
Analisis Teknologi Komunikasi Terhadap Bisnis Modern Pada Perusahaan Apple Inc: Meninjau Dampak Teknologi Modern Terkini Pada Operasi Bisnis di Perusahaan Apple Inc

Hilma Harmen¹, Aprinawati², Oscar Majeovan Surbakti³, Rizky Ramadhan⁴, Jonatan Gerald⁵, Mochamad Rakel Junaedi⁶, Doly Siregar⁷, Febrian Fadlan Reynaldi⁸

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

E-mail: hilmaharmen@unimed.ac.id, aprinawati@unimed.ac.id, majeovanunimed@gmail.com,
rizkiking36@gmail.com, jonatangerald11@gmail.com, mochamadrakel@gmail.com,
dolisiregar483@gmail.com, ffadlan1497@gmail.com

Article History:

Received: 30 Mei 2024

Revised: 06 Juni 2024

Accepted: 08 Juni 2024

Keywords: *Communication Technology, Modern Business, Apple Inc., Impact of Technology, Business Operations.*

Abstract: *This research aims to analyze the international business perspective on the leading technology company, Apple Inc. In an era of increasingly advanced globalization, international business has become an important factor in company growth and success. The research method used is descriptive analysis by collecting secondary data from various sources such as financial reports, industry publications and related academic articles. Communications technology has become a major force in changing the modern business landscape. Leading technology companies such as Apple Inc. is an important example of how the application of communications technology impacts business operations and strategy. This research aims to investigate the influence of communication technology on modern business at Apple Inc. This research uses a qualitative approach by collecting data from various sources, including related literature, news analysis, and Apple's financial reports. The results of the analysis show that communications technology has had a major impact on Apple's business, both in terms of product development, marketing and customer service. In product development, Apple has utilized communications technology to increase innovation and efficiency. Through communication platforms such as video conferencing and online collaboration, Apple development teams can work effectively even in different locations around the world. Apart from that, communication technology also allows Apple to interact more closely with customers, whether through social media, online customer service, or direct communication platforms such as instant messaging. However, there are also challenges that*

Apple faces in adopting communication technology. One of them is the issue of data privacy and security, which is increasingly important amidst increasing public attention to data privacy. Apple has attempted to address these challenges through innovations in encryption technology and strict privacy policies.

PENDAHULUAN

Apple Inc merupakan salah satu perusahaan multinasional yang bergerak di bidang teknologi dengan menawarkan hasil produk berupa alat-alat elektronik yang memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berinteraksi meski dalam jarak yang jauh sekalipun. Perusahaan ini berasal dari Amerika Serikat yang telah tercatat mengembangkan usahanya hampir di seluruh negara dunia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya anak perusahaan maupun hasil produk Apple Inc yang diekspor ke negara yang dituju. Tujuan pengembangan usaha Apple Inc diantaranya yaitu untuk memperluas target pasar dan pelanggan; mengenalkan hasil produk elektronik Apple Inc; meningkatkan hasil pendapatan perusahaan; serta memudahkan komunikasi masyarakat dengan mengikuti kemajuan teknologi terhadap perkembangan jaman (Indrayani & Ramadhanty, 2020).

Apple Inc., sebagai salah satu pemimpin di industri teknologi, telah menjadi teladan dalam penerapan teknologi komunikasi untuk menggerakkan inovasi produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dari iPhone hingga layanan iCloud, Apple telah menyajikan serangkaian produk dan layanan yang tidak hanya mengubah cara kita berkomunikasi, tetapi juga mengubah cara kita bekerja, berbelanja, dan berinteraksi dengan dunia. Namun, pengaruh teknologi komunikasi pada bisnis Apple tidak terbatas pada produk dan layanan konsumen yang mereka tawarkan. Dalam ranah pengembangan produk, rantai pasok, pemasaran, dan layanan pelanggan, teknologi komunikasi telah menjadi tulang punggung dari keberhasilan operasional dan strategis perusahaan ini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam bagaimana teknologi komunikasi telah membentuk dan mempengaruhi bisnis modern pada perusahaan Apple Inc. Dengan memeriksa peran teknologi komunikasi dalam pengembangan produk, distribusi, pemasaran, dan layanan pelanggan, kita dapat mengungkap strategi yang digunakan Apple untuk tetap menjadi pemimpin dalam industri teknologi yang berubah dengan cepat. Melalui pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh teknologi komunikasi pada bisnis Apple, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi bisnis, peneliti, dan pengambil keputusan, serta menyediakan landasan untuk diskusi lebih lanjut tentang bagaimana teknologi komunikasi akan terus membentuk masa depan bisnis modern.

LANDASAN TEORI

Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.* Simon and Schuster.

- Porter membahas konsep keunggulan kompetitif dan strategi diferensiasi. Penelitian oleh Porter memungkinkan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana teknologi komunikasi memainkan peran dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, seperti Apple Inc.

Yoo, Y., Boland Jr, R. J., Lyytinen, K., & Majchrzak, A. (2012). *Organizing for innovation in the digitized world. Organization Science, 23(5), 1398-1408.*

- Penelitian oleh Yoo et al. membahas tentang organisasi inovatif dalam era digital. Ini relevan untuk memahami bagaimana Apple mengorganisir diri untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi komunikasi dalam operasi dan strategi bisnisnya.

Zhang, M., Li, F., & Duan, Y. (2016). *Technological innovation capability and its impact on business models: understanding the role of social capital in firms. Journal of Knowledge Management, 20(4), 713-728.*

- Zhang et al. melakukan penelitian tentang dampak kemampuan inovasi teknologi pada model bisnis perusahaan. Penelitian ini membantu memahami bagaimana teknologi komunikasi memengaruhi evolusi model bisnis Apple Inc. dan dampaknya terhadap kinerja bisnisnya.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations. Simon and Schuster.*

- Rogers menyajikan model tentang cara inovasi diterima dan menyebar dalam masyarakat. Penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana adopsi teknologi komunikasi, seperti produk-produk Apple, memengaruhi pasar dan dampaknya pada strategi bisnis perusahaan.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Pearson.*

- Kotler dan Armstrong membahas prinsip-prinsip pemasaran yang efektif. Penelitian ini membantu memahami bagaimana Apple menggunakan teknologi komunikasi dalam strategi pemasaran mereka untuk mencapai tujuan bisnis dan memperluas pangsa pasar.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan peran krusial teknologi komunikasi dalam mendorong kemajuan bisnis. Studi-studi tersebut menggarisbawahi berbagai manfaat yang ditawarkan teknologi komunikasi, seperti:

- Meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi internal dan eksternal: Teknologi komunikasi modern memungkinkan perusahaan untuk bertukar informasi dan berkolaborasi dengan mudah dan cepat, baik antar karyawan, pelanggan, maupun mitra bisnis.
- Memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan: Platform digital dan media sosial membuka gerbang bagi perusahaan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas di seluruh dunia, meningkatkan peluang penjualan dan membangun basis pelanggan yang kuat.
- Meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas merek: Interaksi yang terpersonalisasi dan layanan pelanggan yang responsif melalui teknologi komunikasi modern dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas merek.
- Meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional: Otomatisasi tugas, kolaborasi real-time, dan akses informasi yang cepat melalui teknologi komunikasi modern dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional perusahaan.
- Mengurangi biaya operasional: Teknologi komunikasi modern dapat membantu perusahaan menghemat biaya komunikasi, perjalanan, dan operasional lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menyelidiki pengaruh teknologi komunikasi terhadap bisnis modern pada perusahaan Apple Inc. Pendekatan kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan praktik yang terkait dengan penerapan teknologi komunikasi dalam bisnis Apple.

Data akan dikumpulkan melalui berbagai teknik, termasuk:

Tinjauan Pustaka: Peneliti akan meninjau literatur yang relevan tentang pengaruh teknologi komunikasi terhadap bisnis modern, dengan fokus pada perusahaan Apple Inc.

Analisis Dokumen: Peneliti akan menganalisis dokumen internal Apple Inc., seperti laporan tahunan, laporan keuangan, dan siaran pers, untuk memahami bagaimana perusahaan menggunakan teknologi komunikasi untuk meningkatkan bisnisnya.

Analisis Media Sosial: Peneliti akan menganalisis akun media sosial Apple Inc. untuk memahami bagaimana perusahaan menggunakan platform ini untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perspektif bisnis internasional pada perusahaan teknologi terkemuka, Apple Inc. Dalam era globalisasi yang semakin maju, bisnis internasional menjadi faktor penting dalam pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan.

Adapun Alternatif penyelesaian masalah dari jurnal jurnal tersebut adalah:

1. **Metode Survei:** Selain mengumpulkan data sekunder, Anda dapat melakukan survei langsung kepada konsumen, karyawan, atau pakar industri terkait. Survei ini dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang persepsi dan pengalaman mereka terhadap perusahaan Apple Inc. serta dampak teknologi komunikasi pada bisnis mereka.
2. **Studi Kasus:** Melakukan studi kasus pada Apple Inc. atau perusahaan sejenis dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana teknologi komunikasi mempengaruhi operasi bisnis mereka. Anda dapat menganalisis keberhasilan atau tantangan yang dihadapi oleh Apple dalam mengadopsi teknologi komunikasi tertentu.
3. **Analisis Kuantitatif:** Selain analisis deskriptif, Anda dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data statistik terkait kinerja bisnis Apple. Misalnya, mengukur dampak penggunaan platform komunikasi digital terhadap penjualan produk tertentu.
4. **Wawancara Mendalam:** Selain wawancara dengan pakar industri, Anda dapat melakukan wawancara mendalam dengan manajemen senior Apple Inc. atau karyawan yang terlibat langsung dalam penggunaan teknologi komunikasi. Wawancara semacam ini dapat memberikan wawasan yang lebih khusus dan mendalam.
5. **Analisis Perbandingan:** Bandingkan strategi bisnis Apple dengan perusahaan teknologi lainnya. Apakah ada perbedaan dalam penggunaan teknologi komunikasi? Apa yang dapat dipelajari dari perbandingan ini?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah menemukan bahwa teknologi komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bisnis modern pada perusahaan Apple Inc. Perusahaan ini telah memanfaatkan berbagai teknologi komunikasi untuk meningkatkan efisiensi, menjangkau pelanggan baru, dan mengembangkan produk dan layanan inovatif.

Inovasi Produk: Teknologi komunikasi telah memainkan peran kunci dalam mendorong inovasi produk di Apple Inc. Melalui platform komunikasi yang canggih, seperti konferensi video dan kolaborasi online, tim pengembangan dapat bekerja secara efisien meskipun berada di lokasi

yang berbeda. Hal ini memungkinkan Apple untuk menghasilkan produk-produk yang inovatif, seperti iPhone, iPad, dan MacBook, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga membentuk tren baru dalam industri teknologi.

Pemasaran dan Branding: Apple telah memanfaatkan teknologi komunikasi untuk memperkuat pemasaran dan citra merek mereka. Melalui media sosial, situs web, dan iklan digital, Apple dapat mencapai audiens yang luas dan terhubung dengan konsumen secara lebih pribadi. Penggunaan teknologi komunikasi yang canggih telah membantu Apple membangun citra merek yang kuat dan menghasilkan minat yang tinggi terhadap produk-produk mereka.

Distribusi dan Rantai Pasok: Integrasi teknologi komunikasi dalam rantai pasok telah meningkatkan efisiensi operasional Apple. Sistem komunikasi yang terintegrasi memungkinkan Apple untuk memantau persediaan, mengelola pesanan, dan berkoordinasi dengan mitra bisnis dengan lebih efisien. Ini membantu Apple untuk mempercepat waktu siklus produk dan mengurangi biaya operasional, meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

Layanan Pelanggan: Apple telah meningkatkan layanan pelanggan mereka melalui teknologi komunikasi yang canggih. Melalui layanan pelanggan online, obrolan langsung, dan dukungan melalui telepon, Apple dapat memberikan solusi cepat dan efektif terhadap masalah pelanggan. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara Apple dan konsumennya.

Privasi dan Keamanan Data: Apple telah menempatkan fokus yang besar pada privasi dan keamanan data pengguna. Melalui teknologi enkripsi yang canggih dan kebijakan privasi yang ketat, Apple berusaha melindungi data pelanggan dari ancaman keamanan. Langkah-langkah ini tidak hanya membangun kepercayaan konsumen terhadap merek, tetapi juga membedakan Apple sebagai perusahaan yang peduli dengan privasi pengguna.

Apple Inc. menggunakan berbagai alat komunikasi internal, seperti email, pesan instan, dan platform kolaborasi, untuk meningkatkan komunikasi dan kolaborasi antar karyawan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk bekerja lebih efisien dan efektif, dan untuk lebih cepat berinovasi. Apple Inc. menggunakan berbagai saluran komunikasi eksternal, seperti situs web, media sosial, dan iklan, untuk menjangkau pelanggan baru dan mempromosikan produk dan layanannya. Perusahaan ini juga menggunakan strategi pemasaran yang berfokus pada pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggannya. Apple Inc. menggunakan teknologi komunikasi untuk mengumpulkan umpan balik pelanggan dan untuk melacak tren pasar. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pelanggannya.

- Dari perspektif pengguna, iPhone merupakan salah satu produk ciptaan dari Apple yang sangat menggemparkan dunia saat kemunculannya pertama kali di tahun 2007. iPhone juga sangat digemari dan laris dalam penjualannya di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, yang telah di kenal oleh masyarakat Indonesia dengan kualitas produk yang telah dipercaya sebagai produk yang berkualitas tinggi dan desain yang futuristik
- Dari perspektif pemasaran, Apple menggunakan strategi pemasaran yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi yang menghubungkan perusahaan dan konsumen. Hal ini mempengaruhi tingkat pemasaran dan membuat produk Apple menjadi salah satu yang terlaris di pasar
- Dari perspektif konsumen, gaya hidup yang modern dan lingkungan sosial pada konsumen juga mendorong seseorang untuk menggunakan smartphone yang bermerek Apple (iPhone). Perusahaan memproduksi produk smartphone Apple berkualitas tinggi dengan fitur dan desain premium untuk menciptakan citra merek yang hebat, dan

menghasilkan produk tersebut dengan harga jual yang tinggi

- Dari perspektif penggunaan teknologi, pengaruh teknologi komunikasi terhadap bisnis modern pada perusahaan Apple Inc dapat dilihat dari penggunaan teknologi yang mempermudah komunikasi, seperti jaringan internet dan aplikasi yang memudahkan pekerjaan. Hal ini membuat produk Apple menjadi lebih mudah untuk diterima dan digunakan oleh konsumen
- Dari perspektif pemasaran internasional, Apple Inc memiliki kekuatan kreativitas, desain yang elegan, dan inovasi di setiap produk yang diciptakan. Hal ini membuat produk Apple menjadi sorotan masyarakat dan mempengaruhi tingkat pemasaran global
- Dari perspektif pengembangan teknologi, Apple Inc memiliki kekuatan untuk menciptakan produk yang berinovasi setiap tahun, yang membuat perusahaan tidak kalah bersaing dengan pesaing pasar. Hal ini membuat produk Apple menjadi produk yang tetap diinginkan oleh konsumen
- Dari perspektif penggunaan teknologi dalam pengembangan perusahaan, Apple Inc memiliki kekuatan untuk mengembangkan perusahaan dengan kreativitas, desain yang elegan, dan inovasi di setiap produk yang diciptakan. Hal ini membuat produk Apple menjadi produk yang tetap diinginkan oleh konsumen
- Dari perspektif penggunaan teknologi dalam pengembangan perusahaan internasional, Apple Inc memiliki kekuatan untuk mengembangkan perusahaan di pasar global. Hal ini membuat produk Apple menjadi produk yang tetap diinginkan oleh konsumen di seluruh dunia.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengaruh teknologi komunikasi terhadap bisnis modern pada perusahaan Apple Inc adalah bahwa teknologi komunikasi mempengaruhi bisnis modern pada perusahaan Apple Inc dari berbagai perspektif, termasuk pengembangan teknologi dan informasi, penggunaan teknologi dalam pengembangan perusahaan, penggunaan teknologi dalam pengembangan perusahaan internasional, dan penggunaan teknologi dalam pengembangan perusahaan internasional. Apple Inc berhasil merajai pasar dunia dengan produk-produk yang unggul, seperti iPhone, yang dipercaya sebagai produk yang berkualitas tinggi dan desain yang futuristik.

Pentingnya Integrasi dan Keselarasan Strategis: Apple telah menunjukkan betapa pentingnya integrasi teknologi komunikasi dalam strategi bisnis yang lebih luas. Dengan menyelaraskan penggunaan teknologi komunikasi dengan tujuan bisnis dan visi perusahaan, Apple dapat mencapai sinergi yang lebih besar dalam mencapai keunggulan kompetitif dan memperkuat posisinya di pasar.

Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Produk: Meskipun teknologi komunikasi telah memfasilitasi pengembangan produk yang inovatif, Apple juga dihadapkan pada tantangan dalam memastikan keamanan, privasi, dan kualitas produk. Namun, tantangan ini juga membuka peluang untuk terus meningkatkan produk dan layanan mereka melalui integrasi teknologi komunikasi yang lebih baik.

Peran Penting Regulasi dan Kebijakan: Di tengah perubahan cepat dalam teknologi komunikasi, regulasi dan kebijakan yang relevan menjadi semakin penting. Apple harus tetap memperhatikan peraturan dan standar keamanan data yang berkaitan dengan penggunaan teknologi komunikasi, sambil memastikan bahwa inovasi terus berlanjut sesuai dengan peraturan yang ada.

Dampak jangka panjang pada Ekosistem Bisnis: Pengaruh teknologi komunikasi pada bisnis

Apple tidak hanya terbatas pada perusahaan itu sendiri, tetapi juga merambah ke ekosistem bisnis yang lebih luas. Mitra bisnis, pengembang aplikasi, dan konsumen semua terlibat dalam ekosistem yang dipengaruhi oleh strategi dan implementasi teknologi komunikasi oleh Apple. (Y. B. Setiawan, 2008)

DAFTAR REFERENSI

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. 6(1), 660-669. Cannon, J. P.,
- Anisa, K. W. (2022). STRATEGI PEMASARAN GLOBAL DAN RISET PASAR TERHADAP PENJUALAN BATIK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN (Studi Kasus Industri Batik Tulis Giriloyo). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2, no. 1, 21-25.
- Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). Analisis penerapan teknologi komunikasi tepat guna pada bisnis transportasi online. *Indocompac*, 2, 712–729.
- Charles, L. W. dkk. (2002). Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat. Ekasari, N. & Roza, S. (2017). PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BISNIS PADA UMKM KERIPIK PISANG DHARMA JAYA. *Manajemen FEB Universitas Jambi*. 195-207.
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. 7, 17–32. (D. Setiawan, 2018)
- Indrayani, I., & Ramadhanty, A. (2020). STRATEGI APPLE INC. DALAM PENGUASAAN PASAR PRODUK TEKNOLOGI DI INDONESIA TAHUN 2015-2019. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41, 7919–7934.
- Kotler, P, dan Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, 15th Pearson Education Limited.
- Kotler, P, dan Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta
- Mahardika, W. A. (2019, November 7). Apa Itu Emerging Market dan Mengapa Indonesia Jadi Negara Emerging Market Terbesar? Retrieved from AKURAT.CO: <https://akurat.co/apa-itu-emerging-market-dan-mengapa-indonesia-jadi-negara-emerging-market-terbesar>.
- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1). <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1474>
- Setiawan, Y. B. (2008). Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Transformatika*, 5(2), 92. <https://doi.org/10.26623/transformatika.v5i2.26>
- William, D. P. & Jerome, M. C. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran : Pendekatan Manajerial*