

"Kami belajar mengarungi gelombang-gelombang besar perubahan"

Wawancara bersama CEO Dr. Andreas Sennheiser mengenai ketangguhan, fokus pada pelanggan, dan masa depan audio di tengah perubahan yang terus berkembang

Mr. Sennheiser, setelah saudara Anda beralih peran menjadi Chairman of the Board of Directors, ini adalah wawancara pertama kami dengan Anda sebagai CEO tunggal. Bagaimana pengalaman Anda dalam menjalankan peran baru tersebut?

Andreas Sennheiser: Saat ini, yang kami alami bukan hanya perubahan di tingkat pimpinan, tetapi juga transformasi menyeluruh di dalam perusahaan. Saat ini, pelanggan kami semakin berpikir berdasarkan aplikasi yang mereka butuhkan, dan mereka mengharapkan pengalaman yang sederhana serta konsisten dari kami. Strategi kami sudah mengakomodasi kebutuhan tersebut, dan kini kami juga menyesuaikan struktur organisasi untuk mendukungnya. Kami telah menggabungkan unit bisnis Pro Audio dan Business Communication, akan beroperasi dengan pendekatan yang lebih fungsional ke depannya, serta membangun kolaborasi baru. Hal ini berlaku baik dalam model tata kelola, proses pengambilan keputusan, maupun kolaborasi dengan Dewan Direksi.

Menurut saya, ini merupakan fase yang sangat menarik. Perubahan ini secara alami juga membawa perubahan pada peran saya, dan saya menantikan kesempatan untuk membentuk berbagai hal dalam posisi baru ini – terutama karena ini merupakan situasi baru, bukan hanya bagi saya, tetapi juga bagi seluruh perusahaan.

Bagaimana perubahan ini memengaruhi kolaborasi Anda dengan saudara Anda, Daniel?

Andreas Sennheiser: Ini adalah proses yang kami jalani bersama. Hal yang tetap kami pertahankan adalah kebiasaan yang sudah berlangsung lebih dari satu dekade: setiap bulan kami meluangkan satu hari penuh untuk bertemu, berdiskusi, dan menyelaraskan berbagai hal. Kebiasaan ini menjadi hal yang penting bagi kami, bukan hanya untuk memastikan keselarasan dalam berbagai topik penting, tetapi juga untuk memastikan bahwa kami tetap menjaga hubungan personal yang erat. Kedekatan inilah yang selama ini menjadi kekuatan dalam kolaborasi kami dan memungkinkan model kepemimpinan bersama berjalan dengan baik.

Di saat yang sama, perbedaan peran kami secara alami juga membawa perubahan. Dulu, sebagai Co-CEO, kami terlibat dalam semua topik dengan tingkat keterlibatan yang sama. Sekarang, kami lebih mempertimbangkan topik mana yang perlu dibahas bersama, kapan waktu yang tepat untuk membahasnya, dan seberapa mendalam pembahasannya. Penyesuaian ini terus berkembang selangkah demi selangkah, dan mungkin akan selalu menjadi proses yang berkelanjutan.

Mari kita lihat kembali tahun fiskal yang telah berlalu. Dari perspektif ekonomi maupun geopolitik, 2025 merupakan tahun yang penuh tantangan. Bagaimana Anda mengevaluasi perjalanan Sennheiser selama periode tersebut?

Andreas Sennheiser: Bagi saya, kata kuncinya adalah ketangguhan. Kami sejak awal menyadari bahwa dinamika global yang terjadi saat ini bukanlah fase yang sementara. Badai ini tidak akan pergi, kita harus belajar bagaimana menavigasinya. Oleh karena itu, meskipun menghadapi berbagai gejolak akibat ketidakpastian geopolitik dan penurunan pendapatan hampir 6 persen, kami tetap mendorong proyek-proyek prioritas serta terus berinvestasi secara konsisten. Selain transformasi organisasi perusahaan, fokus tersebut mencakup implementasi SAP serta pengembangan ekosistem Spectera.

Terutama di masa-masa sulit, selalu ada risiko masuk ke dalam kondisi stagnasi. Karena itu, penting bagi kami untuk tetap mampu mengambil tindakan, sembari terus menghadirkan pengalaman audio yang luar biasa dan menjadi andalan bagi pelanggan kami.

“Badai ini tidak akan pergi, kita harus belajar bagaimana menavigasinya.” – Andreas Sennheiser

Bagaimana perkembangan bisnis di masing-masing wilayah?

Andreas Sennheiser: Kami melihat adanya konsolidasi pasar yang semakin kuat di seluruh dunia. Para pemain besar semakin membesar dan menguat, sementara para pemain yang sangat terspesialisasi berhasil menemukan niche mereka sendiri. Ini meningkatkan tekanan persaingan, terutama di segmen pasar menengah. Situasi ini juga memengaruhi banyak pelanggan kami—khususnya di Amerika Serikat—dan secara keseluruhan menciptakan lingkungan persaingan yang sangat dinamis.

Di wilayah Amerika, kami membukukan pendapatan sebesar €142,6 juta, turun sekitar 5 persen. Tekanan persaingan di wilayah ini sangat tinggi karena merupakan pasar utama yang sudah sangat terkonsolidasi. Situasi politik dan ketidakpastian ekonomi saat ini juga menekan daya beli pelanggan. Meski begitu, kami percaya pasar Amerika akan kembali tumbuh setelah fase konsolidasi ini, terutama dengan peluang besar di bidang broadcast dan audio imersif.

EMEA kembali menjadi wilayah dengan kontribusi pendapatan terbesar bagi kami, dengan total pendapatan mencapai €215,8 juta. Kami memandang penurunan sekitar 7 persen terutama sebagai cerminan kondisi ekonomi yang masih lemah di Eropa secara keseluruhan.

Di APAC, kami mencatat pendapatan sebesar €104,7 juta, turun sekitar 4,5 persen. Dengan satu pengecualian yang menonjol: India. Setelah bertahun-tahun membangun infrastruktur pasar di negara tersebut, kini kami telah memasuki tahap perkembangan berikutnya, yaitu transformasi teknologi di lingkungan universitas, institusi publik, dan fasilitas korporasi. Tingkat kesiapan untuk berinvestasi sangat tinggi, sehingga menjadikan India sebagai salah satu pasar pertumbuhan yang paling menarik bagi kami.

Pada tahun 2025, Anda memutuskan untuk memindahkan Regional Hub Americas ke Nashville. Mengapa keputusan tersebut menjadi langkah yang tepat, dan perubahan spesifik apa yang akan dirasakan bagi pelanggan serta mitra lokal Anda?

Andreas Sennheiser: Nashville kini menjadi salah satu pusat kreatif dan produksi utama di industri musik Amerika. Untuk benar-benar memahami bagaimana pelanggan kami bekerja dan berkarya, kami perlu hadir dalam ekosistem tersebut. Banyak mitra penting kami juga berada di

sana. Kedekatan ini menjadi keuntungan besar: kami bisa menguji produk secara langsung saat pelanggan sedang berlatih, menyediakan prototipe, menyesuaikan produk dengan kebutuhan mereka, serta menawarkan layanan dalam waktu 24 jam. Kami menjadi bagian yang semakin dekat dengan komunitas ini, yang pada akhirnya mendorong terciptanya kolaborasi yang jauh lebih erat.

Secara keseluruhan, apa yang paling membantu Anda menjaga stabilitas sepanjang tahun 2025?

Andreas Sennheiser: Tentu saja, solidaritas di dalam perusahaan memainkan peran penting, begitu juga motivasi yang lahir dari kemajuan teknologi. Ketika tim melihat inovasi mereka berhasil di pasar dan membuat pelanggan antusias, hal itu menciptakan energi yang sangat besar. Contohnya, tim Ed Sheeran awalnya hanya ingin menggunakan Spectera untuk *in-ear monitoring*. Kami kemudian menambahkan prototipe mikrofon genggam SKM selama satu akhir pekan untuk mengumpulkan masukan. Responsnya sederhana: “Saya tidak punya *feedback*, tapi saya akan mempertahankan mikrofon ini.” Bahkan Ed Sheeran kemudian menggunakannya dalam konser berdurasi dua setengah jam di tengah hujan deras, sebuah uji ketahanan nyata bagi produk tersebut. Dari situ, perangkat itu kemudian dibawa dalam tur dunia. Momen seperti ini menumbuhkan kebanggaan dan kepercayaan di dalam perusahaan.

Pada tahun 2025, Sennheiser merayakan ulang tahun ke-80. Apa pelajaran utama yang Anda peroleh dari perayaan tahun ini?

Andreas Sennheiser: Sulit memang memilih satu hal paling berkesan dari tahun yang penuh dengan begitu banyak momen penting. Saya selalu terkesan melihat betapa kuatnya daya inovasi kami, bahkan setelah 80 tahun perjalanan perusahaan. Tahun perayaan ini bukan hanya tentang melihat kembali perjalanan kami di masa lalu, tetapi terutama tentang menatap masa depan. Spectera menjadi salah satu sorotan utama, dengan peluncuran dan respons pasar yang menunjukkan potensi besar dari teknologi ini. Ekosistemnya juga menjadi gambaran tentang bagaimana kami ingin bekerja ke depan. Di saat yang sama, cara baru kami membangun dialog dengan pelanggan juga menjadi sangat penting. Kami kini bekerja lebih dekat dan lebih langsung dengan mereka untuk bersama-sama mengembangkan inovasi. Secara internal, kami merayakan momen ini dengan berbagai acara lokal untuk karyawan dan pelanggan utama di berbagai negara. Di Wedemark, rekan-rekan bahkan menggelar pesta musim panas besar yang mereka organisir sendiri, lengkap dengan band dari karyawan dan suasana yang sangat hangat. Kami juga menghadirkan produk edisi khusus ulang tahun seperti MKH 416 berwarna emas dan HD 25 edisi Ruby Red. Semua ini menunjukkan betapa besar semangat, dedikasi dan komitmen yang hidup di dalam perusahaan ini.

“Saat ini, kami bekerja bahkan lebih dekat dan lebih langsung dengan pelanggan kami, serta terus mengembangkan inovasi bersama mereka.” – Andreas Sennheiser

Dengan Spectera, Anda telah memperkenalkan salah satu inovasi terpenting dalam beberapa tahun terakhir. Apa yang membuat teknologi ini begitu inovatif?

Andreas Sennheiser: Sering kali saya membandingkan Spectera dengan transisi dari ponsel tombol ke smartphone. Selama Anda masih memiliki ponsel dengan tombol tekan, sulit membayangkan apa yang ditawarkan ponsel pintar. Ini bukan hanya tentang produk baru,

melainkan tentang pendekatan yang benar-benar baru: sebuah platform yang terus mendorong batas dari apa yang mungkin dicapai.

Selama beberapa dekade, standar transmisi dalam teknologi nirkabel tetap tidak berubah. Dengan Spectera, kami telah mendefinisikan ulang standar tersebut secara fundamental untuk pertama kalinya – dan hal ini membuka kemungkinan baru tidak hanya untuk audio, tetapi juga untuk transmisi data dan alur kerja digital dalam produksi *live* dan *broadcast*. Fitur-fitur baru dapat ditambahkan melalui perangkat lunak tanpa pelanggan harus menunggu perangkat generasi berikutnya. Hal ini secara mendasar mengubah hubungan kami dengan pelanggan. Misalnya, lebih dari 500 pelanggan kini berkomunikasi langsung dengan kami melalui saluran Discord khusus. Masukan mereka secara langsung memengaruhi cara kami memprioritaskan pengembangan lebih lanjut. Fitur-fitur baru dirilis dalam waktu singkat. Ini adalah dinamika yang benar-benar baru.

Spectera telah dikembangkan selama lebih dari sepuluh tahun. Apa yang diperlukan perusahaan untuk mempertahankan tingkat inovasi seperti itu?

Andreas Sennheiser: Inovasi jangka panjang membutuhkan visi yang jelas – dan tentu saja kegigihan untuk mencapai sesuatu yang belum pernah dicapai sebelumnya. Saat Anda membuat terobosan teknologi baru, tidak semuanya berjalan dengan sempurna. Hal ini juga membutuhkan kesiapan untuk berinvestasi dalam jangka panjang. Sebagai perusahaan keluarga yang independen, kami dapat mengembangkan teknologi yang kami yakini, meskipun kesuksesan ekonomi belum terwujud dalam jangka pendek. Perspektif jangka panjang inilah yang menjadi keunggulan utama kami – meskipun hal tersebut mungkin mengandung sejumlah risiko.

“Inovasi jangka panjang membutuhkan visi yang jelas – dan tentu saja kegigihan” - Andreas Sennheiser

Segmen Mobility juga terus berkembang secara dinamis pada tahun 2025. Apa peran strategis Mobility bagi Sennheiser?

Andreas Sennheiser: Terkait *Mobility*, pertama-tama kita perlu melihat sekilas model bisnisnya: karena bisnis lisensi yang kami jalankan, pendapatan biasanya terealisasi dengan jeda satu hingga dua tahun setelah pengerjaan proyek. Dalam banyak hal, pertumbuhan yang kami lihat saat ini mencerminkan keberhasilan proyek-proyek yang kami kerjakan satu atau dua tahun sebelumnya. Tim kami terus mengembangkan proyek-proyek baru – selain smart, kami juga berkolaborasi dengan Morgan dan CUPRA. Ini adalah brand yang kuat yang membawa teknologi kami ke dalam kendaraan.

Di sektor otomotif, pertanyaan mengenai apa yang sebenarnya ingin dilakukan orang saat berkendara saat ini sedang mengalami perubahan mendasar – terutama terkait dengan autonomous driving. Kemampuan untuk memberikan setiap kursi pengalaman audio tersendiri – satu orang melakukan panggilan telepon, orang lain mendengarkan musik, sementara film diputar di bagian belakang – pembagian zona audio ini menjadi fitur yang semakin penting di dalam kendaraan. Pada saat yang sama, permintaan terhadap solusi perangkat lunak cerdas yang memungkinkan pengalaman suara lebih baik dengan perangkat keras yang lebih sedikit terus

meningkat – yang secara langsung meningkatkan jarak tempuh kendaraan listrik. Hal ini membuat Mobility menjadi area yang sangat menarik secara strategis bagi kami.

Anda terus menginvestasikan sekitar 10 persen dari pendapatan untuk penelitian dan pengembangan pada tahun 2025. Mengapa hal ini begitu penting, terutama di masa-masa sulit?

Andreas Sennheiser: Teknologi tetap menjadi fondasi daya saing kami. Namun, yang paling penting saat ini adalah seberapa baik solusi tersebut dapat terintegrasi ke dalam alur kerja pelanggan kami di dunia nyata. Itulah sebabnya kami semakin melihat inovasi sebagai perpaduan antara perangkat keras, perangkat lunak, dan layanan. Tugas kami adalah mengembangkan solusi yang dapat beradaptasi secara fleksibel terhadap berbagai alur kerja dan kebutuhan, serta menciptakan nilai nyata bagi pelanggan kami – baik melalui proses yang lebih efisien, kolaborasi yang lebih baik, maupun peluang kreatif baru. Diferensiasi tidak hanya berasal dari inovasi teknologi, tetapi juga dari solusi yang menjawab tantangan dan kebutuhan spesifik pelanggan kami serta terus berkembang bersama mereka. Karena itu, kami secara konsisten mempertahankan investasi dalam pengembangan, bahkan di tengah fase pasar yang penuh tantangan.

Ada peningkatan fokus pada integrasi hardware, software dan layanan. Bagaimana hal ini mengubah Sennheiser?

Andreas Sennheiser: *Hardware* tetap penting karena menjadi penghubung antara manusia dan teknologi. Namun, nilai sebenarnya semakin banyak diciptakan dalam alur kerja digital. Itulah sebabnya kami berinvestasi besar-besaran pada perangkat lunak saat ini. Saat ini, lebih dari 30 persen biaya pengembangan kami dialokasikan untuk perangkat lunak. Hal ini tentu saja mengubah pola pikir dalam perusahaan: kami tidak lagi memandang produk sebagai sistem tertutup, melainkan sebagai platform yang fungsinya dapat terus dioptimalkan dan diperluas.

Sennheiser adalah perusahaan keluarga dengan visi jangka panjang. Bagaimana Anda memaknai kewirausahaan jangka panjang dalam lingkungan yang semakin dinamis, di mana keputusan strategis perlu diambil dengan cepat?

Andreas Sennheiser: Saat ini, perspektif jangka panjang bukan lagi tentang kemampuan merencanakan segala sesuatu hingga detail terkecil. Jauh lebih penting adalah kemampuan untuk tetap sefleksibel mungkin dalam batasan yang jelas. Itulah mengapa kami sengaja mendefinisikan pasar agar kami tetap relevan dalam jangka panjang, dan dengan perkembangan teknologi yang kami yakini akan tetap relevan. Pengalaman menonton *live* adalah contoh yang baik. Kami yakin bahwa orang-orang masih ingin menikmati konser bersama dalam sepuluh tahun ke depan, karena ini tentang pengalaman sosial – bukan hanya pengalaman musik. Dalam kerangka kerja tersebut, perusahaan saat ini harus mampu merespons perubahan dengan cepat. Oleh karena itu, ketangguhan menjadi lebih penting daripada sekadar kemampuan untuk memprediksi masa depan seperti sebelumnya.

“Kami yakin bahwa orang-orang masih ingin menikmati konser bersama dalam sepuluh tahun ke depan.” - Andreas Sennheiser

Sebagai CEO tunggal, apa yang ingin Anda fokuskan pada tahun-tahun mendatang?

Andreas Sennheiser: Bagi saya, ada tiga topik penting: budaya perusahaan yang mencakup karyawan dan pelanggan, serta strategi dan inovasi. Fakta bahwa kami adalah perusahaan keluarga yang independen menjadikan kami unik di industri audio. Hal ini memberi kami peluang untuk menjalin hubungan langsung antara keluarga pemilik dan pelanggan akhir – sebagai tanda komitmen jangka panjang. Hal seperti ini hanya dapat dilakukan oleh sangat sedikit perusahaan lain di industri ini dengan cara yang sama. Pada saat yang sama, kami bekerja secara intensif untuk lebih mengembangkan budaya inovasi – yaitu bergerak lebih cepat, bertindak lebih berani, dan secara aktif membentuk perubahan. Dan saya sangat berterima kasih kepada karyawan kami, yang, meskipun menghadapi dinamika pasar dan tantangan geopolitik, berkomitmen penuh untuk melaksanakan proses transformasi internal.

Dan jika Anda melihat sepuluh tahun ke depan: Apa yang paling akan mengubah dunia audio?

Andreas Sennheiser: Saya yakin bahwa teknologi imersif seperti AR dan VR akan mengubah pengalaman *live* secara fundamental. Bayangkan ini: Pengalaman yang dirasakan oleh 50.000 orang di stadion—di konser atau pertandingan sepak bola—dapat diakses melalui AR dan VR oleh 50 juta orang yang berada di tempat lain. Hal ini merupakan sesuatu yang sangat menarik untuk dikembangkan lebih lanjut. Di saat yang sama, telepresence juga akan mencapai tingkat yang sepenuhnya baru. Kolaborasi dapat menjadi jauh lebih imersif dan emosional dibandingkan dengan saat ini.

Namun, keinginan untuk berbagi pengalaman nyata akan tetap ada. Orang-orang akan terus ingin bermusik bersama, menghadiri konser bersama, atau berbagi ruang kreatif. Kombinasi inovasi teknologi dan hubungan manusia inilah yang membuat masa depan industri kita begitu menarik.

“Di masa depan, konser, acara olahraga, atau produksi teater dapat dinikmati dari mana saja seolah-olah Anda benar-benar berada di sana.” - Andreas Sennheiser

Terakhir, setelah semua tantangan dalam beberapa tahun terakhir – seberapa optimistis Anda terhadap masa depan?

Andreas Sennheiser: Saya rasa dunia tidak akan menjadi lebih sederhana atau lebih tenang lagi. Namun, kita semakin belajar untuk menghadapi dinamika ini. Ini seperti berselancar: pada awalnya, Anda mencari ombak kecil. Namun, lama-kelamaan Anda menyadari bahwa ombak besar dan angin kencang bisa sangat menyenangkan. Saya percaya bahwa kami, sebagai perusahaan, sedang belajar untuk tetap berada di depan gelombang. Dan ketika saya melihat apa yang dapat dicapai pelanggan dengan teknologi kami – ada banyak kegembiraan dalam dinamika ini.

Tentang Sennheiser Group

Membangun masa depan audio dan menciptakan pengalaman suara yang unik bagi para pelanggan – itulah aspirasi yang menyatukan seluruh karyawan Sennheiser Group di berbagai belahan dunia. Perusahaan independen milik keluarga ini didirikan pada tahun 1945. Saat ini, perusahaan dikelola oleh generasi ketiga di bawah kepemimpinan Dr. Andreas Sennheiser, dan dikenal sebagai salah satu produsen terdepan di bidang teknologi audio profesional.

[sennheiser.com](https://www.sennheiser.com) | [neumann.com](https://www.neumann.com) | [merging.com](https://www.merging.com)

Kontak Media untuk Communications Manager | Sennheiser APAC

[Phang Su Hui](#)

Suhui.phang@sennheiser.com

T +65 91595024

Kontak Media untuk ID PR Agency | Occam

[Septa Perdana](#)

Septa@occam.co.id

T +62 82111509853