



ANALISIS SWOT PADA PRODUK SMARTPHONE APPLE DAN SAMSUNG

¹Muhammad Rizal, ²Lola Malihah

¹²Institut Agama Islam Darussalam Martapura-Indonesia

Email

hj.mrizal@gmail.com

lolatasya@gmail.com

Received 9 Maret 2022; Received in revised form 2 April 2022; Accepted 22 April 2022

ABSTRAK

Smartphone adalah perkembangan daripada Telepon seluler (ponsel) atau yang bisa kita sebut Handphone (HP). Smartphone adalah suatu perangkat komunikasi yang telah dibangun di dalamnya suatu sistem operasi mobile yang memiliki kemampuan lebih dalam bidang komputasi dan koneksi dibandingkan perangkat komunikasi pada umumnya. Apple dan Samsung adalah 2 brand ternama yang sangat terkenal dan mendunia, dimana kedua perusahaan ini bergelut dan mendalami dalam bidang elektronik, dan di zaman teknologi sedang berkembang dengan sangat pesat. Adapun Analisis yang akan digunakan yaitu Analisis SWOT. Artikel ini akan mengkaji tentang kekuatan dan kelemahan dari masing-masing perusahaan dalam bidang elektronik. karena banyaknya pengguna yang menggunakan kedua brand smartphone tersebut sehingga diharapkan dapat bermanfaat untuk semua kalangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Apple memiliki keunggulan dibanding merek Samsung karena citra yang sudah terbentuk sejak dulu dan tingginya margin keuntungan. selain itu, kelemahan Samsung paling dominan berasal dari faktor internal misalnya loyalitas yang rendah dan budaya tekanan kerja di korporasi. Tetapi Samsung masih memiliki kesempatan untuk lebih unggul daripada Apple karena permintaan global yang cukup tinggi, selalu update, serta produk-produk yang ditawarkan lebih beragam tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga untuk produk rumah tangga. Oleh karena itu, Apple memiliki ancaman yang lebih besar dari segi pasar karena jarang mengeluarkan inovasi.

Kata kunci: Apple, Samsung, dan telepon pintar

ABSTRACT

A smartphone is a development rather than a cell phone (cellphone) or what we can call a cell phone (HP). A smartphone is a communication device that has built in a mobile operating system that has more capabilities in the field of computing and connections compared to other communication devices in general. Apple and Samsung are 2 well-known brands that are very well known and worldwide, where these two companies are struggling and deepening in the field of electronics, and in an age where technology is developing very marketably. The analysis that will be used is SWOT analysis. This article will examine the strengths and weaknesses of each company in the electronics field. because of the large number of users who use the two smartphone brands, it is hoped that this will be useful for all groups. The results of the study show that Apple has an advantage over the Samsung brand because of its longstanding image and high profit margins. In addition, Samsung's most dominant weakness comes from internal factors, such as low loyalty and a culture of work pressure in the corporation. But Samsung still has a chance to be superior to Apple because global demand is quite high, it is always updated, and the products offered are more diverse not only for communication but also for household products. Therefore, Apple has a bigger threat from a market perspective because it rarely issues innovation.

Keywords: Apple, Samsung, Smartphone

Pendahuluan

Zaman sekarang, keberadaan dari teknologi informasi telah menjadi suatu hal yang sangat penting dalam berbagai hal. Salah satunya ialah sebagai alat yang membantu suatu organisasi, perusahaan, ataupun lembaga untuk dapat menjadi lebih berkembang dan maju. Beberapa sektor yang memerlukan penerapan dari teknologi informasi ini diantaranya perbankan, kesehatan, perusahaan, pendidikan, dan dunia bisnis. Teknologi informasi memiliki peran yang penting dalam keberhasilan persaingan bisnis suatu organisasi ataupun perusahaan. Salah satunya ialah untuk mengatasi tekanan-tekanan dalam persaingan bisnis, yang mana pada zaman sekarang persaingannya menjadi semakin ketat dikarenakan perkembangan globalisasi. Hanya karena sedikit kesalahan saja maka bisa berakibat fatal pada perusahaan tersebut. Dikarenakan hal tersebut, maka suatu organisasi/perusahaan mau tidak mau diharuskan untuk menciptakan inovasi-inovasi teknologi yang lebih modern untuk menghindari terjadinya kesalahan yang dapat berakibat fatal dan juga agar produk-produk yang dihasilkan dapat dengan mudah bersaing di pasaran. Untuk menciptakan inovasi-inovasi tersebut, suatu perusahaan perlu untuk mengadopsi yang namanya teknologi informasi. Dengan menerapkan teknologi informasi maka suatu perusahaan juga dapat berinovasi seperti dalam hal mempromosikan produk dan memasarkan produk (Fahyuni, 2017).

Salah satu hasil kecanggihan teknologi informasi sekarang adalah *Smartphone*. *Smartphone* saat ini sudah menjadi sebuah barang dengan tingkatan kebutuhan tinggi yang penting bagi sebagian orang, dalam upaya menunjang produktivitas kerja mereka. Hal ini disebabkan karena *smartphone* dapat digunakan dimana saja dan bisa dibawa kemana saja, berbeda dengan komputer (*personal computer*) ataupun laptop yang ukurannya agak lebih besar. *Smartphone* kelebihan utamanya adalah akses internet yang begitu cepat dan canggih, kemudian menunjang aktivitas orang dalam melakukan interaksi social (Nasihin, 2014). Beberapa *smartphone* yang kita kenal adalah Samsung, apple, oppo, redmi, dan yang lain sebagainya. Perusahaan-perusahaan yang memproduksi *smartphone* tersebut dapat menggunakan analisis SWOT untuk memutuskan sebuah keputusan, dan bisa juga menghitung baik kekuatan ataupun kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi oleh sebuah perusahaan.

Landasan Teori

Smartphone

Handphone atau yang populernya dikatakan *Smartphone* merupakan bentuk gadget yang sering digunakan dan paling banyak dimiliki oleh hampir semua kalangan masyarakat. Perusahaan yang pertama kali menemukan *smartphone* adalah IBM pada tahun 1992. IBM merupakan suatu perusahaan yang ada di Amerika Serikat yang memproduksi berbagai macam perangkat elektronik (Yannuansa, et al, 2020).

Smartphone adalah perkembangan daripada Telepon seluler (ponsel) atau yang bisa kita sebut Handphone (HP). Smartphone adalah suatu perangkat komunikasi yang telah dibangun di dalamnya suatu sistem operasi mobile yang memiliki kemampuan lebih dalam bidang komputasi dan koneksi dibandingkan perangkat komunikasi pada umumnya. Seperti layaknya komputer smartphone selalu bekerja berdasarkan sistem operasi (operating system) antara lain Android, iOS, Windows Mobile, Linux, Blackberry OS, Symbian dan lain-lain yang berfungsi untuk menjalankan aplikasi didalamnya.

Sistem operasi inilah yang mengontrol sistem dan kinerja barang elektronik serta mengintegrasikan software dan hardware yang ada pada smartphone seperti pada perangkat komputer atau PC. Keberadaan smartphone sebagai perangkat gerak memungkinkan penggunaanya untuk tetap terhubung melalui fasilitas telepon maupun data internet secara bersamaan, inilah membedakannya dengan telepon biasa. Fenomena smartphone merupakan buah dari perkembangan teknologi dan informatika yang semakin masif. Smartphone disebut cerdas karena ponsel ini mempunyai kemampuan tinggi dalam pengoperasannya. Bahkan pada masa modern seperti ini suatu smartphone memiliki fungsi touchscreen beresolusi tinggi hingga fungsi untuk mengakses data dengan kecepatan tinggi yang disediakan oleh layanan Wi-Fi ataupun mobile broadband (Sunarto, 2008).

APPLE

Apple Inc. adalah perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino, California, yang merancang, mengembangkan, dan menjual barang elektronik konsumen, perangkat lunak komputer, dan layanan daring. Perangkat keras yang diproduksi Apple meliputi telepon pintar iPhone, komputer tablet iPad, komputer pribadi Mac, pemutar media portabel iPod, jam pintar Apple Watch, pemutar media digital Apple TV, dan pengeras suara pintar HomePod. Perangkat lunak yang diproduksi Apple meliputi sistem operasi macOS dan iOS, pemutar media iTunes, penjelajah web Safari, dan perangkat kreativitas dan produktivitas iLife dan iWork, serta berbagai aplikasi profesional seperti Final Cut Pro, Logic Pro, dan Xcode. Layanan darangnya meliputi iTunes Store, iOS App Store dan Mac App Store, Apple Music, dan iCloud.

Apple didirikan oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne pada April 1976 untuk mengembangkan dan menjual komputer pribadi Apple I buatan Wozniak. Perusahaan ini resmi berdiri dengan nama Apple Computer, Inc. pada Januari 1977. Penjualan komputer-komputernya, termasuk Apple II, menandai pertumbuhan perusahaan ini. Dalam kurun beberapa tahun, Jobs dan Wozniak mempekerjakan banyak perancang komputer dan memiliki lini produksi. Apple menjadi perusahaan terbuka pada tahun 1980 dan meraup laba yang sangat besar. Selama beberapa tahun berikutnya, Apple memproduksi komputer-

komputer baru yang memiliki antarmuka pengguna grafis inovatif seperti Macintosh pertama tahun 1984. Iklan produk Apple mendapat banyak pujian. Namun, harga produknya yang mahal dan perangkat lunak yang sedikit menjadi sumber perpecahan antara petinggi perusahaan. Pada tahun 1985, Wozniak keluar dari Apple dan Jobs mengundurkan diri. Jobs memboyong sejumlah karyawan Apple dan mendirikan perusahaan baru pada tahun berikutnya,

Sebelum membantu mendirikan Apple, Steve Wozniak adalah seorang *hacker* elektronik. Pada tahun 1975, dia bekerja di Hewlett-Packard dan membantu temannya Steve Jobs mendisain *video game* untuk Atari. Pada saat itu, Wozniak telah membeli *computer time* pada bermacam jenis *minicomputer* yang di-host oleh Call Computer, sebuah perusahaan *timesharing*. Terminal komputer pada saat itu mayoritas berbasis kertas; *thermal printer* seperti Texas Instruments Silent 700 adalah terminal yang paling maju. Wozniak melihat sebuah artikel di majalah bernama Popular Electronics edisi 1975 yang berisikan bagaimana cara untuk membuat terminal komputer sendiri. Menggunakan alat-alat yang dapat dibeli di toko, Wozniak merancang dan membuat komputer bernama *Computer Conversor*, sebuah *video teletype* yang bisa dipakai untuk mengakses minicomputer di Call Computers. Disainnya kemudian dibeli oleh Call Computers dan beberapa unit terjual (Wikipedia, t.t.-a).

Salah satu produknya yang terkenal adalah iPhone. iPhone adalah merek ponsel cerdas yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc. dan menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS. iPhone generasi pertama diumumkan oleh CEO Apple Steve Jobs pada tanggal 9 Januari 2007. Sejak saat itu, Apple merilis model iPhone baru dan pembaruan iOS setiap tahun. Pada 1 November 2018, lebih dari 2,2 miliar iPhone telah terjual di seluruh dunia.

Pengembangan cikal bakal iPhone berawal pada tahun 2004, ketika Apple mulai mengumpulkan tim yang terdiri dari 1.000 karyawan, dipimpin oleh ahli perangkat keras Tony Fadell, ahli perangkat lunak Scott Forstall dan ahli desain Sir Jonathan Ive untuk menggarap "Project Purple" yang sangat rahasia. CEO Apple Steve Jobs mengalihkan fokus bisnis awal perusahaan dari tablet (yang kemudian dikembangkan kembali oleh Apple dalam bentuk iPad) ke telepon genggam. Apple menciptakan perangkat tersebut melalui kerjasama rahasia dengan Cingular Wireless (kelak menjadi AT&T Mobility), dengan biaya pengembangan diperkirakan sebesar US\$150 juta selama tiga puluh bulan. Menurut Steve Jobs, kata "i" pada "iMac" (juga pada "iPod", "iPhone" dan "iPad") adalah singkatan dari internet, individu, instruksi, informasi, dan inspirasi.

Menurut data yang dirilis oleh Statcounter GlobalStats, iPhone menduduki peringkat 1 sebagai smartphone dengan market share terbanyak di tahun 2021. Namun di Indonesia, iPhone hanya bisa menduduki peringkat 5, kalah dari merk hp Android terkenal, seperti: Oppo, Samsung, Xiaomi, dan Vivo.

Salah satu kelebihan iPhone adalah selalu menjadi kiblat teknologi smartphone dunia. Contohnya, layar berponi dan desain kamera smartphone kerap ditiru oleh pabrikan hp Android. Namun sayangnya, iPhone sering sulit move on karena belakangan ini teknologi yang dikeluarkan cukup ketinggalan dari Android (Wikipedia, t.t.-b).

SAMSUNG

Samsung didirikan oleh Lee Byung-chul pada tahun 1938 sebagai sebuah perusahaan perdagangan. Dalam tiga dekade berikutnya, perusahaan ini berekspansi ke sejumlah sektor, seperti pemrosesan makanan, tekstil, asuransi, sekuritas, dan ritel. Samsung kemudian juga berekspansi ke industri elektronik pada akhir dekade 1960-an, serta ke industri konstruksi dan pembuatan kapal pada pertengahan dekade 1970-an, yang mana ketiga sektor ini kemudian menjadi tumpuan pertumbuhan perusahaan ini. Pasca kematian Lee pada tahun 1987, Samsung dipisah menjadi empat grup bisnis, yakni Samsung Group, Shinsegae Group, CJ Group, dan Hansol Group. Sejak tahun 1990, Samsung meningkatkan penjualan produknya di luar Korea Selatan, terutama produk ponsel dan semikonduktornya yang kemudian menjadi sumber pendapatan paling penting. Hingga tahun 2020, Samsung memiliki nilai merek tertinggi kedelapan di dunia.

Menurut pendiri Samsung, arti dari kata Samsung dalam hanja Korea adalah "tiga bintang". Kata "tiga" merepresentasikan sesuatu yang "besar, banyak, dan kuat", sementara "bintang" berarti awet, seperti halnya bintang di langit.

Pada tahun 1980, Samsung mengakuisisi Hanguk Jeonja Tongsin asal Gumi dan resmi masuk ke industri perangkat keras telekomunikasi. Produk pertamanya adalah switchboard. Pabriknya kemudian dikembangkan menjadi pusat produksi telepon, LCD dan faksimili, yang lalu menjadi pusat produksi ponsel Samsung. Perusahaan ini telah memproduksi lebih dari 800 juta unit ponsel hingga saat ini. Samsung kemudian menggabungkan semua aktivitas bisnis yang terkait dengan elektronik ke Samsung Electronics pada dekade 1980-an.

Pada tahun 1938, Lee Byung-chul (1910–1987), anak dari keluarga pemilik tanah luas di Uiryeong, pindah ke Daegu dan mendirikan Samsung Sanghoe. Samsung pun mulai berbisnis sebagai sebuah perusahaan perdagangan dengan empat orang pegawai di Su-dong (kini Ingyo-dong). Perusahaan ini awalnya memperdagangkan ikan kering, mie, serta bahan makanan yang ditanam di daerah sekitar. Perusahaan inipun berkembang baik dan kemudian Lee memindahkan kantor pusat perusahaannya ke Seoul pada tahun 1947. Saat Perang Korea pecah, Lee terpaksa meninggalkan Seoul. Ia pun mendirikan sebuah pabrik gula di Busan dengan nama Cheil Jedang. Pada tahun 1954, Lee

mendirikan Cheil Mojik dan membangun pabrik di Chimsan-dong, Daegu. Pabrik tersebut merupakan pabrik wol terbesar di Korea Selatan. Hingga Pada tahun 2000-an Samsung mulai melahirkan seri smartphone Samsung Galaxy, yang menjadi smartphone terlaris di dunia. Setelahnya Samsung mulai memproduksi berbagai perlengkapan elektronik lainnya seperti tablet Galaxy Tab (Wikipedia, t.t.-c).

Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan oleh hampir semua lembaga baik bisnis ataupun non profit, hal tersebut karena analisis ini dapat menggambarkan keadaan yang paling mendasar pada sebuah organisasi atau lembaga. Analisis ini dilakukan sebelum pengambilan keputusan dan penentuan strategi agar tidak mengalami kendala dalam proses operasioanlnya (Rusanti, N et al, 2022). Analisis SWOT mencakup lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Secara internal, kerangka kerjanya menguraikan kekuatan dan kelemahan pada dimensi kunci misalnya kinerja keuangan dan sumber daya; sumber daya manusia, fasilitas dan kapasitas produksi; pangsa pasar; persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, harga dan ketersediaan produk; organisasi komunikasi. Penilaian terhadap lingkungan eksternal termasuk informasi pasar (pelanggan dan persaingan), kondisi ekonomi, tren sosial, teknologi dan peraturan pemerintah. Ketika semua dijalankan dengan benar, analisis SWOT dapat mengarahkan proses pembuatan rencana strategis yang baik.(Purnamasari, et al, 2022) Dalam bisnis analisis SWOT digunakan untuk menilai kinerja saat ini dan untuk menentukan strategi untuk kemajuan dimasa yang akan datang (Malihah et al., 2023).

Tujuan melakukan analisa SWOT adalah mengetahui keuntungan-keuntungan yang dimiliki perusahaan kompetitor. Menganalisis prospek perusahaan untuk penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk yang dihasilkan. Menyiapkan perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan-permasalahan yang terjadi. Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan. Selain itu, tujuan dilakukannya analisa SWOT adalah mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai inputan untuk perancangan proses sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.

Kekuatan dan kelemahan dalam analisis SWOT terdapat dalam perusahaan atau institusi itu sendiri, sedangkan peluang dan ancaman terdapat di luar lingkungan institusi atau perusahaan. Peran analisis SWOT disini adalah untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi institusi atau perusahaan tersebut. Analisis SWOT disini berperan untuk mengukur kemampuan sutau perusahaan. untuk bersaing dengan pesaingnya (Cipta & Hatamar, 2020)

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu

Strengths (Kekuatan). *Strengths* merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang (Wiswasta, et al, 2018). *Weakness* (kelemahan). Robinson (1997) menyatakan kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan Pemasaran, citra merk dapat merupakan sumber kelemahan. *Opportunity* (peluang) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam suatu lingkungan perusahaan ataupun organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. *Threat* (Ancaman) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan ataupun organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Dengan masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan Perusahaan (Dewi, 2021)

Analisis SWOT bermanfaat apabila telah secara jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Manfaat dari analisis SWOT adalah merupakan strategi bagi para stakeholder untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau kedepan terhadap kualitas internal maupun eksternal (Soerjandari, t.t.)

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah studi pustaka. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil dan beberapa bahan pustaka seperti buku, artikel yang dipublikasi di jurnal dan bahan bacaan di *website*. Menurut (Sugiyono, 2016) studi pustaka merupakan kajian secara teori, referensi dan literatur ilmiah yang terkait dengan budaya, nilai dan norma sosial yang sedang berkembang. Sedangkan menurut (Nazir & Sirkumbang, 2013) studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan menganalisis buku, literatur, catatan dan laporan yang terkait dengan masalah yang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

a) ANALISIS SWOT APPLE

Apple merupakan perusahaan teknologi informasi terbesar di dunia menurut pendapatan dan produsen telepon genggam terbesar ketiga di dunia setelah Samsung dan Huawei. Berdasarkan laporan dari sebuah Perusahaan konsultan merek, Interbrand, mengumumkan daftar Best Global Brands of 2016. Apple duduk di posisi nomor satu dalam sebuah merek HP. Produk-produk keluaran Apple dikenal memiliki kualitas yang baik dan notabene lebih unggul dari produk lain. Hal ini karena Apple selalu melakukan riset yang cukup lama untuk satu produk dan menghabiskan dana yang tidak sedikit. Harga jual produk Apple pun lebih tinggi dari produk lain yang sejenis.

a. Kekuatan (Strength)

1. Kuatnya pengaruh merk dan gambaran dari produk Apple
Apple berhasil menciptakan merk dan gambaran sebuah produk yang sangat bernilai di dunia ini. Merk tersebut sangat membantu Apple dalam pencapaian keuntungan perusahaannya.
2. Tingginya margin keuntungan
Strategi Apple adalah menetapkan harga yang tinggi demi menjaga prestige dari merknya dimana harga tersebut memberikan margin keuntungan yang tinggi. Apple memiliki kelebihan di bidang harga karena ia mampu menyesuaikan harga pasaran juga mencapai keuntungan yang signifikan.
3. Proses inovasi yang efektif
Inovasi yang terus menerus memungkinkan Apple untuk berkompetisi dengan saingan karena Apple telah menciptakan keuntungan kompetitif melalui teknologi yang selalu diperbaruinya.

b) Kelemahan (Weakness)

1. Terbatasnya jaringan distribusi
Kebijakan perusahaan yang eksklusif menyebabkan apple memiliki jaringan distribusi yang terbatas. Strategi yang eksklusif mengontrol seluruh distribusi produk tetapi membatasi pencapaian pasar perusahaan, Karen strategi harga yang bersifat premium.
2. Tingginya harga jual
Keuntungan penjualan Apple hanya diperoleh dari konsumen yang memiliki budget tinggi. Kategori pasar yang seperti ini hanya terbentuk dari konsumen dari kelas menengah dan ke atas saja.
3. Penjualan dibatasi terutama untuk pasar yang mewah atau tinggi

Konsumen dari kelas bawah memenuhi pasar global kurang memungkinkan untuk membeli produk Apple. Hal ini dikarenakan karena produk Apple memiliki harga yang relatif tinggi.

c) Opportunity

1. Perluasan jaringan distribusi
Apple memiliki kesempatan untuk memperluas jaringan distribusinya, seperti kesempatan secara langsung berhubungan dengan kelemahan dari terbatasnya jaringan distribusi perusahaan. Kesempatan ini dapat membantu perusahaan dalam mengubah strategi distribusi dan mencapai konsumen lebih banyak pada pasar global.
2. Meningkatkan permintaan untuk tablet dan smartphome
Pesatnya perkembangan pada tablet dan smartphome saat ini membantu Apple dalam meningkatkan permintaan dari konsumen akan dua (2) hal tersebut. Tablet dan smartphome merupakan gadget yang paling digemari berbagai kalangan pasar, tentu saja memberi peluang lebih bagi Apple.
3. Menciptakan lini produk baru
Apple dapat dengan mudahnya memperkenalkan produk barunya seperti produk barunya yaitu Apple Watch. Mengembangkan lini produk baru dapat mendukung pertumbuhan perusahaan dan kesempatan ini pula mendukung Apple dalam kompetisi yang agresif.

d) Threat

1. Kompetisi yang agresif
Salah satu saingan bisnis Apple yang besar adalah Samsung juga menggunakan inovasi yang terus menerus berkembang. Perilaku yang agresif dari perusahaan yang berkompetisi membutuhkan dasar yang kuat untuk me-maintain keuntungan kompetitif.
2. Imitasi atau tiruan
Apple juga menghadapi barang tiruan, ancaman yang signifikan ini terjadi karena perusahaan dalam jumlah besar dapat dengan mudahnya meniru produk-produk Apple. Beberapa perusahaan lokal dan regional dapat meniru sebagian dari desain produk Apple.
3. Meningkatkan biaya pekerja pada negara dimana Apple ditanamkan
Peningkatan biaya pekerja pada negara-negara yang Apple dirikan seperti China dapat mengurangi margin keuntungan atau memaksa untuk menetapkan harga jual yang lebih tinggi.

b. ANALISIS SWOT SAMSUNG

Samsung berdiri pada tahun 1938 sebagai sebuah perusahaan perdagangan. Perusahaan ini berekspansi ke sejumlah sektor, seperti pemrosesan makanan, tekstil, asuransi, sekuritas, dan ritel. Samsung kemudian juga berekspansi ke industri elektronik pada akhir dekade 1960-an, serta ke industri konstruksi dan pembuatan kapal pada pertengahan dekade 1970-an, yang mana ketiga sektor ini kemudian menjadi tumpuan pertumbuhan perusahaan ini. dan Pada akhir dekade 1960-an, Samsung Group masuk ke industri elektronik. (*Samsung Electronics Half-year Business Report 2020 Half-year Business Report*, t.t.)

a) Strength (kekuatan)

1. Samsung memiliki brand-image yang melekat di masyarakat
2. Samsung telah memprakarsai Era Digital
3. Samsung menawarkan produk-produk yang berkualitas
4. Samsung senantiasa melakukan inovasi-inovasi pada perkembangan Produknya
5. Teknologi yang diciptakannya mengikuti perkembangan jaman
6. Desain produk-produk Samsung sangat baik dan diunggulkan
7. Harga produk-produk Samsung bervariasi dan rata-rata terjangkau
8. Adanya diversifikasi produk
9. Samsung merupakan supplier high-end mobile handsets
10. Samsung merupakan pemegang pangsa pasar global terbesar untuk tiga belas item di antara produk Samsung, termasuk semikonduktor, TFT-LCD, monitor dan ponsel CDMA
11. Pada tahun 2008 Samsung menduduki posisi pertama dalam pasar ponsel AS, Menduduki posisi No.1 pangsa pasur TV duniaselama sembilan kali secara berturut-turut,
12. Dengan pandangan ke depan, Samsung telah membuat kemajuan bersejarah di bidang RnD lini semikonduktor, termasuk flashmemori dan non-memori, semikonduktor khusus pesanan, DRAM dan SRAM, dan juga memproduksi LCD yang terbaik dikelasnya, telepon seluler, peralatan digital, dan lebih banyak lagi.
13. Samsung mengadakan partnership dengan Amerika dan perusahaan perusahaan ternama.

b) Weakness (Kelemahan)

1. Budaya Korea yang lebih menekankan hirerki yang dapat menghambat ide-ide kreatif atau pendapat yang berbeda.
2. Budaya korporasi Korea yang tidak fleksibel. Pengalaman dalam mengelola perusahaan global masih terbatas.
3. Adanya tekanan yang ketat pada karyawan untuk mencapai sasaran-sasaran yang membuat.

4. karyawan berusaha menjual teknologi rahasia Samsung kepada para pesaingnya

c) Opportunity (Kesempatan)

1. Produk-produk yang ditawarkan Samsung merupakan produk keperluan rumah tangga yang selalu dicari.
2. Adanya peningkatan permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik yang sudah merupakan suatu kebutuhan.
3. Tingkat gengsi pada masyarakat yang selalu ingin memiliki produk elektronik terbaru dan tercanggih.
4. Pengaruh globalisasi yang mendorong pemasaran barang elektronik yang tiada batas.
5. Permintaan masyarakat pada produk-produk yang gaya, best practice, simple, dan respon yang cepat pada perubahan-perubahan pasar

d) Threat (Ancaman)

1. Adanya ketergantungan produk produk lokal pada negara tertentu sehingga pasar sulit ditembus.
2. Kekuatan merek lain yang lebih dahulu menguasai pasar.
3. Munculnya produk-produk baru yang lebih inovatif dari perusahaan lain.
4. Adanya produk-produk dari perusahaan lain yang menawarkan harga yang lebih murah dengan kualitas yang tidak kalah bagus.
5. Ketidakstabilan perekonomian tiap-tiap negara.
6. Terjadinya kris financial menyebabkan turunya daya beli masyarakat
7. Era globalisasi yang dapat mendorong perusahaan Eropa masuk dan melakukan penetrasi pasar asia

Dari hasil analisis tersebut, perusahaan harus melakukan analisis internal dan eksternal agar dapat berkomunikasi dan memahami keinginan serta kebutuhan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian (Malihah, 2022) yang menyebutkan bahwa pelaku bisnis harus memperhatikan dan mempertimbangkan setiap keluhan konsumen yang merupakan sebuah masukan bagi perusahaan untuk melakukan perubahan, perbaikan dan terobosan baru. Nama besar sebuah produk atau brand tentunya harus dijaga dan dipertahankan salah satunya dengan cara menjaga kualitas produk sehingga konsumen akan tetap loyal. Hal tersebut karena brand image suatu produk akan terbentuk berdasarkan apa yang konsumen pikirkan dan rasakan tentang sebuah merek dan tentunya akan berdampak terhadap nilai produk dan loyalitas konsumen (Malihah, et al, 2023)

Kesimpulan

Smartphone adalah perkembangan daripada Telepon seluler (ponsel) atau yang bisa kita sebut Handphone (HP). Smartphone adalah suatu perangkat komunikasi

yang telah dibangun di dalamnya suatu sistem operasi mobile yang memiliki kemampuan lebih dalam bidang komputasi dan koneksi dibandingkan perangkat komunikasi pada umumnya.

Apple memiliki keunggulan dibanding merek Samsung karena citra yang sudah terbentuk sejak dulu dan tingginya margin keuntungan. selain itu, kelamahan Samsung paling dominan berasal dari faktor internal misalnya loyalitas yang rendah dan budaya tekanan kerja di korporasi. Tetapi Samsung masih memiliki kesempatan untuk lebih unggul daripada Apple karena permintaan global yang cukup tinggi, selalu update, serta produk-produk yang ditawarkan lebih beragam tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga untuk produk rumah tangga. Oleh karena itu, Apple memiliki ancaman yang lebih besar dari segi pasar karena jarang mengeluarkan inovasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Cipta, H., & Hatamar, H. (2020). Analisis SWOT integrasi industri halal dan perbankan syariah di Indonesia.
- Dewi, K., Rusfiana, Yudi., Subagyo, Agus., Nuradhawati, R., (2021). *Teknik Analisa*. Bandung: Alfabeta.
- Fahyuni, E. F. (2017). *Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (Prinsip dan Aplikasi Dalam Studi Pemikiran Islam*. UMSIDA Press.
- Malihah, L. (2022). Analisis Kualitas Produk Scooter Matic Ditinjau dari Sisi Konsumen Muslimah. *J-EBIS Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 87–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i1.3998>
- Malihah, L., Anwar, M. K., Meilania, G. T., & Amalia, R. (2023). Pengaruh Brand Image dan Halal Branding Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Darussalam Martapura). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(1), 10-16.
- Malihah, L., Ma'mun, M. Y., Al Mubarak, M. A. R., & Amalia, R. (2021). Analisis SWOT terhadap motivasi penggunaan transaksi non tunai (E money) oleh pelaku UMKM (studi pada pelaku UMKM di sekitar lingkungan Kampus IAI Darussalam Martapura). *Musyarakah*, 1(2), 89–99.
- Nasihin, A. M. (2014). *Smartphone Sebagai Media Komunikasi dan Gaya Hidup: Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sidosermo Kota Surabaya*. 2014.
- Nazir, M., & Sikmumbang, R. (2013). Metode Penelitian (R. Sikumbang. *Ghalia Indonesia*.

- Purnamasari, S., Purboyo, P., Mulyani, M., Lina Aryani, L., Fitriana, F., Rizka Zulfikar, R., ... & Nafiah Ariyani, N. (2022). Perencanaan Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian).
- Rusanti, N; Malihah, L; Karimah, H. (2022). Analisis SWOT Penerapan Aplikasi Sistem Manajemen Informasi Baznas (SiMBA) pada Pengelolaan Dana Zakat Infaq dan Sedekah Baznas Kabupaten Banjar. *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis*, 179–192.
- Samsung Electronics Half-year Business Report 2020 Half-year Business Report*. (t.t.).
- Soerjandari, E. (t.t.). *Modul Guru Pembelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)*. (Direktorat Jenderal Guru Dan Tenaga Kependidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Ed.).
- Sugiyono, S. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, S. (2008). *Teknologi Informasi Dan Komunikasi SMP/MTs Kelas VII*. Grasindo.
- Wikipedia. (t.t.-a). *Apple Inc*. Diambil 6 April 2023, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc.#Pra-pendirian
- Wikipedia. (t.t.-b). *Iphone*. Diambil 6 April 2023, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/IPhone>
- Wikipedia. (t.t.-c). *Samsung*. Diambil 6 April 2023, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Samsung>
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha). I Ketut Sumatra, Ed.; I). Universitas Mahasaraswati Press .
- Yannuansa, N., Kurniadi, H., Mutrofin, A., Ramadhani, R., & Samudra, A. (2020). Pengurangan Pengaruh Negatif Gadget pada Remaja dan Anak melalui Workshop. *ABIDUMASY Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 49-53.