

**STUDI KELAYAKAN BISNIS  
LAPTOP ASUS**



**Kelompok 2:**

<b>Ignatius Lorenzo</b>	<b>825190067</b>
<b>Jessica Henry</b>	<b>825190071</b>
<b>Ruach Sakadewa</b>	<b>825190089</b>
<b>Allara Najla G.</b>	<b>825190100</b>

**Fakultas Teknologi Informasi  
Jurusan Sistem Informasi  
Universitas Tarumanagara  
2021**

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	ii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Profil Usaha.....	1
1.2. Nama Usaha.....	2
1.3. Visi dan Misi.....	2
BAB II.....	3
ISI.....	3
2.1. Produk Laptop ASUS.....	3
2.2. Aspek - Aspek.....	5
2.2.1. Aspek Pasar dan Pemasaran.....	5
2.2.2. Aspek Teknis.....	9
2.2.3. Aspek Keuangan.....	10
2.2.4. Aspek Manajemen.....	13
2.2.5. Aspek Ekonomi dan Sosial.....	15
2.2.6. Aspek Lingkungan.....	15
BAB III.....	18
PENUTUP.....	18
3.1. Kesimpulan.....	18
3.2. Saran.....	18
DAFTAR PUSTAKA.....	19

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo ASUS.....	1
Gambar 2 ROG Zephyrus S17 GX703.....	3
Gambar 3 Vivobook 14.....	4
Gambar 4 Zenbook Pro Duo.....	4
Gambar 5 Chromebook.....	5
Gambar 6 <i>Positioning</i> .....	8
Gambar 7 Laporan <i>Profit &amp; Loss</i> .....	11
Gambar 8 <i>Balance Sheets</i> .....	12
Gambar 9 <i>Non Operational Items</i> .....	13

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Profil Usaha**



**Gambar 1 Logo ASUS**

ASUSTeK Computer Inc. merupakan perusahaan multinasional yang berbasis di Taiwan yang berdiri pada tahun 1989, perusahaan ASUS masih berdiri hingga saat ini dan telah banyak merilis produk baru dan melakukan pengembangan serta inovasi produk. ASUS juga merupakan perusahaan yang memproduksi perangkat keras dan elektronik dan menempati urutan terbesar kelima di dunia yang memproduksi perangkat keras komputer setelah *brand-brand* seperti HP, Lenovo, Dell, dan Acer. Saat ini, sudah banyak jenis produk perangkat keras dan elektronik yang telah diproduksi oleh ASUS, beberapa produk ASUS yang telah banyak beredar di masyarakat diantaranya seperti *motherboard*, *smartphone*, PC (*Personal Computer*), aksesoris elektronik, dan laptop.

ASUSTek mulai *go public* dan terkenal secara luas pada tahun 2005, mendominasi pasar Indonesia pada tahun 2012. Di antara berbagai produk ASUS yang telah beredar, produk yang paling populer dan laris di kalangan masyarakat Indonesia merupakan produk laptop. Berbagai jenis laptop ASUS yang telah beredar

di antaranya adalah ProArt Studiobook, Zenbook, Vivobook, Chromebook, ROG (*Republic of Gaming*) dan masih banyak lagi.

## **1.2. Nama Usaha**

Nama awal yang diusulkan adalah Pegasus, namun kemudian berkembang menjadi Asus agar menjadi lebih singkat dan memudahkan dalam penyebutannya. Pegasus merupakan makhluk mitologi Yunani yang digambarkan sebagai kuda bersayap. Penamaan Asus juga dimaksudkan untuk mendapatkan urutan perusahaan jika diurutkan sesuai alfabet.

## **1.3. Visi dan Misi**

Visi dari ASUSTeK Computer Inc. adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan layanan 3K terintegrasi secara konstan (Komputer, Komunikasi, produk elektronik Konsumen).
2. Menyediakan produk teknologi terbaru yang dapat digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat.

Misi dari ASUSTeK Computer Inc. adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan solusi TI inovatif yang memberdayakan masyarakat dan bisnis untuk mencapai potensi tertinggi mereka.

## BAB II

### ISI

#### 2.1. Produk Laptop ASUS

Produk ASUS yang kami pilih adalah laptop ASUS, karena produk laptop ASUS sudah sangat terkenal, beredar luas, dan banyak digunakan oleh masyarakat. Berikut penjelasan mengenai beberapa jenis dari produk laptop ASUS:

##### **ASUS ROG (*Republic of Gaming*)**

ASUS ROG (*Republic of Gaming*) dikhususkan untuk pengguna yang membutuhkan performa yang tinggi dan mumpuni dalam bermain *game-game* berat yang memiliki RAM, memori penyimpanan yang besar dan biasanya memakai *processor* menengah ke atas seperti Intel i5, Intel i7, Intel i9, Ryzen 7, dan Ryzen 9, salah satu contohnya adalah ROG Zephyrus S17 GX703 (Gambar 1) yang merupakan kelas menengah pada tipe laptop ROG.



**Gambar 2 ROG Zephyrus S17 GX703**

##### **ASUS Vivobook**

ASUS Vivobook dikhususkan untuk pengguna yang menyukai laptop dengan bentuk yang tipis dan ringan, tetapi dengan harga yang ekonomis yang memiliki spesifikasi laptop cukup mumpuni untuk bekerja dan bermain game ringan contohnya ASUS Vivobook 14 yang memiliki 2 tipe *processor* Intel i5 dan Intel i7 yang memiliki RAM 8 GB (Gambar 2)



**Gambar 3 Vivobook 14**

### **ASUS Zenbook**

ASUS Zenbook dikhususkan untuk pengguna premium yang menyukai laptop dengan desain yang kokoh, tipis dan ringan sehingga memudahkan mobilitas penggunaannya. Macam-macam ASUS Zenbook adalah Zenbook Pro, Zenbook S, Zenbook Flip, dan Zenbook Pro Duo (Gambar 3).



**Gambar 4 Zenbook Pro Duo**

### **ASUS Chromebook**

ASUS Chromebook berbeda dengan laptop lainnya dengan menggunakan ChromeOS buatan Google. Sistem penyimpanannya pun berbeda dengan mengandalkan penyimpanan berbasis cloud. Spesifikasi yang dimiliki Chromebook umumnya lebih rendah dibandingkan dengan seri laptop lainnya

yang mana diperuntukan untuk pekerjaan ringan seperti bekerja, belajar dan *browsing*.



**Gambar 5 Chromebook**

## **2.2. Aspek - Aspek**

Terdapat beberapa aspek-aspek untuk menilai kelayakan dari perusahaan ASUS, diantaranya adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek, keuangan, aspek manajemen, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek lingkungan.

### **2.2.1. Aspek Pasar dan Pemasaran**

#### **Potensi Pasar**

Perusahaan ASUS memiliki potensi pasar yang bagus, karena apabila dilihat dari pertumbuhan pasar produk PC maupun laptop / *notebook* di Indonesia pada semester pertama di tahun 2021 lebih baik dibandingkan di periode yang sama di tahun sebelumnya. Berdasarkan pengakuan analis pasar senior di IDC Indonesia dikatakan bahwa pasar PC tumbuh 50% secara *year-on-year* dan terdapat sekitar 2,06 juta unit yang masuk ke Indonesia pada periode pertama 2021, kemudian juga terdapat pertumbuhan *notebook* di Indonesia yaitu sekitar 78% pada enam bulan pertama di tahun 2021. Namun persaingan juga cukup sengit dengan *brand-brand* terkenal lain yang memproduksi produk



sejenis, di samping itu potensi pasar dapat dikatakan cukup besar dengan pertumbuhan pasar dan kebutuhan masyarakat terhadap produk yang cukup tinggi akan membuat pasar komputer semakin bertumbuh ke depannya.

### **Peluang Pasar**

Produk komputer dan teknologi menjadi produk yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari terutama ketika masa pandemi seperti ini yang dimana kegiatan banyak dilakukan secara jarak jauh, seperti *work from home* maupun pembelajaran secara daring. Persentase pengguna laptop di Indonesia yaitu sekitar 22,52%, dapat dikatakan penggunaan laptop di Indonesia cukup tinggi dan dapat menjadi sebuah peluang bagi pengembangan pasar komputer dan teknologi.

### **Analisis Persaingan**

Analisis persaingan pada ASUSTeK Company Inc. terdiri dari:

#### **a. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

- **Produk (*Product*)**

Produk laptop yang dikeluarkan oleh ASUS cukup memiliki berbagai macam jenis dengan kualitas yang baik serta konsumen juga dapat memilih. Beberapa jenis laptop yang dikeluarkan di antaranya adalah ProArt yang dikhususkan untuk *content creator*, kemudian ASUS Zenbook yang dikhususkan untuk pengguna premium yang menyukai laptop dengan desain yang kokoh, tipis dan ringan sehingga memudahkan mobilitas penggunaannya. ASUS Vivobook dikhususkan untuk pengguna yang menyukai laptop dengan bentuk yang tipis dan ringan, namun tetap dengan harga yang ekonomis. Serta ASUS ROG yang dikhususkan untuk pengguna atau pemain game yang membutuhkan performa yang tinggi dan mumpuni dalam bermain *game-game* berat.

- **Promosi (*Promotion*)**

Promosi yang dilakukan oleh ASUS dilakukan secara luas yaitu pemberitahuan *event* melalui *website* ASUS seperti *event* ASUS Semangat Merdeka pada bulan Juli hingga bulan September tahun 2021 dan promosi dengan melalui media sosial. Selain itu, ASUS juga menggelar sebuah program seperti *Work & Play With ASUS* di tahun 2020, program khusus ini digelar untuk konsumen di Indonesia yang membeli laptop ASUS di bulan Juni dengan tujuan mendukung masyarakat Indonesia agar tetap #DiRumahAja, selain itu terdapat manfaat tambahan untuk konsumen Indonesia berupa *cashback* dan perpanjangan masa garansi.

- **Harga (*Price*)**

Harga jual yang ditawarkan oleh ASUS sangat beragam tergantung dari kualitas, kapasitas, fitur, dan jenis laptopnya. Semakin bagus kualitas dan beragam fitur dari laptop ASUS, maka semakin tinggi harga jual yang ditawarkan.

- **Tempat (*Place*)**

Pemilihan lokasi oleh ASUS yaitu di *mall-mall* yang mana menjadi tempat yang strategis untuk menarik target pasar yaitu generasi yang melek akan teknologi. Adapun toko-toko distributor resmi ASUS yang sudah tersebar di seluruh Indonesia.

## **b. Analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)**

- ***Segmentation***

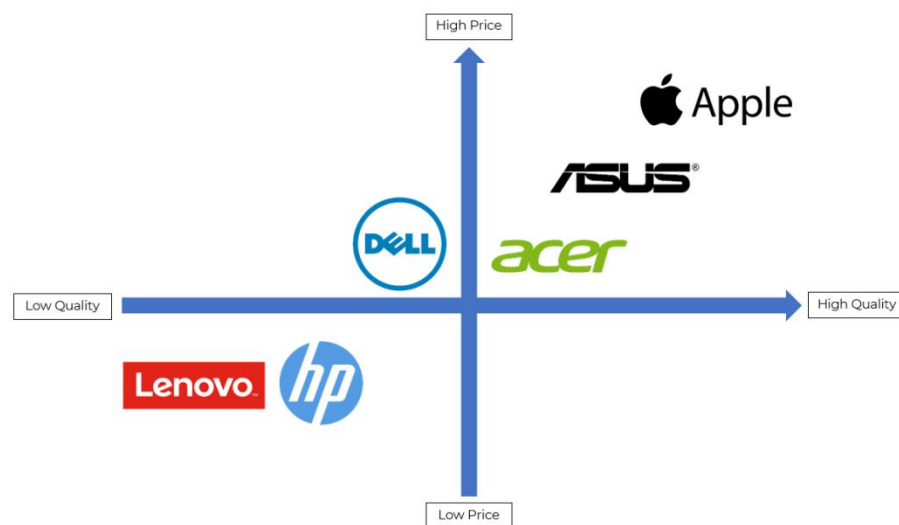
Segmentasi dari produk laptop ASUS terbagi menjadi tiga segmen, yang diantaranya adalah segmen *ultra-thin*, segmen laptop umum, dan segmen laptop *gaming*. Kemudian apabila berdasarkan demografis, segmentasi pasar untuk laptop ASUS adalah kalangan menengah ke atas atau “*mid-high*”.

- **Targeting**

Target dari perusahaan ASUS untuk produk laptop adalah berada pada *range* anak sekolah hingga dewasa yaitu dengan perkiraan umur sekitar 15 - 30 tahun ke atas, dengan ketentuan telah memiliki pekerjaan atau sedang berada di bangku sekolah.

- **Positioning**

Perusahaan ASUS ingin menyediakan berbagai jenis laptop yang didesain dan dirancang dengan teknologi yang canggih sesuai dengan kebutuhan pengguna.



**Gambar 6 Positioning**

ASUS memiliki reputasi yang baik dalam industri laptop yang beredar di masyarakat. Harga jual ASUS lebih tinggi bila dibandingkan dengan empat merk lainnya (Acer, Dell, HP, dan Lenovo) dalam setiap kategori laptopnya. Namun, performa dan kualitas ASUS lebih baik dibandingkan kelima merk tersebut.

Merk yang memiliki kualitas terbaik dan harga tertinggi adalah Apple. Performa Apple adalah yang terbaik dari lima merk lainnya (termasuk ASUS) utamanya dalam hal daya tahan umur laptop. Apple menggunakan sistem operasi macOS yang mana eksklusif untuk produk laptop Apple dan tidak tersedia untuk merk lainnya.

### 2.2.2. Aspek Teknis

- **Lokasi**

Lokasi perusahaan ASUSTeK Company Inc. berada di Taiwan dengan lokasi pabrik produksi dan perakitan laptop ASUS di beberapa negara seperti Cina, Mexico, dan Ostrava.

- **Teknologi**

Berikut terdapat beberapa teknologi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pada laptop ASUS, di antaranya adalah:

- 1. ASUS OLED**

Merupakan teknologi layar ASUS yang memberikan kualitas visual yang baik. ASUS OLED juga memiliki fitur Eye Care yang dapat mengurangi tingkat paparan radiasi sinar biru pada layar hingga 70 persen.

- 2. AI Noise-Canceling Microphone**

Merupakan teknologi yang dapat menghilangkan kebisingan suara latar untuk komunikasi suara yang lebih jernih dengan Mic Adapter ASUS AI Noise-Canceling, headset ROG Strix Go dan ROG Theta 7.1 serta lainnya.

- 3. ASUS Splendid**

Merupakan teknologi yang berfungsi untuk mengoptimalkan warna dalam beberapa mode, yaitu Normal, Eye Care, Vivid dan Manual. Eye Care Mode berfungsi untuk mengurangi kelelahan pada mata dengan mengurangi sinar biru sampai 30%.

#### **4. ASUS Tru2Life Video**

Merupakan teknologi peningkatan video eksklusif yang serupa dengan TV. teknologi ini menggunakan Intelligent software algorithms untuk mengoptimalkan ketajaman dan kontras pada setiap video frame, sehingga video terlihat lebih jelas, detail dan realistis.

#### **5. ASUS SonicMaster Premium**

Merupakan teknologi yang mengoptimalkan audio yang dikembangkan tim ASUS Golden Ear. ASUS SonicMaster Premium menjadi tuan rumah fitur inovasi yang mengantarkan kejernihan suara yang ditingkatkan, volumen yang lebih keras dan audio yang detail. ASUS SonicMaster Premium menyediakan suara musik, video, pidato dan perekaman yang lembut, kaya dan detail.

#### **6. ASUS Audio Wizard**

Merupakan *software* peningkatan audio cerdas untuk produk konsumen multimedia dan *portable* Windows dan Android. Software ini meningkatkan kualitas audio secara keseluruhan pada laptop, ponsel pintar dan tablet.

### **2.2.3. Aspek Keuangan**

Aspek keuangan merupakan salah satu aspek / bagian yang penting dan juga krusial di dalam sebuah perusahaan. Karena dalam hal ini, keuntungan maupun kerugian yang didapatkan oleh sebuah perusahaan dapat mempengaruhi perencanaan strategi dan pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh pemilik usaha. Seperti harga bagi produsen yang merupakan penentu bagi permintaan pasar dan mempengaruhi posisi pesaing perusahaan dalam merebut konsumen. Harga merupakan indikator dari pada produk, dalam penetapan harga perlu hati-hati dalam memperhatikan potensi pasar. Oleh sebab itu, penentuan

harga perlu diperhatikan agar harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh konsumen juga dapat memberi keuntungan bagi perusahaan.

Q2 2021 Brand P&L					
in NT\$ Mn	2021 2Q	2021 1Q	QoQ	2020 2Q	YoY
<b>Net Revenue</b>	<b>120,376</b>	<b>108,104</b>	<b>11%</b>	<b>85,070</b>	<b>42%</b>
COGS	(94,581)	(84,310)	12%	(71,191)	33%
<b>Gross Profit</b>	<b>25,795</b>	<b>23,794</b>	<b>8%</b>	<b>13,879</b>	<b>86%</b>
Operating Expenses	(12,262)	(12,233)	0%	(9,033)	36%
<b>Operating Profit</b>	<b>13,533</b>	<b>11,561</b>	<b>17%</b>	<b>4,846</b>	<b>179%</b>
Non-OP Items	1,423	684	108%	2,151	-34%
<b>Pre-Tax Profit</b>	<b>14,956</b>	<b>12,245</b>	<b>22%</b>	<b>6,998</b>	<b>114%</b>
Tax	(3,587)	(2,454)	46%	(1,683)	113%
<b>Net Profit</b>	<b>11,370</b>	<b>9,791</b>	<b>16%</b>	<b>5,315</b>	<b>114%</b>
<b>EPS</b>	<b>15.3</b>	<b>13.2</b>		<b>7.2</b>	
<b>Gross Margin %</b>	<b>21.4%</b>	<b>22.0%</b>		<b>16.3%</b>	
<b>Operating Margin %</b>	<b>11.2%</b>	<b>10.7%</b>		<b>5.7%</b>	

**Gambar 7 Laporan *Profit & Loss***

Dalam laporan perhitungan L/R (Gambar 5), dapat diketahui bahwa pendapatan yang dihasilkan oleh ASUS pada kuartal pertama tahun 2021 sebesar NT\$ 108,104 dengan keuntungan sebesar NT\$ 9,791. Sedangkan pada kuartal kedua tahun 2021, pendapatan yang dihasilkan sebesar NT\$ 120,376 dengan keuntungan sebesar NT\$ 11,370. Terdapat beberapa peningkatan yang terjadi dari kuartal 1 ke kuartal 2, salah satunya seperti pendapatan dan keuntungan yang meningkat sebesar 11% dan 16%, namun pengeluaran dan pajak juga mengalami kenaikan sekitar 12% dan 46%.

Q2 2021 Brand Balance Sheet					
in NT\$ Mn	Jun 30, 2021	Mar 31, 2021	QoQ	Jun 30, 2020	YoY
Cash & equivalents	59,153	79,666	-26%	62,178	-5%
Accounts receivable	80,580	68,996	17%	71,853	12%
Inventories	129,447	106,437	22%	81,444	59%
<b>Current Assets</b>	<b>287,046</b>	<b>265,914</b>	<b>8%</b>	<b>225,738</b>	<b>27%</b>
Long-term investments	101,851	100,573	1%	78,618	30%
Fixed assets	15,764	16,179	-3%	17,685	-11%
<b>Total Assets</b>	<b>427,276</b>	<b>402,420</b>	<b>6%</b>	<b>339,086</b>	<b>26%</b>
Accounts payable	77,975	69,903	12%	59,753	30%
<b>Current Liabilities</b>	<b>208,624</b>	<b>170,592</b>	<b>22%</b>	<b>154,223</b>	<b>35%</b>
<b>Total Liabilities</b>	<b>223,779</b>	<b>185,633</b>	<b>21%</b>	<b>167,428</b>	<b>34%</b>
Paid-in capital	7,428	7,428		7,428	
<b>Stockholders' equity</b>	<b>203,497</b>	<b>216,787</b>	<b>-6%</b>	<b>171,658</b>	<b>19%</b>
Avg. Days of Inventory	114	107		101	
Avg. Days of AR	57	58		62	
Avg. Days of AP	76	68		67	
<b>Avg. CCC Days</b>	<b>95</b>	<b>97</b>		<b>96</b>	

Gambar 8 Balance Sheet

Dari neraca / *balance sheet* (Gambar 6) yang telah dilampirkan, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa peningkatan dan penurunan yang terjadi pada perbandingan antara kuartal 1 dan 2 di tahun 2021. Total aset yang dimiliki oleh ASUS meningkat sekitar 6% dari kuartal 1 ke kuartal 2 pada tahun 2021, sementara total kewajiban juga meningkat sekitar 21% dari sebelumnya, dan ekuitas menurun sekitar 6%. Dalam neraca juga dapat terlihat bahwa kas yang dimiliki ASUS menurun cukup banyak yaitu sekitar 26% dari kuartal pertama pada tahun 2021, dan aset tetap yang juga menurun sekitar 3% dari kuartal pertama dan sekitar 11% dari tahun 2020.

Q2 2021 Brand Non-OP Items					
Non-OP Items	2021 2Q	2021 1Q	QoQ	2020 2Q	YoY
Interest Income (net)	140	81	73%	160	-13%
Investment Income	(348)	(200)	-74%	323	-208%
Askey	(884)	(688)	-29%	(107)	-723%
Others	536	487	10%	430	25%
Exchange Gain/(Loss)	1,625	665	144%	1,599	2%
Dividend Income		13			
Other Income (net)	7	126	-95%	70	-90%
<b>Total Non-OP items</b>	<b>1,423</b>	<b>684</b>	<b>108%</b>	<b>2,151</b>	<b>-34%</b>

**Gambar 9 Non Operational Items**

Berdasarkan pada laporan *Non Operational Items* (Gambar 7) dapat diketahui bahwa pada kuartal kedua perusahaan memiliki pendapatan bunga bersih sebesar NT\$ 140 dengan total biaya *non operational items* sebesar NT\$ 1,423. Sedangkan pada kuartal pertama, pendapatan bunga bersih yang dimiliki sebesar NT\$ 81 dengan total biaya *non operational items* sebesar NT\$ 684, kenaikan pendapatan bunga bersih ASUS dari kuartal pertama ke kuartal kedua naik sekitar 73%. Sementara pada pendapatan dividen hanya terdapat pada kuartal pertama tahun 2021 yaitu sebesar 13, ada juga pendapatan lain yang cukup mengalami penurunan yang cukup drastis dari kuartal pertama ke kuartal kedua pada tahun 2021, yaitu sekitar 95%

#### 2.2.4. Aspek Manajemen

ASUSTeK Company Inc. memulai bisnis di bidang elektronik dengan menyusun pengaluran manajemen dan pengorganisasian sumber daya yang menjalankan aktivitas perusahaan. Masing-masing fungsi tidak dapat berjalan sendiri-sendiri, akan tetapi harus dilaksanakan secara berkesinambungan, karena keterkaitan antara satu fungsi dengan fungsi lainnya sangat erat dan saling



mempengaruhi. Berikut merupakan fungsi-fungsi manajemen dari ASUSTeK Computer Inc.:

### **1. Perencanaan ( *Planning* )**

Perencanaan yang ditetapkan oleh perusahaan bersifat jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang dengan target-target strategis yang diupayakan dicapai serta tujuan akhir yakni menjadi perusahaan paling unggul dalam industri elektronik, sebagai perusahaan nomor satu. Kegiatan yang diperlukan dalam merealisasikan target tersebut yakni terus berupaya meningkatkan kapasitas produksi pabrik dengan kualitas yang menjadi hal yang utama, mencoba menjangkau pasar di seluruh dunia, meningkatkan teknologi, dan kegiatan lainnya.

### **2. Pengorganisasian ( *Organizing* )**

Agar target-target diatas dapat dicapai, maka diperlukan pengelompokkan pekerjaan yang terbagi ke dalam unit-unit. Pada perusahaan ini sendiri terdiri dari beberapa departemen yang mempunyai tugasnya masing-masing, departemen seperti departemen produksi, departemen personalia, departemen keuangan, departemen pemasaran, departemen teknologi dan informasi.

### **3. Pelaksanaan ( *Actuating* )**

Pelaksanaan merupakan sebuah proses untuk menjalankan kegiatan / pekerjaan di dalam perusahaan, dalam melaksanakan kegiatan operasi, perusahaan ASUS selalu menetapkan SOP (*Standard Operating Procedure*) dalam setiap operasi, sehingga pelaksanaan kegiatan operasi sesuai dengan standar yang ditetapkan.

### **4. Pengawasan ( *Controlling* )**

Pengawasan adalah proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan yang dapat berjalan sesuai dengan target yang diharapkan. Pengawasan yang dilakukan pada perusahaan ASUS dengan

menerapkan *quality test* pada tiap-tiap stasiun operasi, sehingga kualitas produk yang diinginkan tetap sesuai dengan standar perusahaan.

### 2.2.5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Identifikasi akan dampak dari adanya perusahaan ASUS bagi lingkungan masyarakat Indonesia sebagai berikut:

1. Bertambahnya lapangan pekerjaan  
Dengan hadirnya berbagai *dealer* dan *service center*, ASUS membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.
2. Memudahkan akses teknologi  
Perusahaan ASUS selalu menyediakan laptop dengan teknologi yang terbaru dan relevan dengan perkembangan zaman.
3. Mendorong digitalisasi bangsa  
Dengan menghadirkan laptop dengan teknologi terkini akan mendorong perilaku masyarakat yang melek teknologi. Hal tersebut membuat segala sesuatu dapat terintegrasi dan dapat berlangsung secara *real-time*.

### 2.2.6. Aspek Lingkungan

Pabrik pembuatan laptop ASUS masih belum dibangun di Indonesia. Namun, pabrik ASUS saat ini hanya berada di beberapa negara seperti Cina, Mexico, dan Ostrava. Di Indonesia sendiri ASUS Indonesia untuk produk laptop hanya memiliki *dealer* dan *service center*. Berikut identifikasi mengenai dampak dan cara mengatasi pabrik ASUS jika di Indonesia sudah dibuat dalam aspek lingkungan:

- **Tanah dan Kehutanan**

**Dampak:**

- Pembebasan lahan yang berkaitan dengan pembangunan pabrik yang dapat mengganggu keanekaragaman hayati dan ekosistem makhluk hidup yang berada di hutan.

- Konstruksi tanah yang berubah karena adanya pembangunan pabrik.
- Adanya beberapa bagian dari hutan yang terkena pembebasan guna kepentingan pabrik.

**Cara Mengatasi:**

- Perusahaan ASUS perlu membentuk sebuah tim yang bertugas untuk mendata berbagai macam keanekaragaman hayati yang terdapat di lokasi untuk pembebasan lahan serta memindahkan keanekaragaman hayati ke tempat lain.
- Membentuk tim yang ahli dalam geologi yang dapat menganalisis struktur, konstruksi tanah yang terdapat di lokasi, sehingga nantinya tidak terjadi kerusakan terhadap tanah yang akan menjadi tempat pembangunan pabrik.
- Melakukan reboisasi atau penanaman kembali terkait dengan lahan yang digunakan untuk kegiatan penunjang pabrik.

● **Udara dan Suara**

**Dampak:**

- Udara yang dapat tercemar karena adanya kegiatan operasi yang dilakukan pabrik.
- Peningkatan suhu temperatur udara karena adanya aktivitas tertentu dari pabrik.
- Suara bising karena adanya aktivitas mesin dari pabrik yang dapat berpotensi mengganggu aktivitas masyarakat sekitar.

**Cara Mengatasi:**

- Membangun sistem filterisasi udara di sekitar pabrik dengan tujuan agar udara tetap terjaga kebersihannya.
- Pabrik ASUS perlu membangun beberapa ring area disekitar pabrik agar suhu yang panas akan terasa di sekitar ring area pabrik.

- Membangun ruangan yang dapat meredam suara mesin-mesin operasi agar suara yang ditimbulkan tidak terdengar di luar pabrik.

- **Air**

**Dampak:**

- Limbah dari pabrik yang dibuang ke perairan seperti sungai dapat menyebabkan pencemaran sehingga mengubah rasa, warna dan bau pada sungai.

**Cara Mengatasi:**

- Membangun sistem pengolahan air agar perairan tidak tercemar sehingga tidak merugikan masyarakat.

- **Manusia**

**Dampak:**

- Perubahan budaya dan perilaku masyarakat sekitar lokasi akibat perubahan struktur penduduk.

**Cara Mengatasi:**

- Membina serta melakukan pendekatan dari sisi psikologi karyawan sehingga perubahan akan budaya yang telah dipegang oleh masyarakat sekitar dapat dihormati dan terus dijalankan.

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1. Kesimpulan**

Dari hasil riset yang telah kami lakukan, kami menyimpulkan bahwa produk ASUS merupakan salah satu produk elektronik terbesar di dunia. ASUS selalu merilis produk baru dan mengembangkan produk-produknya dengan teknologi terkini agar dapat bersaing dengan pasar global lainnya yang dapat dilihat dari aspek keuangan yang dimiliki oleh ASUS yang dapat dikatakan baik dalam pemasaran produknya.

#### **3.2. Saran**

Kami menyarankan agar ASUS lebih cepat dalam merilis produk baru dan mempercepat perkembangan teknologi yang dimiliki oleh ASUS agar para konsumen lebih tertarik menggunakan ASUS selain kualitas produknya yang baik juga mempunyai teknologi-teknologi baru yang dapat dinikmati oleh para konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

Affde. (2020). “*Analisis Swot ASUS*”. <https://www.affde.com/id/swot-analysis-asus.html>. Diakses pada 12 September 2021

ASUSTeK Computer Inc. (n.d.). “*Laptops For Home - All Series*”. <https://www.asus.com/id/laptops/for-home/all-series/>. Diakses pada 12 September 2021

Merdeka.com. (2013). “*Biografi ASUS*”. <https://m.merdeka.com/asus/profil/>. Diakses pada 12 September 2021

Suara.com. (2021). “*Teknologi Layar Asus OLED Resmi Dikenalkan di Indonesia, Ini Keunggulannya*”. <https://www.suara.com/tekno/2021/09/27/161839/teknologi-layar-asus-oled-resmi-dikenalkan-di-indonesia-ini-keunggulannya?page=all>. Diakses pada 23 Oktober 2021

ASUSTeK Computer Inc. (2020). “*ASUS Mengumumkan Teknologi AI Noise-Canceling Microphone*”. <https://www.asus.com/id/news/e4hqlkjorvdcyhiv/>. Diakses pada 23 Oktober 2021

ASUSTeK Computer Inc. (n.d.). “*ASUS Splendid*”. <https://www.asus.com/Content/ASUS-software-and-technology/>. Diakses pada 23 Oktober 2021

ASUSTeK Computer Inc. (2021). “*ASUSTeK Q2 2021 Investor Conference*”. [https://www.asus.com/EVENT/Investor/Content/attachment\\_en/IR\\_2021\\_2Q\\_.pdf](https://www.asus.com/EVENT/Investor/Content/attachment_en/IR_2021_2Q_.pdf)

ASUSTeK Computer Inc. (n.d.). “*Introduction*”. [https://www.asus.com/in/About\\_ASUS/Company-Introduction/](https://www.asus.com/in/About_ASUS/Company-Introduction/). Diakses pada 30 Oktober 2021

ASUSTeK Computer Inc. (n.d.). “*Origin of the Name “ASUS”*”. [https://www.asus.com/in/About\\_ASUS/Origin-of-the-Name-ASUS/](https://www.asus.com/in/About_ASUS/Origin-of-the-Name-ASUS/). Diakses pada 30 Oktober 2021

ASUSTeK Company Inc. (n.d.). “ASUS History”.  
<https://www.asus.com/About-ASUS-History/>. Diakses pada 31 Oktober 2021

ACCESSTRADE. (2021). “*Sejarah Asus dari Awal Hingga Menjadi Besar Seperti Sekarang*”. <https://accesstrade.co.id/sejarah-asus-1585>. Diakses pada 31 Oktober 2021

Clinten, B. (2021). “*Mengenal Chromebook, Bedanya dengan Laptop Biasa dan Daftar Harga di Indonesia*”.  
<https://tekno.kompas.com/read/2021/08/03/08220077/mengenal-chromebook-bedanya-dengan-laptop-biasa-dan-daftar-harga-di-indonesia?page=all>. Diakses pada 31 Oktober 2021

ASUSTeK Company Inc. (n.d.). “Zenbook”.  
<https://www.asus.com/id/Laptops/For-Work/ZenBook/>. Diakses pada 31 Oktober 2021

Nalendra, J. (2017). “*Alasan Mahasiswa Menggunakan Laptop ASUS Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus I Universitas Sanata Dharma*”.  
 Diakses pada 1 November 2021

GOINDIA. (n.d.). “*Is Asus a Chinese Company? Know the real facts and Information about Asus*”. <https://go-india.in/is-asus-a-chinese-company/>. Diakses pada 1 November 2021

Suyudi, T. (2021). “*Membaik, Kondisi Pasar PC di Indonesia di Semester I 2021*”. <https://www.itworks.id/43693/membaik-kondisi-pasar-pc-di-indonesia-di-semester-i-2021.html>. Diakses pada 2 November 2021

Dermawan Dwi, P. (2018). “*Perilaku Pengguna Laptop di Indonesia #5*”.  
<https://indonesiabaik.id/infografis/perilaku-pengguna-laptop-di-indonesia-5>. Diakses pada 2 November 2021

Umar. (2021). “*Are Asus Computers (and Laptops) Good? Let’s Investigate!*”.  
<https://laptopar.com/are-asus-computers-good/>. Diakses pada 2 November 2021

ASUSTeK Company Inc. (n.d.). “*ASUS Semangat Merdeka - Special Promo 76th*”. [https://www.asus.com/id/events/infoM/activity\\_ASUSMerdeka21/](https://www.asus.com/id/events/infoM/activity_ASUSMerdeka21/). Diakses pada 2 November 2021

Selular. (2020). “*Agar Tetap #DiRumahAja, Asus Gelar Program Work & Play With ASUS*”.<https://selular.id/2020/06/agar-tetap-dirumahaja-asus-gelar-program-work-play-with-asus/>. Diakses pada 2 November 2021

Jatengpos.co.id. (2019). “*ASUS Target Posisi Pertama Segmen Pasar Laptop “Ultra-Thin ”*”.<https://jatengpos.co.id/asus-target-posisi-pertama-segmen-pasar-laptop-ultra-thin/>. Diakses pada 3 November 2021

Rizal, A. (2020). “*ASUS Rebranding Laptop Vivobook untuk Segmen Menengah Atas*”. <https://infokomputer.grid.id/read/122137651/asus-rebranding-laptop-vivobook-untuk-segmen-menengah-ke-atas?page=all>. Diakses pada 3 November 2021