

Analisis Laptop Terpopuler di Indonesia Pada Februari Tahun 2023

Muhammad Bintang Juliawan

Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

e-mail : : bintanginhil@gmail.com

Abstrak

Industri laptop saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat. Bukan hanya satu produsen laptop yang mendominasi pasar. Masing-masing produsen tidak hanya menampilkan keunggulan fungsionalnya tetapi juga keunggulan merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap laptop di Indonesia pada tahun 2023. Data yang digunakan diperoleh dari penjualan dan popularitas berbagai merek laptop yang tersedia di pasaran. Metode analisis data yang digunakan meliputi pengolahan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi merek dan spesifikasi yang paling diminati oleh konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2023, laptop dengan spesifikasi tinggi dan harga terjangkau mendominasi pasar. Merek-merek seperti Asus dan Aser menjadi favorit utama. Penelitian ini juga mengungkapkan tren peningkatan penggunaan laptop untuk keperluan profesional dan hiburan di rumah. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya produsen laptop untuk terus mengembangkan produk dengan spesifikasi yang memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang pesat di Indonesia. Studi ini dapat menjadi panduan bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk di masa depan.

Kata kunci: laptop, analisis data, Indonesia, tahun 2023

Abstract

The laptop industry is currently experiencing very stiff competition. Not just one laptop manufacturer dominates the market. Each manufacturer displays not only its functional advantages but also brand advantages. This study aims to analyze consumer preferences for laptops in Indonesia in 2023. The data used was obtained from the sales and popularity of various laptop brands available in the market. The data analysis method used includes descriptive statistical processing to identify brands and specifications that are most in demand by consumers. The results of the study show that in 2023, laptops with high specifications and affordable prices dominate the market. Brands such as Asus and Aser are the main favorites. This research also reveals an increasing trend in the use of laptops for professional purposes and entertainment at home. The implication of this finding is the importance of laptop manufacturers to continue to develop products with specifications that meet the needs of the rapidly growing market in Indonesia. This study can be a guide for companies in designing marketing strategies and product development in the future.

Keywords: laptop, data analysis, Indonesia, 2023

1. PENDAHULUAN

Tahun 2023 menyaksikan perkembangan yang signifikan dalam industri laptop, dengan munculnya berbagai inovasi dan peningkatan teknologi yang mengubah cara kita menggunakan dan memandang perangkat ini. Dalam jurnal ini, kami akan menyelidiki dan menganalisis beberapa model laptop yang paling menonjol selama tahun tersebut, dari berbagai merek terkenal hingga pemain baru yang membuat gebrakan.

Laptop tidak lagi hanya menjadi alat produktivitas semata, tetapi juga sebuah ekspresi gaya hidup dan kebutuhan personal. Kami akan mengulas tentang bagaimana desain, performa, dan fitur-fitur terbaru telah memengaruhi pasar dan keputusan konsumen. Dari peningkatan dalam efisiensi baterai hingga kemampuan grafis yang lebih kuat, perkembangan teknologi ini memungkinkan pengguna untuk menjalankan aplikasi yang lebih kompleks dan menuntut.

Selain itu, kami juga akan menyoroti bagaimana pandemi global telah mempengaruhi permintaan akan laptop, dengan lebih banyak orang bekerja dari rumah dan mengandalkan teknologi ini untuk koneksi, kolaborasi, dan hiburan.

Melalui tinjauan mendalam ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para konsumen, pengembang produk, dan pengambil keputusan di industri ini. Dengan memahami tren

dan inovasi terbaru, kita dapat meramalkan arah masa depan laptop dan bagaimana mereka akan terus mengubah cara kita hidup dan bekerja.

2. METODE

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Peneliti mendapatkan data penelitian dari responden. Setiap metode penelitian memiliki kekhasan tersendiri dalam mendapatkan data. Peneliti berusaha mengumpulkan data melalui observasi dengan pengamatan langsung ke perusahaan. Dengan penelitian kuantitatif, peneliti mengumpulkan, mengolah, dan memvisualisasikan data yang didapatkan. Dalam penelitian ini peneliti mengolah dan memvisualisasikan data penjualan. Data yang diperoleh kemudian disajikan dalam bentuk dashboard agar lebih mudah dimengerti oleh pemangku kepentingan perusahaan agar mempermudah dalam pengambilan keputusan kedepannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini masyarakat pengguna personal computer (PC) sudah banyak yang beralih menggunakan laptop. Begitu juga pengguna baru teknologi komputer lebih memilih laptop dibandingkan PC. Berdasarkan hasil survei Kurious dari Katadata Insight Center (KIC), Asus merupakan merek laptop terpopuler di Indonesia. Data Top Brand Index laptop yang ada di Indonesia tahun 2023 secara lengkap disajikan pada tabel berikut ini :

NO	NAMA DATA	NILAI
1	Asus	80,9
2	Acer	79,2
3	Lenovo	74,5
4	Hp	67,2
5	Samsung	63
6	Apple	62,3
7	Dell	57,6
8	Axioo	52,9
9	Microsoft	35
10	Xiaomi	33,3
11	Msi	19,1
12	Merek Lainnya	3,2

Tabel 1. Laptop Terpopuler Tahun 2023

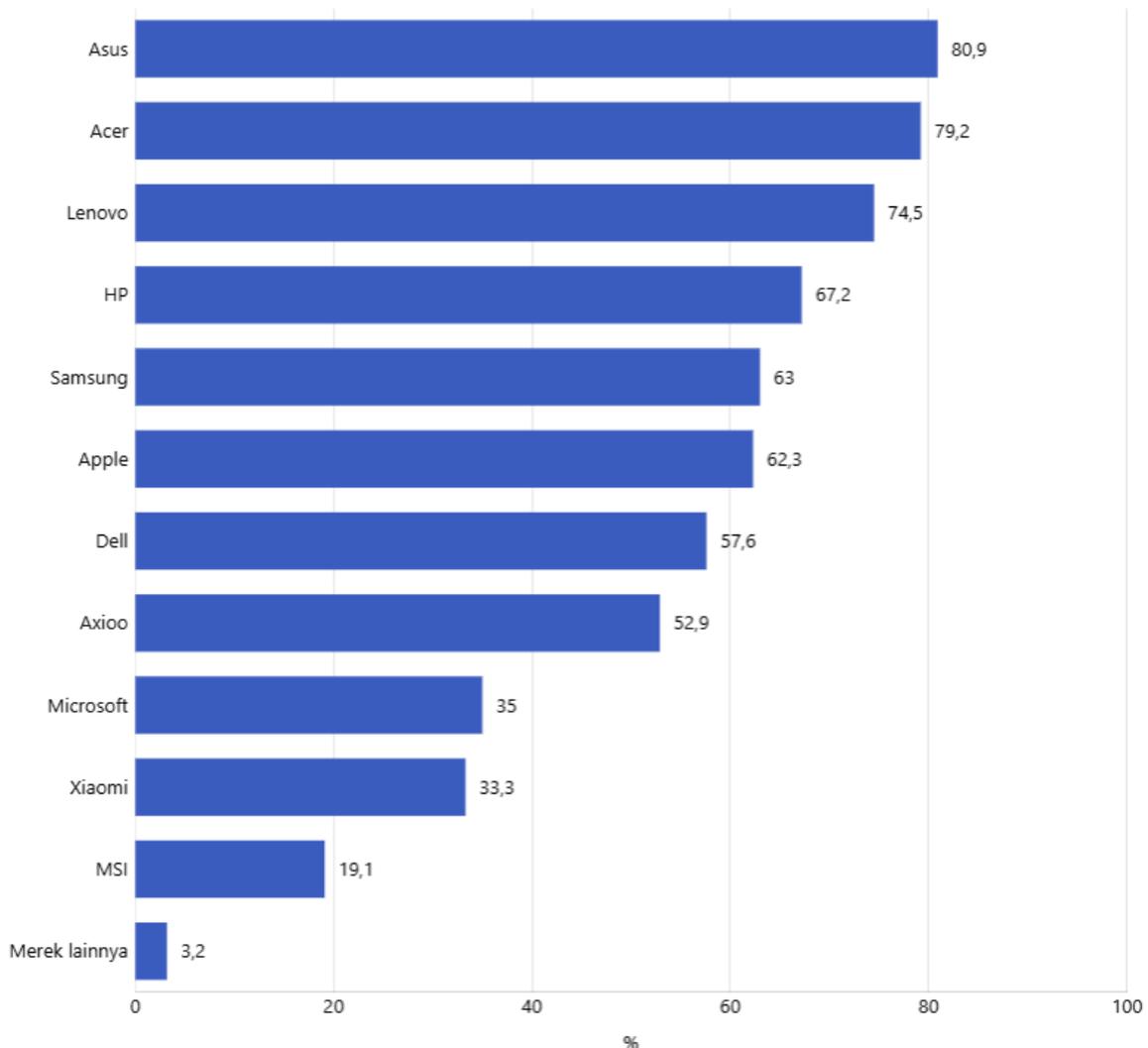
Sebanyak 80,9% responden mengetahui merek laptop Asus. Dua merek laptop lainnya yang paling populer di Tanah Air adalah Acer dan Lenovo, masing-masing diketahui oleh 79,2% dan 74,5% responden. Mayoritas responden (76,7%) mengingat merek laptop karena menggunakan beberapa produk dari merek tersebut.

Adapun responden yang mengenali merek laptop lewat melihat iklannya di televisi jauh lebih sedikit (40%). Meskipun paling populer, tapi Asus bukan merek laptop yang paling banyak digunakan di Indonesia menurut survei Kurious-KIC. Tercatat, Acer menempati posisi teratas merek laptop yang paling banyak digunakan oleh responden dalam setahun terakhir dengan proporsi mencapai 34,3%. Asus menempati peringkat kedua dengan digunakan oleh 32,6% responden, sedangkan Lenovo, HP, Dell, Samsung, Apple, Axioo, Xiaomi, MSI, dan Microsoft hanya digunakan oleh sekitar 26,7% sampai 1,7% responden.

Kurious-KIC mensurvei 885 responden yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, dengan proporsi responden laki-laki 49,2% dan perempuan 50,8%. Lebih dari separuh responden berada di

Pulau Jawa selain Jakarta (61,4%), kemudian di Jakarta (14,6%), dan Sumatra (12,4%). Responden yang berasal dari Kalimantan, Sulawesi, Bali-Nusa Tenggara, dan Maluku-Papua di rentang 0,7% - 3,3%. Sebagian besar responden berusia antara 35-44 tahun (31,4%), diikuti kelompok 25-34 tahun (29,2%) dan kelompok 45-54 tahun (23,2%).

Di sisi lain, tingkat pengenalan terhadap merek laptop lainnya lebih rendah seperti terlihat pada grafik.



Grafik 1. Laptop Terpopuler 2023

Adapun survei dilakukan pada 28 Februari - 9 Maret 2023 menggunakan metode *computer-assisted web interviewing (CAWI)*, dengan toleransi kesalahan (*margin of error*) sekitar 3,29% dan tingkat kepercayaan 95%.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari studi ini adalah Melalui visualisasi data yang dibuat, informasi yang diperoleh dari dataset dapat lebih mudah dipahami dan digunakan untuk mengambil keputusan. Selain itu, menggunakan teknik data science dalam visualisasi data dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang penjualan pada motor dari tahun ke tahun. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa visualisasi data dapat membantu dalam meningkatkan pemahaman tentang data penjualan sepeda motor dan memberikan wawasan yang lebih dalam untuk pengambilan keputusan yang lebih baik di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] (Pengaruh et al. n.d.; Roni, Crysdiyan, and History 2022)Pengaruh, Analisis, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Darminto Pujotomo, and Riski Kurnia Putri. *ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK LAPTOP (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)*. www.topbrand-award.com.
- [2] Roni, Sya ', Cahyo Crysdiyan, and Article History. 2022. "Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika Studi Literature Analisis Potensi Pasar Marketplace Terhadap Penjualan Article Info ABSTRACT." 8(2): 134–42. <http://http/jurnal.unmer.ac.id/index.php/jtmi>.
- [3] Pemilihan, E., Spare, S., Motor, P., Bengkel, P., Jaya, M., & Menggunakan, M. (2017). *Bab i pendahuluan 1.1*. 1–10.
- [4] Praja, E., Mandala, W., & Putri, D. E. (2021). *Prediksi Tingkat Penjualan Sepeda Motor dengan Metode Rough Set*. 5, 896–904. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i3.3057>
- [5] Waruwu, M., Pendidikan, M. A., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. 7, 2896–2910.

Sumber dari website :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/apa-merek-laptop-paling-populer-di-indonesia-ini-hasil-surveinya>