangan antara keindahan dan kekuatan. Selain itu Zen juga memperkenalkan sebuah nilai baru yang menyempurnakan pengalaman pengguna yang seluruhnya baru, dibuat secara custom untuk era modern. dimana gaya hidup, teknologi dan gagasan menjadi satu kesatuan.

Jenis prosesor yang digunakan antara lain Qualcomm, Mediatek, dan Intel. Zenfone merupakan produk *smartphone* pertama yang menggunakan prosesor dari Intel. Seperti yang diketahui, Intel biasanya memproduksi prosesor untuk tablet,

personal computer, dan laptop. Sebenarnya pada awal peluncuran Zenfone generasi pertama, ASUS menggunakan prosesor dari Intel (Atom). Kemudian setelah itu ASUS juga menggunakan prosesor dari Qualcomm dan Mediatek pada varian Zenfone selanjutnya.

Produk smartphone yang dikembangkan saat ini adalah jenis Zenfone dan Padfone. Di Indonesia, ASUS Zenfone sudah menarik banyak pengguna smartphone lainnya karena harganya terjangkau meskipun fitur lebih canggih. Padfone sebenarnya juga termasuk produk smartphone juga. Tapi Padfone ini merupakan smartphone multifungsi yang bisa diubah menjadi tablet pc. Saat awal produksi, Asus mengembangkan 3 varian produk Zenfone, yaitu Zenfone 4, Zenfone 5, dan Zenfone 6.

Salah satu produk unggulan Zenfone yang memasuki Indonesia adalah Asus Zenfone 2 ZE551ML. Zenfone 2 ini menjadi smartphone pertama di Indonesia yang dilengkapi RAM hingga 4 GB. Dengan diluncurkannya Zenfone 2, ASUS kembali memiliki kompetensi yang baik dalam merancang smartphone berkualitas tinggi.

Pada tahun 2015, Asus telah sukses menjual 4 juta unit smartphone (termasuk jenis Zenfone) atau 15 persen pangsa pasar di Indonesia saja. CEO ASUS, Jerry Shen berencana akan menaikkan penjualan smartphone Asus pada tahun 2016 dengan target 5 juta unit atau pangsa pasar 18 persen di Indonesia. Untuk mendukung kebijakan itu, Asus juga berencana untuk melakukan kerja sama dengan perusahaan produsen desain asli Indonesia dan mulai menggunakan komponen buatan perusahaan dalam negeri pada kuartal ke-4 2015.

2.4 Produk *Smartphone* ASUS

Sejak pertama kali merilis produk *smartphone*-nya atau generasi pertama pada tahun 2014, hingga kini ASUS telah merilis beberapa lini produk yaitu pada generasi keenam pada tahun 2019. Berikut adalah lini produk *smartphone* yang dirilis oleh ASUS:

1) Generasi Pertama (2014)

- a. ZenFone 4
- b. ZenFone 5
- c. ZenFone 6

2) Generasi Kedua (2015)

- a. ZenFone Zoom
- b. ZenFone C
- c. ZenFone 2
- d. ZenFone 2 Laser
- e. ZenFone Max
- f. ZenFone Selfie
- g. ZenFone Go
- h. ZenFone 2E

3) Generasi Ketiga (2016)

- a. ZenFone AR
- b. ZenFone 3

4) Generasi Keempat (2017)

- a. ZenFone 4

5) Generasi Kelima (2018)

- b. ZenFone 5
- c. Zenfone Max (M1 and M2)
- d. Zenfone Live (L1)
- e. Zenfone ROG Phone

6) Generasi Keenam (2019)

1. ZenFone 6
2. Zenfone ROG Phone II

2.5 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, tingkat pendapatan/pengeluaran, dan lama penggunaan *smartphone* ASUS.

2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam pengumpulan data responden, jenis kelamin responden bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian. Berikut data mengenai jumlah responden yang menggunakan *smartphone* ASUS dilihat dari jenis kelamin responden:

Tabel 2.1
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – Laki	68	68
Perempuan	32	32
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 68% respondendan sisanya sebesar 32% adalah responden perempuan.

2.5.2 Identitas Reponden Berdasarkan Usia

Data mengenai umur responden bertujuan untuk mengetahui tentang rentang umur responden. Umur dapat dikatakan sebagai kecenderungan seseorang dalam berpikir matang dan membentuk kedewasaan dalam menentukan sikap dan mengambil sebuah keputusan, dan juga dalam hal fisik. Berikut data mengenai jumlah responden yang menggunakan *smartphone* ASUS dilihat dari usia responden:

Tabel 2.2
Identitas Reponden Menurut Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 20 tahun	13	13
20-30 tahun	45	45
31-40 tahun	24	24
41-50 tahun	12	12
> 50 tahun	6	6
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2.2 di atas dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah usia kisaran 20-30 tahun yaitu sebesar 45% responden. Responden yang berusia dibawah 20 tahun terdapat 13% responden. Untuk responden kisaran usia 31-40 tahun terdapat sebesar 24% responden. Selanjutnya usia kisaran 41-50 tahun terdapat sebesar 12% responden. Terakhir, untuk responden usia lebih dari 50 tahun terdapat 6% responden.

2.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu karakteristik yang menunjukkan identitas responden. Gambaran mengenai pekerjaan responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 2.3
Identitas Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	16	16
Ibu Rumah Tangga	8	8
Pegawai Negeri	10	10
Pegawai Swasta	31	31
Wiraswasta	30	30
Lainnya	5	5
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2.3 tersebut di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden dilihat dari jenis pekerjaannya adalah pegawai swasta yakni sebesar 31% responden. Kemudian untuk responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta terdapat sebesar 30% responden dan responden sebagai pekerjaan pelajar/mahasiswa terdapat sebesar 16% responden. Selanjutnya untuk responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri ada sebesar 10%. Sedangkan untuk ibu rumah tangga ada sebesar 8% dan dengan pekerjaan lainnya terdapat sebesar 5% responden.

2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran perbulan merupakan salah satu karakteristik yang menunjukkan jumlah uang yang dikeluarkan oleh responden dalam kurun waktu satu (1) bulan. Gambaran mengenai pengeluaran per bulan responden yang diteliti dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.4
Identitas Responden Menurut Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran perbulan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp. 1.500.000	14	14
Rp. 1.500.001 – Rp. 3.000.000	34	34
Rp. 3.000.001 – Rp. 4.500.000	27	27
Rp. 4.500.001 – Rp. 6.000.000	18	18
> Rp. 6.000.000	7	7
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2.4 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah yang melakukan pengeluaran perbulan pada kisaran Rp. 1.500.001 – Rp. 3.000.000 yaitu sebesar 34% responden. Selanjutnya adalah responden dengan pengeluaran perbulan pada kisaran Rp. 3.000.001 – Rp. 4.500.000 yaitu sebesar 27% responden. Kemudian responden dengan pengeluaran perbulan di atas Rp. 4.500.001 – Rp. 6.000.000 ada sebanyak 18% responden. Sementara responden dengan pengeluaran perbulan di bawah Rp. 1.500.000 terdapat sebesar 14% reponden dan terakhir responden dengan pengeluaran per bulan di atas Rp. 6.000.000 terdapat 7% responden.

2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Smartphone* ASUS

Data mengenai lama penggunaan *smartphone* ASUS responden bertujuan untuk mengetahui lama penggunaan *smartphone* ASUS yang dilakukan oleh responden. Berikut adalah data responden berdasarkan lama penggunaan *smartphone* ASUS di antaranya:

Tabel 2.5
Lama Penggunaan *Smartphone* ASUS

Lama Penggunaan	Jumlah	Presentase %
< 1 tahun	11	11
1 – 3 tahun	78	78
> 3 tahun	11	11
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Tabel 2.5 menunjukkan bahwa sebanyak 78 orang (78%) responden menggunakan *smartphone* samsung selama 1 – 3 tahun dan sebanyak 11 orang (11%) responden pada masing-masing kategori menggunakan *smartphone* ASUS selama < 1 tahun dan > 3 tahun.