

**MAKALAH AXIOO INTEL MARKETING  
AWARDS 2009**



**COOL\_ONE TEAM  
WILLIAM, RICKY, DENNY  
GUNADARMA UNIVERSITY**

# Bab 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Respon Masyarakat terhadap Perkembangan IT Khususnya Laptop

Di zaman sekarang ini teknologi berkembang dengan sangat pesat, sehingga untuk mendapatkan informasi-informasi yang sangat akurat dan tepat kita membutuhkan sebuah alat elektronik canggih namun mempunyai harga yang terjangkau, seperti Laptop.

Pada kalangan masyarakat, Laptop bukan merupakan suatu hal yang baru. Di kehidupan sehari-hari kita, Laptop sudah menjadi alat bantu bagi masyarakat yang pekerjaannya bersifat mobile. Bagi mereka dengan adanya Laptop, dapat mengefisienkan segala pekerjaan yang tadinya harus dikerjakan memakai Personal Computer (PC) cukup dengan menggunakan Laptop. Sedangkan bagi kami para mahasiswa, Laptop menjadi suatu alat yang sangat membantu dalam mengerjakan tugas-tugas maupun proyek.

Data dari Asosiasi Pengusaha Komputer Indonesia (Askomindo) Daerah Jabar bahkan menunjukkan pada tahun 2009, penjualan notebook per bulannya meningkat 100 persen dari tahun sebelumnya. Tingginya minat konsumen terhadap laptop yang hadir dengan berbagai ukuran dan harga yang kompetitif mulai menggeser permintaan terhadap produk *personal computer* (PC) atau komputer meja.

Karena besarnya kebutuhan masyarakat pada laptop yang sangat tinggi, maka kami memberanikan diri untuk memberikan suatu inovasi baru berupa sistem kredit 0%.

### 1.2 Prospek Market Notebook Lima Tahun ke Depan

Kemungkinan prospek pasar notebook 5 tahun kedepan akan mengalami peningkatan karena perkembangan iptek akan sangat pesat sehingga harga komponen-komponen notebook akan lebih terjangkau.

Pada saat ini, notebook yang dipasarkan masih berada pada tingkat microtechnology, tetapi dalam 5 tahun ke depan akan terjadi perubahan teknologi secara besar-besaran sehingga masyarakat akan meninggalkan microtechnology dan beralih ke nanotechnology. Perubahan ini mengakibatkan computer semakin canggih dan memiliki tingkat intelegensi yang hampir menyerupai otak manusia.

Interaksi computer semakin mendekati kesempurnaan. Pengguna pun akan menjadi semakin terbantu dengan segala fitur dan teknologi yang dimiliki oleh

notebook di masa yang akan datang sehingga dapat kita simpulkan untuk beberapa tahun ke depan notebook akan menjadi suatu alat yang sangat dibutuhkan bagi kehidupan di masyarakat

# Bab 2

## PERILAKU KONSUMEN

### 2.1 Siapa saja yang terlibat dalam pembelian notebook ?

Pasar Komputer Indonesia masih tumbuh cukup signifikan dibandingkan dengan negara-negara di kawasan, meskipun masih kesulitan ekonomi yang dihadapi Negara Indonesia itu sendiri.

Dalam pihak perusahaan, lebih banyak orang menggunakan komputer untuk kegiatan sehari-hari mereka, terutama investor asing, minyak / industri pertambangan, keuangan ekspor industri dan industri terkait. Oleh karena itu, semakin berkembangnya teknologi masyarakat mempunyai keinginan untuk selalu mendapatkan informasi, dengan adanya Notebook/Laptop, membuat masyarakat kaya akan informasi, sehingga masyarakat pun sebagai konsumen terlibat dalam Pembelian Notebook karena kebutuhan tersebut.

Sayangnya situasi ekonomi yang tidak stabil yang disebabkan oleh harga minyak yang tinggi dan terutama karena dari fluktuasi nilai Rupiah terhadap Dolar AS menyebabkan pertumbuhan melambat. Total pasar PC di 2Q05 (270.000 unit) dan mungkin 3Q05 dikontrak oleh 2-4% secara berurutan, tetapi tahun ke tahun masih terus bertambah akibat banyak peraturan pemerintah baru yang mempengaruhi pasar.

### 2.2 Bagaimana keputusan pembelian tersebut dilakukan ?

Hal-hal yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dapat dibagi dalam beberapa faktor :

#### 1. Price

Harga adalah hal pertama kali yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli notebook/laptop. Konsumen pastinya akan memikirkan notebook/laptop yang akan digunakan untuk apa dan seperti apa.

#### 2. Specification

Spesifikasi notebook itu sendiri akan mempengaruhi keputusan konsumen.

Karena setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda sehingga hal ini akan dipertimbangan sebaik mungkin.

### **3. Brand**

Merek suatu notebook juga menjadi factor pertimbangan yang tak bisa dikesampingkan begitu saja. Harus kita akui di Indonesia, masyarakat masih cenderung memilih merek yang sudah lama menguasai pasar dunia.

### **4. Operating System**

Ketersediaan OS asli juga menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen dalam memilih suatu notebook.

### **5. Accessories**

Aksesoris sebagai pelengkap notebook juga sering kali mempengaruhi keputusan konsumen.

### **6. Warranty**

Garansi adalah suatu hal yang wajib dipertimbangkan oleh konsumen. Karena dengan adanya kartu garansi konsumen akan merasa lebih aman, jika terjadi kerusakan pada notebook.

### **7. Service Center**

Konsumen akan memperhatikan kemudahan dari Service Center yang diberikan oleh perusahaan yang mengeluarkan produk notebook tersebut.

Konsumen akan membeli notebook yang sudah memiliki service center sesuai dengan di kota tempat konsumen tinggal atau di Indonesia. Hal ini untuk mengantisipasi saat notebook perlu di service karena trouble atau rusak. Jadi konsumen tidak perlu memakan waktu lama. Karena walaupun sedang proses perbaikan di service centernya, namun proses masa garansi terus berjalan.

# BAB 3

## ANALISA SWOT

### 3.1 Strengths (kekuatan dari Axioo)

Axioo memiliki beberapa kelebihan yang sekarang telah diakui oleh masyarakat, beberapa diantaranya :

- ❖ Jika di bandingkan dengan notebook acer yaitu ketahanan baterai notebook axioo jauh lebih baik dibandingkan dengan notebook acer.
- ❖ Harga lebih murah dibanding merk-merk seperti Toshiba, Acer, MSI, Benq dan Compaq dalam spesifikasi yang sama.
- ❖ Axioo menyertakan CD Recovery Linux yang tidak ada di brand lain Layanan Purna Jual Jelas
- ❖ Kemudahan upgrade dan kemudahan penggantian spare –parts
- ❖ Ramping dan Ringan jika dibandingkan dengan brand yang lain

### 3.2 Weaknesses (kelemahan dari Axioo):

Disamping Axioo memiliki kelebihan, tentu tetap terdapat beberapa kekurangan di berbagai factor. Faktor-faktor kekurangan tersebut adalah sbb :

- ❖ Kekuatan menangkap sinyal hotspot axioo lebih lemah jika dibandingkan dengan brand lainnya.
- ❖ Terbatas pada kota Jakarta dan Surabaya untuk mendapatkan layanan penjualan secara optimal dalam rupa Axioo Siaga dan Mobile Care Unit.
- ❖ Lubang kunci pengaman terlalu kecil, posisinya tidak strategis sehingga harus melepas baterai ketika menggunakan kabel pengaman jenis Kensington bernomor.
- ❖ Tidak bisa merubah memori share untuk VGA Card.
- ❖ Panas berlebih di daerah samping pad mouse.
- ❖ Panas dari Charger yang berlebih.
- ❖ Secara desain Axioo kurang modis.
- ❖ Area touchpad kurang sensitive.

### **3.3 Opportunities (kondisi yang bisa dijadikan sebagai kesempatan yang bisa diambil oleh Axioo dalam memenangkan persaingan)**

- ❖ Kondisi perekonomian Indonesia masih rendah
- ❖ Perilaku konsumen yang konsumtif dan suka memilih suatu barang dengan harga yang murah dan spesifikasinya bagus
- ❖ Purna jual yang baik sehingga memudahkan konsumen untuk mencari informasi setelah membeli laptop axioo
- ❖ Harga axioo yang lebih terjangkau dibandingkan merek yang lain

### **3.4 Threats (ancaman yang akan dihadapi Axioo dalam mencapai kesempatan)**

- ❖ Banyaknya merek lain yang berskala internasional
- ❖ Kemajuan teknologi merek lain lebih cepat dari axioo

# BAB 4

## STRATEGI BRANDING

### ❖ Konsep Penurunan Harga

Konsep ini adalah konsep dimana kami memberikan perbedaan harga yang cukup signifikan dengan merek yang lain sehingga konsumen merasa diuntungkan dari segala pihak. Konsep ini juga adalah konsep yang sering digunakan oleh berbagai merek untuk mengikat para konsumen.

### ❖ Konsep Pendekatan Konsumen

Konsep ini bertujuan untuk mengubah image axioo di mata masyarakat, seperti yang kita ketahui axioo belum menjadi top brand di pasaran. Konsep ini tidak bersifat komersil, karena kami lebih bertujuan untuk membuat axioo familiar di mata masyarakat.

Demi kepentingan untuk mempertahankan pelanggan, kami mengusulkan dibentuknya suatu sistem member bagi para konsumen yang tertarik pada produk-produk axioo. Diharapkan dengan sistem ini para konsumen mendapatkan berbagai keuntungan dalam pembelian produk axioo dan lebih memilih produk axioo dibanding produk merek lainnya.

# BAB 5

## APLIKASI AXIOO

### Strategi

#### ❖ Konsep Penurunan Harga

Konsep ini dijalankan dengan cara memberikan alternatif dalam pembelian notebook secara kredit dengan bunga 0% kepada konsumen (syarat dan ketentuan berlaku).

#### ❖ Konsep Pendekatan Konsumen

Konsep ini lebih ditujukan kedalam bentuk kerja sama dengan organisasi-organisasi besar. Harga yang kami berikan tidak ditujukan untuk mengambil untung yang besar, namun dikonsentrasikan untuk memperkenalkan Axioo kepada masyarakat secara global.

### TAKTIK

#### 1. Offline activity

##### • Sistem member Axioo ( **Axiooner** )

Dengan adanya sistem ini, para member telah tergabung akan mendapatkan berbagai keuntungan seperti :

- Pembelian notebook axioo tipe apa saja secara kredit dengan bunga 0 %.
- Mendapatkan aksesoris menarik setiap pembelian produk axioo.
- Mendapatkan discount member setiap pembelian produk maupun jasa axioo center.

##### • Penjualan melalui dealer

Untuk menarik pelanggan, kami harus mempersiapkan taktik dan konsep yang baik untuk memasarkan produk ini. Beberapa taktik kami dalam menarik pelanggan adalah sebagai berikut :

##### ○ Penjualan notebook dengan cash back ( Tunai )

Bagi para konsumen yang membeli produk notebook axioo tipe apa saja secara tunai akan mendapatkan cash back tunai dan dapat menjadi axioo member secara gratis.

- Penjualan notebook dengan bunga 0% ( Kredit )

Bagi para konsumen yang ingin membeli produk notebook axioo tipe apa saja secara kredit, mendapatkan keuntungan pengangsuran dengan bunga 0 %, tetapi disertai dengan beberapa ketentuan yaitu :

1. Pengangsur harus terdaftar sebagai Axioo member.
2. Hanya berlaku pada angsuran kredit berjangka waktu 1 tahun.
3. Menyerahkan fotocopy slip gaji 3 bulan terakhir.
4. Menyerahkan fotocopy Kartu Keluarga dan KTP pengangsur.
5. Menandatangani surat perjanjian kredit dengan pihak axioo.

Ket : Setelah melengkapi persyaratan yang diminta, pengangsur harus tetap menunggu persetujuan pihak axioo.

- Penjualan di berbagai instansi pendidikan

Seiring dengan kemajuan IPTEK dan kebutuhan para pelajar di Tanah Air. Kami berencana melakukan kerjasama dengan instansi pendidikan seperti Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta di daerah sekitar Jakarta. Tentunya kami akan menyiapkan paket khusus bagi para pelajar , sehingga para pelajar tetap mendapatkan notebook dengan spesifikasi yang cukup baik dengan harga yang terjangkau.

Pada kerjasama ini bukanlah keuntungan semata yang kami harapkan, namun yang kami harapkan agar masyarakat dapat melihat axioo bukan hanya sebagai penyedia notebook semata, melainkan turut membantu proses peningkatan mutu pendidikan di Tanah Air.

## 2. Online activity

- Pembelian produk notebook axioo secara online.
- Membuat komunitas berupa group pada beberapa situs dengan memberikan pelayanan berupa tanya jawab dan seputar info tentang axioo.

- Membuat iklan tentang seputar axioo kepada situs-situs jejaring sosial seperti facebook, friendster dan kaskus.
- Kita sebagai dealer membuka pembelian notebook axioo secara online di situs yang kami buat.