

BAB II

GAMBARAN UMUM SAMSUNG DAN PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perkembangan Samsung

Samsung ialah perusahaan yang sudah berdiri semenjak tahun 1938. Pertama kali berdiri terletak di negara Korea Selatan. Produk yang diciptakan yaitu berupa barang-barang elektronik yang sudah memproduksi hampir selama 70 tahun. Keunikan yang ada di Samsung ialah tanpa ada keterlibatan terkait perancangan produk elektronik, melainkan fokus ke produk lain.

Pendiri Samsung yang bernama Biyung - Cull Lee mendirikan perusahaan di bidang ekspor yang memperjualbelikan sayuran, ikan, maupun buah-buahan ke Tiongkok. Samsung mempunyai arti *bintang tiga* bila merujuk ke bahasa Inggris. Selama 10 tahun, Samsung mempunyai pabrik tepung, serta pabrik mesin pada tahun 1951.

Saat tahun 1958 hingga seterusnya mulai bermain di berbagai sektor industri seperti bidang keuangan, media, bahan kimia serta bidang pembuatan kapal. Saat tahun 1969, mulailah Samsung masuk ke industri elektronik, meliputi, radio, ponsel, televisi, maupun perangkat gawai lain.

Saat medio 1987 pendiri dari Samsung meninggal, lalu ada peralihan pemegang kekuasaan di perusahaan Samsung oleh Kun – Hee Lee. Medio 1990 mulailah perusahaan Samsung melakukan perluasan pasar di Amerika Serikat serta negara – negara lainnya. Saat tahun 1993 Samsung berhasil mengambil pangsa pasar dari Motorola dengan keunggulan desain yang

dirancang lebih baik. Setelah itu Samsung menggabungkan ponsel pintar dengan ponsel yang memutar mp3 dan berhasil memperoleh posisi kedua setelah pesaingnya Nokia. Hingga saat ini Samsung mengalami pertumbuhan yang stabil dan terus berkembang hingga saat ini.

2.2 Visi dan Misi

Setiap perusahaan tentu bertujuan dan berimpian tinggi, serta mereka akan tetap berupaya memperolehnya. Guna memperoleh tujuan yang dikehendaki pastinya perlu adanya Visi. Untuk mewujudkan Visi yang sudah dirancang dan dibuat perlu adanya misi untuk membuat Visi tersebut terwujud. Sangatlah penting harusnya adanya Visi dan Misi pada suatu perusahaan dikarenakan membuat suatu perusahaan menjadi terarah dan memiliki tujuan agar bisa tetap bertahap dalam kurun waktu yang lama, dan terus mengalami perkembangan. Tanpa adanya sebuah Visi dan Misi dari sebuah perusahaan akan membuat suatu perusahaan tidak memiliki tujuan yang akan dituju dan mengakibatkan suatu perusahaan tidak akan berdiri dengan jangka waktu yang panjang serta perusahaan tidak mengalami perkembangan

2.2.1. Visi

Dalam pengertiannya Visi memiliki arti harapan atau pandangan suatu perusahaan untuk ke depannya. Selain itu juga menjadikan sebuah pedoman untuk suatu perusahaan. Visi yang dimiliki Samsung ialah:

“Mencurahkan bakat dan teknologi guna menciptakan produk maupun pelayanan unggul yang melibatkan masyarakat global agar bermanfaat lebih baik.”

2.2.2. Misi

Untuk mencapai tercapainya suatu visi perlu adanya misi agar suatu Visi itu tercapai. Adapun Misi yang dimiliki oleh perusahaan Samsung, sebagai berikut:

1. Berdasar dari sumber daya manusia dan teknologi
 - Meningkatkan keunggulan sumber daya manusia.
 - Meningkatkan keterkaitan antara keseluruhan sistem
2. Merancang pelayanan dan produk paling baik.
 - Menciptakan suatu produk yang memberikan rasa puas bagi konsumen.
 - Mempertahankan kedudukan pertama mengalahkan pesaing
 - Berkontribusi pada Masyarakat

2.3 Logo Samsung

Logo ialah sesuatu yang harus dimiliki suatu perusahaan dan merupakan pembeda dari produk – produk lainnya. Logo dapat dipakai untuk menyampaikan pesan kepada khalayak umum untuk mempermudah untuk dikenali.



Sumber: www.samsung.com

Gambar 2.1 Logo Samsung

Dari logo Samsung memiliki arti bahwa huruf S dan G tidak menyambung pada oval biru dan terbuka. Hal tersebut sengaja dibuat seperti itu oleh pihak Samsung dikarenakan hal tersebut memiliki arti bila mereka berkeinginan membuka diri atas segala perkembangan maupun kemajuan teknologi.

2.4 Perkembangan *Smartphone* Samsung

Pada saat ini Samsung merupakan *smartphone* yang di kenal karena sistem android terbesar di dunia. Bahkan dapat mengalahkan populernya dari produk Apple. *smartphone* Samsung sendiri juga sebagai pelopor yang meluncurkan android pertama yaitu Samsung i7500. Selain itu perusahaan ini juga menawarkan layar sentuh AMOLED yang memiliki ukuran 3,2 inci. Setelah itu mereka meluncurkan *smartphone* yang membuat para konsumen tertarik kepada produk Samsung yaitu meluncurkan Samsung Galaxy S. Walaupun seri tersebut diperuntukkan untuk kalangan menengah ke atas akan tetapi Samsung pada Maret 2010 mengalami peningkatan penjualan yang cukup tinggi.

Pada awal tahun 2011, perusahaan ini berhasil menjual sebesar 10 juta unit. Keberhasilan tersebut di karena dari Samsung Galaxy S serta beberapa varian baru dari tipe S yaitu S II dan S III. Keberhasilan itu memperoleh

pengakuan dari dunia selaku pemimpin teknologi maupun di sektor industri membuat Samsung sekarang berada di posisi kesepuluh sebagai merek terbaik di dunia. Terlampir pencapaian yang sudah diperoleh Samsung:

1. Samsung sebagai pelopor pertama yang membuat secara massal DRAM serta LPDDR4 8 Gigabit
2. Menempati posisi 7 dalam laporan “*Best Global Brand 2014*”
3. Mendukung perlawanan terhadap Ebola dengan menyumbangkan ponsel sebanyak 3000 unit
4. Mengumumkan peluncuran secara komersial perangkat Galaxy S5

Samsung memiliki kultur berpeluang yang tidak terbatas guna memperkaya kehidupan maupun menggemparkan dunia. Rasa percaya pada *brand* Samsung yang didapat melalui para pelanggannya membuat Samsung giat dalam menciptakan berbagai inovasi serta memiliki peran dalam pertumbuhan serta kinerja Samsung. Hal tersebut dapat dilihat dari penjual Samsung mencapai lebih dari 400 juta di seluruh dunia.

2.5 Identitas Responden

Identitas dalam penelitian ini ialah pelanggan yang memiliki Samsung tipe M serta pelanggan yang pernah menggunakan dan memiliki Samsung tipe M berjumlah 97 orang, dan berkriteria sesuai ketetapan dan berheterogenitas sehingga bisa memberi sudut pandang berlainan terkait peneliti. Penetapan memiliki persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu:

- Pernah memakai dan memiliki Samsung Galaxy tipe M

- Bersedia mengisi kuesioner
- Mahasiswa Universitas Diponegoro

Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden sebagai berikut:

2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia ialah perihal yang mempengaruhi taraf kematangan berpikir maupun tanggung jawab seseorang atas apa yang disampaikan, usia partisipan pun bisa mempengaruhi jawaban pada sebuah kajian. Tabel 2.1 merupakan data partisipan berdasar usia.

Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	18-19	19	19,59
2	20-21	34	35,10
3	22-23	41	42,26
4	24-25	3	3,10
Jumlah		97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Penjelasan itu menguraikan bila sebagai besar partisipan berumur 22-23 tahun sebanyak 41 responden, sedangkan minoritas responden berumur 24-25 tahun, sebanyak 3 responden. Banyaknya rentan usia pada penelitian ini menunjukkan bahwa jenis Samsung Galaxy M diminati di segala usia.

2.5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kajian ini, prosedur mengumpulkan datanya ditentukan berdasarkan jenis kelamin partisipan agar dapat mencari tahu rasio antara pria dan Wanita yang memberi jawaban pada sebuah kajian. Tersaji data partisipan sesuai jenis kelaminnya.

Tabel 2.2 Identitas Responden Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Perempuan	61	62,89
2.	Laki – laki	36	37,11
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasar penjelasan itu, memperjelas jika rasio antara partisipan perempuan lebih besar daripada pria dengan persentase jenis kelamin perempuan sebesar 62,89 %, sebanyak 61 partisipan, lalu persentase berjenis kelamin laki laki sebesar 37,11 %, sejumlah 36 partisipan, namun kajian ini dilaksanakan tanpa memperhatikan gender partisipan. Perihal itu memperlihatkan bila pengguna Samsung galaxy tipe M cocok untuk laki – laki dan perempuan tanpa memandang gender. Sebab, sebenarnya pria atau wanita mempunyai kebutuhan akan *smartphone* yang sama.

2.5.3 Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas responden merupakan salah aspek yang dapat mempengaruhi dalam proses pemahaman terkait mutu produk. Sesuai data yang didapat dari angket, menjelaskan perihal fakultas partisipan yang termuat di tabel ini.

Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasar Fakultas

No	Fakultas	Jumlah	Persentase (%)
1	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	35	36,08
2	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	14	14,43
3	Fakultas Teknik	12	12,37
4	Fakultas Kesehatan Masyarakat	9	9,28
5	Fakultas Sains dan Matematika	6	6,19
6	Fakultas Ilmu dan Budaya	5	5,15
7	Fakultas Kedokteran	5	5,15
8	Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan	3	3,09
9	Fakultas Pertanian dan Peternakan	3	3,09
10	Fakultas Psikologi	3	3,09
11	Fakultas Hukum	2	2,06
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Sesuai penjelasan yang sudah tersampaikan, menjelaskan bila ada beberapa fakultas yang menggunakan Samsung Galaxy tipe M. Sebagian pengguna dari Samsung Galaxy tipe M paling banyak dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan jumlah responden sebesar 35 sedangkan pengguna terkecil di Fakultas Hukum dengan jumlah responden 2 responden. Berdasarkan data yang sudah ter jelaskan, menyimpulkan bila pemakai Samsung Galaxy Tipe M terdapat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

2.5.4 Responden Berdasarkan Angkatan Masuk UNDIP

Angkatan masuk adalah tahun ajaran ketika mahasiswa masuk perguruan tinggi. Terlampir data terkait angkatan masuk partisipan.

Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Angkatan Masuk UNDIP

No	Angkatan Masuk UNDIP	Jumlah	Persentase (%)
1	2016	33	34,02
2	2017	16	16,49
3	2018	25	25,78
4	2019	10	10,31
5	2020	13	13,40
	Total	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Sesuai penjelasan yang sudah tersampaikan, memberi simpulan bila identitas responden berdasarkan angkatan masuk bisa diketahui angkatan 2016 merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden sebesar 33 responden dengan persentase 34,02 %, sedangkan responden yang terendah ialah angkatan 2020 dengan jumlah responden 13 dengan persentase 13,40 %. Berdasarkan data yang teruraikan, memperjelas bila Sebagian besar

partisipan pada angkatan 2016, maka terdapat banyak pengguna Samsung Tipe M pada angkatan 2016

2.5.5 Responden Berdasarkan Uang Saku

Maksud dari jumlah pada kajian ini, yaitu jumlah uang saku yang dimiliki partisipan tiap bulan. Terlampir data terkait nominal uang saku partisipan.

Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

No	Uang Saku Per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari Rp.500.000	12	12,37
2	Rp500.001 hingga Rp1.000.000	33	34,02
3	Lebih dari Rp1.000.000	52	53,61
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Sesuai penjelasan yang sudah tersampaikan, memberi simpulan bila uang saku per bulan responden di atas Rp1.000.000 merupakan responden terbanyak dengan persentase 53,61 %, diikuti partisipan beruang saku per bulannya Rp.500.001 – 1.000.000 dengan persentase sebesar 34,02 % selanjutnya uang saku sejumlah kurang dari Rp500.000 dengan persentase 12,37 % dan data uang saku dibawah 500.000 ialah mereka yang berdomisili asli Semarang. Menurut data diatas menunjukkan bila rerata partisipan beruang saku lebih dari Rp1.000.000

2.5.6 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Lama penggunaan *smartphone* merupakan salah satu aspek yang dapat mengetahui tingkat kepuasan produk dari masing masing responden. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisioner, dapat dilihat berapa lama responden memakai *smartphone* Samsung pada tabel dibawah ini

Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

No	Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 1 tahun	45	46,39
2	>1 tahun	52	53,60
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Sesuai penjelasan yang sudah tersampaikan, memberi simpulan bila pengguna *smartphone* Samsung sebgaaian besar telah menggunakan selama >1 tahun dengan jumlah responden sebesar 52 sedangkan paling sedikit sebesar 45 responden dengan lama penggunaan ≤1 tahun

2.5.7 Identitas Responden Berdasarkan Tipe M yang Pernah Dibeli

Tipe produk Samsung yang pernah dibeli merupakan sebuah informasi yang dapat dijadikan suatu acuan untuk seri tipe M yang paling diminati. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisisioner, dapat dilihat responden tertarik dengan Samsung tipe M melalui penjelasan ini:

Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasarkan Tipe Samsung

No	Samsung Tipe M	Jumlah	Persentase (%)
1	Samsung Galaxy M 11	24	24,73
2	Samsung Galaxy M 21	24	24,73
3	Samsung Galaxy M 51	20	20,63
4	Samsung Galaxy M 30s	17	17,53
5	Samsung Galaxy M 31	12	12,38
	Jumlah	97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Sesuai penjelasan yang sudah tersampaikan, memberi simpulan bila partisipan mempunyai Samsung tipe M seri paling banyak seri M 11 dan M 21 dengan jumlah responden sebesar 24 sedangkan paling sedikit sebesar 12 responden memiliki Samsung tipe seri M 31. Dari data diatas dapat diketahui bila partisipan banyak tertarik dengan Samsung M11 dan M21

2.5.8 Identitas Responden Berdasarkan Masalah yang Sering Dihadapi

Produk Samsung

Setiap *smartphone* pasti memiliki kelebihan serta kekurangan pada setiap serinya. Kekurangan sering menjadi kendala yang harus segera diatasi agar para pelanggan tidak berpindah ke *smartphone* merek lain. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisisioner, dapat dilihat masalah yang biasanya dirasakan oleh responden terhadap *smartphone* Samsung melalui penjelasan ini:

Tabel 2.8 Identitas Responden Berdasarkan Masalah yang Sering Dihadapi Produk Samsung

No	Permasalahan	Jumlah	Persentase (%)
1	RAM yang Kecil	34	35,05
2	Memory Cepat Penuh	33	24,73
3	Baterai Cepat Habis	30	20,63
	Jumlah	97	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Sesuai penjelasan yang sudah tersampaikan, memberi simpulan bila partisipan mengalami permasalahan pada *Smartphone* Samsung berupa RAM yang kecil dengan jumlah 34 responden dan yang terendah mengalami permasalahan berupa baterai cepat habis.