

**BAB II**

**GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS**

**RESPONDEN LAPTOP ACER**

**2.1 Sejarah dan Perkembangan Acer**

Acer Inc umumnya dikenal sebagai Acer adalah perusahaan multinasional hardware dan elektronik Taiwan yang mengkhususkan diri dalam teknologi elektronik canggih dan berkantor pusat di Xizhi, New Taipei City, Taiwan. Produk Acer antara lain *PC desktop* dan laptop, komputer tablet, server, perangkat penyimpanan, display, LED, LCD dan televisi plasma, smartphone dan peripheral. Acer juga menyediakan layanan e-bisnis untuk bisnis, pemerintah dan konsumen. Pada tahun 2014 Acer adalah vendor komputer pribadi terbesar keempat di dunia. Pada awal 2000-an, Acer menerapkan model bisnis baru, bergeser dari produsen untuk desainer, pemasar dan distributor produk, saat melakukan proses produksi melalui kontrak produsen. Selain bisnis intinya, Acer memiliki jaringan ritel terbesar komputer waralaba di Taipei, Taiwan.

Acer didirikan oleh Stan Shih, istrinya Carolyn Yeh, dan lima orang lainnya sebagai Multitech pada tahun 1976, berkantor pusat di Kota Hsinchu, Taiwan. Perusahaan ini memulai kegiatan operasionalnya dengan sebelas karyawan dan US \$ 25.000 di Taipei. Awalnya, kegiatan utama perusahaan ini adalah distributor komponen elektronik dan konsultan dalam penggunaan teknologi mikroprosesor dan menghasilkan *Micro-Professor MPF-I* pelatihan kit, kemudian dua klon *Apple II*; yang *Microprofessor II* dan *III* sebelum bergabung dengan IBM PC yang

kompatibel pasar negara berkembang, dan menjadi produsen PC yang signifikan. Perusahaan ini berganti nama Acer pada tahun 1987.

Pada tahun 1998, Acer direorganisasi menjadi lima kelompok: Acer Layanan International Group, Acer Sertek Service Group, Acer Semiconductor Group, Acer Informasi Produk Grup, dan Acer Peripherals Group. Untuk menghilangkan keluhan dari klien bahwa Acer bersaing dengan produk sendiri dan untuk meringankan sifat kompetitif dari penjualan bermerek melawan bisnis manufaktur kontrak, Pada tahun 2000 perusahaan ini berputar dari kontrak bisnis yang ada, dan berganti nama menjadi *Wistron Corporation*. Restrukturisasi menjadikan perusahaan memiliki dua unit utama: penjualan merek dan manufaktur kontrak. Pada tahun 2001 perusahaan berhasil menyingkirkan unit manufaktur, Benq dan Wistron untuk memfokuskan pada desain dan penjualan.

Acer meningkatkan penjualan di seluruh dunia sekaligus mengurangi angkatan kerja dengan mengidentifikasi dan menggunakan strategi pemasaran yang terbaik digunakan saluran distribusi yang ada. Pada tahun 2005, Acer mempekerjakan kurang 7.800 orang di seluruh dunia. Pendapatan naik dari US \$ 4,9 miliar pada tahun 2003 menjadi US \$ 11.310.000.000 pada tahun 2006.

Pangsa pasar Amerika Utara Acer telah tergelincir selama beberapa tahun terakhir, sementara sebaliknya, pangsa pasar Eropa perusahaan telah meningkat.

Pada pertengahan 2000-an tahun, pangsa pasar laptop mengalami peningkatan yang sangat drastis dalam industri PC, dan Acer adalah salah satu perusahaan yang memanfaatkan momen ini. Pasar Acer tumbuh cepat di Eropa sebagian dengan menggunakan saluran distribusi tradisional yang menargetkan

konsumen ritel ketika beberapa saingan yang mengejar penjualan online dan pelanggan bisnis. Pada tahun 2007 Acer membeli Gateway di Amerika Serikat dan Packard Bell di Eropa dan menjadi penyedia dunia Nomor 3 komputer dan nomor 2 untuk notebook, dan mencapai peningkatan yang signifikan dalam profitabilitas. Acer telah berusaha untuk menjadi vendor PC terbesar di dunia, dengan keyakinan bahwa tujuan dapat membantu mencapai skala ekonomi dan mengumpulkan margin yang lebih tinggi.

## **2.2 Nilai-Nilai Acer**

Sebagai budaya dalam perusahaan, Acer memiliki beberapa nilai-nilai sebagai langkah yang ditempuh oleh perusahaan, nilai-nilai tersebut adalah :

### **1. Nilai Luhur Acer**

Acer menempatkan prioritas penting pada nilai luhur karyawan. Lima karakteristik telah diidentikkan sebagai kunci menuju kelancaran pengembangan akan proses dan hubungan. Nilai Luhur Acer ialah:

- a. Kerendahan Hati. Menunjukkan rasa terima kasih dan memiliki rasa hormat yang tulus terhadap sesama. Melindungi proses-proses perusahaan dan memiliki semangat tim yang kuat. Menjadi mawas diri dengan sungguh-sungguh; saat menghadapi masalah, lihatlah ke dalam tanggung jawab pribadi terlebih dahulu tanpa menyalahkan orang lain. Terus-menerus berupaya untuk mengembangkan diri dengan motivasi diri yang kuat.
- b. Integritas. Jujur, tulus dan ikhlas, dan di atas semua itu, jangan mencoba-coba untuk berbuat curang. Memahami dan dengan tulus

menerima kelebihan dan kekurangan seseorang. Membangun hubungan interpersonal tanpa kepura-puraan.

- c. Ketekunan. Berkeinginan untuk menghabiskan lebih banyak waktu dan usaha serta bertanggung jawab untuk memberikan pekerjaan berkualitas tinggi. Fokus pada biaya dan bersikap keras terhadap tindakan membuang-buang dengan percuma untuk “mendapatkan lebih banyak dengan lebih sedikit sumber daya”. Mengambil inisiatif untuk mengumpulkan setiap orang yang terlibat dalam proyek untuk berinovasi dan menciptakan nilai konsumen maksimum.
- d. Ketangkasan. Cepat menangkap kunci dasar di setiap situasi. Cepat mengambil tindakan tepat untuk menciptakan hasil kemenangan. Cepat menemukan peluang.
- e. Keberanian. Dengan berani menghadapi kesulitan dan tantangan. Berani untuk melawan watak, mampu mengarahkan dialog konstruktif pada saat terjadi perselisihan dan tetap melakukan tindakan yang tepat meskipun mengalami kritikan. Jangan pernah ragu dalam mengambil keputusan, dan jalankan hanya jika telah dipikir dengan matang.

## 2. Fokus pada Prinsip dan Hasil

Untuk mencapai hasil terbaik, Acer menekankan pada pelatihan karyawan untuk “Berpikir Mendalam” melalui gambaran keseluruhan, dan fokus pada prinsip serta hasil sebelum mengeksekusi. Singkat kata, mereka harus menemukan Tujuan yang sebenarnya di balik setiap tugas, dan untuk menyingkap akar permasalahan di baliknya, yang akan memungkinkan

mereka melakukan tindakan yang benar dengan tepat saat pertama kalinya. Untuk mencapai hal ini, karyawan harus memulai dengan Tujuan setiap tugas dalam pikiran, dekati situasi “dari Sudut Pandang Konsumen”, dan gunakan “Efektivitas Biaya” dalam pertimbangan sambil tetap terbuka pada “Alternatif” dan sadar akan “Efek Samping”.

### 3. Inovasi dan Estetika

Acer juga menempatkan penekanan yang amat sangat pada Inovasi dan Estetika. Karyawan didorong untuk mengupayakan kesempurnaan teknologi dan estetika dalam setiap tindakan mereka. Mereka diharapkan untuk menempatkan diri mereka sendiri pada sudut pandang konsumen untuk menciptakan nilai lebih. Karyawan Acer juga perlu mengaplikasikan pemikiran “Lampu-Hijau/Lampu-Merah” pada setiap situasi. Pemikiran Lampu-Hijau melibatkan perumusan ide, di mana setiap ide dan proposal dikirimkan ke sebuah ‘penampung’ dan solusi terbaik diambil darinya. Pemikiran Lampu-Merah, di sisi lain, melibatkan pencarian jawaban secara konstan dan pengadopsian sikap berhati-hati terhadap setiap proposal untuk mengalirkan akar permasalahan dan kemudian setelahnya memperoleh jawaban. Melalui pemikiran dan pengalaman inovatif seperti demikian sekaligus tetap memperhatikan kebutuhan dan melampaui keinginan serta ekspektasi pengguna karyawan dapat tetap mengembangkan produk yang memperkaya pengalaman produk pengguna secara keseluruhan.

#### 4. Lean Thinking

Acer bersandar pada Lean Thinking untuk menciptakan nilai terbesar bagi konsumennya. Dengan mengkombinasikan elemen-elemen budaya perusahaan dengan prinsip Lean Six Sigma (LSS), Lean Thinking menuntut karyawan Acer untuk menggunakan komunikasi terbuka antara sesama pekerja dalam setiap tingkatan, memaksimalkan nilai dalam setiap rantai proses, menekan biaya dan tindakan sia-sia, serta secara konstan mengupayakan peningkatan proses manajemen.

### 2.3 Logo Acer

Sejak tahun 1987 sampai dengan tahun 2001 terjadi beberapa perubahan pada logo serta slogan perusahaan Acer. Pada awal berdiri tahun 1987, Acer menggunakan logo tulisan Acer menggunakan huruf kapital berwarna biru dengan simbol berlian berwarna merah dan biru disebelah kanan tulisannya. Pada tanggal 8 maret 2001 perusahaan Acer mengganti logo perusahaan dengan yang baru, dimana logo baru Acer diganti dengan warna hijau tua dan tidak memakai huruf kapital pada tulisan Acer, simbol berlian pada logo terdahulu ditinggalkan dan melakukan penambahan slogan pada logo barunya. Adapun slogan yang ditambahkan pada logo baru tersebut adalah "*Empowering People*". Makna dari slogan tersebut bahwa perusahaan Acer memberdayakan teknologi kepada masyarakat lewat produk yang diproduksinya.

Pada tahun 2011 perusahaan Acer kembali melakukan perubahan pada logo perusahaan, kali ini Acer menggunakan jenis font baru pada huruf dan menggunakan warna hijau yang berbeda dengan sebelumnya, slogan pada logo

Acer juga mengalami perubahan yaitu “*Explore Beyond Limits*” , slogan baru tersebut adalah refleksi dari pendekatan baru terhadap desain produk dan mindset orientasi pasar Acer. Adapun makna dari slogan baru tersebut adalah keinginan perusahaan dalam menciptakan kemudahan, intuisi, produk dengan desain yang berorientasi kepada penggunaannya sehingga semua hal tersebut dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dan memungkinkan penggunaannya mencapai lebih.

### Gambar 2.1

#### Logo Acer Tahun 2011 - Sekarang



Sumber : [www.acer.com](http://www.acer.com)

#### 2.4 Gambaran Umum Produk Laptop Acer

Sudah lebih dari 15 tahun Acer menyelami bisnis komputasi bergerak. Pengalaman yang cukup lama ini menjadikan Acer menjadi salah satu merek *top of mind* bila konsumen berbicara mengenai produk *notebook*. Produk *notebook* Acer telah melalui serangkaian tes yang cermat sebelum akhirnya masuk ke pasar, seperti *electronic shock test*, *drop test*, *heat analysis*, dan *pressure test*. Acer telah banyak mengeluarkan produk-produk unggulan yang telah terbukti dan direspon positif oleh pasar *notebook* dunia. Berikut ini adalah jenis-jenis dari produk *notebook* Acer yang beredar di pasar, khususnya regional Asia Pasifik.

### 1. *Notebook* Acer Aspire

Acer Aspire adalah sebuah seri laptop yang umum diproduksi oleh Acer yang ditujukan untuk pengguna rumahan, pelajar atau keperluan bisnis kecil. Seri Aspire terdiri dari komputer desktop dan komputer jinjing.

**Gambar 2.2**  
**Produk Acer Aspire**



*Sumber : [www.acerid.com](http://www.acerid.com)*

Berikut adalah beberapa type laptop Acer Aspire :

- Aspire 1570
- Aspire 1640/1642NWLMi
- Aspire 2930
- Aspire 3023 WLMi
- Aspire 3810 T
- Aspire 4715 Z
- Aspire 4736 G
- Aspire 4736 Z



- Aspire 4810 T
- Aspire 4810 TZ
- Aspire 4820
- Aspire 4920 G
- Aspire 5003 WLMi
- Aspire 5594 WXMi
- Aspire 5601 AWLMi
- Aspire 5610
- Aspire 5610 Z
- Aspire 5738 ZG
- Aspire 9410 Z
- Aspire 6530 G
- Aspire 6935 G
- Aspire 7535 G
- Aspire 7720
- Aspire 7735 ZG
- Aspire 7738 G
- Aspire 8730 G
- Aspire 8930
- Aspire 9302 WSMi
- Aspire 9420 WSMi

## 2. *Notebook* Acer TravelMate

Dari berbagai seri *notebook* Acer telah ditawarkan, TravelMate didesain untuk para profesional komputer untuk kegiatan sehari-hari. Laptop Acer Travelmate diterima dengan baik oleh para pengulas computer dunia. Nama TravelMate sebelumnya digunakan oleh Texas Instruments, yang menjual divisi mobile computing untuk Acer pada tahun 1997.

**Gambar 2.3**  
**Produk *Notebook* Acer TravelMate**



*Sumber : www.acerid.com*

Berikut adalah beberapa type laptop Acer TravelMate :

- Acer TravelMate 200 Series
- Acer TravelMate 2200/2700 Series
- Acer TravelMate 2300 Series
- Acer TravelMate 3000 Series
- Acer TravelMate 3210 Series

- Acer TravelMate 4060, 4070 Series
- Acer Travelmate 4750 Series
- Acer TravelMate 5220 Series
- Acer TravelMate 5760 Series
- Acer TravelMate 6253 Series
- Acer TravelMate 6594 Series
- Acer TravelMate 7730 Series
- Acer TravelMate 7740 Series
- Acer TravelMate 8100 Series

### 3. *Notebook* Acer Predator

Pada tahun 2008 Acer Predator memperkenalkan dirinya di pasar komputer dunia sebagai komputer yang dikhususkan untuk para pemain PC game yang menginginkan kepuasan dalam bermain game yang maksimal dalam laptop. Serial ini ditandai dengan chassis computer yang futuristik dan kinerjanya tinggi. Pada tahun 2016, Acer memulai produksi rangkaian lengkap komputer Predator, *notebook gaming*, tablet, dan beberapa aksesoris.

**Gambar 2.4**  
**Produk *Notebook* Acer Predator**



*Sumber : www.acerid.com*

Berikut adalah beberapa type laptop Acer Predator :

- AG3620 (2012)
- AG5900 (2010)
- AG7200
- AG7700 (2009)
- AG7710 (2009)
- AG7711
- AG7712
- AG7713
- AG7750 (2010)

- AG3-710-UR53
- AG3-710-UR54
- AG6-710-70001
- AG6-710-70002
- AG6-710-70004

## **2.5 Karakteristik Responden**

Pada sub bab ini penulis menyajikan data yang diolah dari hasil penelitian dalam bentuk tabel-tabel yang meliputi data tentang identitas responden. Adapun responden dalam penelitian yang diambil untuk penyusunan skripsi ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro yang memiliki dan menggunakan laptop Acer dengan masa pemakaian laptop Acer lebih dari sama dengan 1 tahun ( $\geq 1$  tahun).

Identitas diri atau profil responden tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lama penggunaan laptop Acer yang akan dijelaskan sebagai berikut :

### **2.5.1 Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan karena aktivitas yang dilakukan oleh laki-laki dan perempuan berbeda. Berdasarkan data primer yang dikumpulkan oleh peneliti, maka diperoleh profil responden berdasarkan jenis kelamin seperti yang disajikan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 2.1**  
**Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	43	43
2	Perempuan	57	57
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan tabel 2.1 di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki berjumlah 43 responden (43%) dan perempuan sebanyak 57 responden (57%).

### 2.5.2 Kelompok Umur Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro yang termasuk dalam kategori usia produktif sehingga dianggap sudah memiliki pemikiran dan penilaian yang baik terhadap produk yang dalam penelitian ini adalah laptop Acer. Adapun berdasarkan data kependudukan semua yang termasuk dalam kategori usia produktif adalah mereka yang berusia 15-64 tahun. Berikut ini disajikan data mengenai profil responden berdasarkan kelompok umur.

**Tabel 2.2**  
**Kelompok Umur**

No.	Kelompok Umur	Jumlah	Presentase (%)
1	<19 tahun	3	3
2	19-24 tahun	97	97
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan tabel 2.2 menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden berada pada kelompok umur 19-24 tahun yaitu sebanyak 97 responden (97%) dan

responden dengan kelompok usia di bawah 19 tahun (<19 tahun) berjumlah hanya 3 responden (3%).

#### 2.5.4 Lama Penggunaan *laptop* Acer

Yang dimaksud dengan lama pemakaian adalah berapa lama responden memiliki dan menggunakan laptop Acer, karena penulis berpendapat bahwa lama penggunaan suatu produk dapat mempengaruhi seseorang untuk memberikan penilaian terhadap produk tersebut. Dengan pemikiran bahwa semakin lama seseorang menggunakannya maka akan semakin ia mengenal produk tersebut sehingga responden dapat menilai secara obyektif tentang produk laptop Acer. Untuk mengetahui lama pemakaian atau penggunaan laptop Acer oleh para responden, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 2.3**  
**Lama Penggunaan laptop Acer**

No.	Lama Pemakaian (tahun)	Jumlah	Presentase (%)
1	1 – 3	67	67%
2	4 – 6	32	32%
3	>6	1	1%
<b>Total</b>			

*Sumber : Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan tabel 2.3 di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan laptop Acer dengan lama pemakaian 1-3 tahun berjumlah 67 orang atau 67%, responden yang menggunakan laptop Acer dengan lama pemakaian 4-6 tahun berjumlah 32 orang atau 32%, dan responden yang menggunakan laptop Acer dengan lama pemakaian lebih dari 6 tahun hanya berjumlah 1 orang atau 1%.