

**ANALISIS PEMASARAN PADA PRODUK MYNITRO DI WIDYA
ROBOTICS (PT. WIDYA INOVASI INDONESIA)**

LAPORAN MAGANG

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Manajemen**



**Disusun oleh:
Erwin William Diyo Lory
NIM: 2118 30576**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2022**

**TUGAS AKHIR
MAGANG MERDEKA BELAJAR KAMPUS MEDEKA**

**ANALISIS PEMASARAN PADA PRODUK MYNITRO DI WIDYA ROBOTICS
(PT. WIDYA INOVASI INDONESIA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ERWIN WILLIAM DIYO LORY

Nomor Induk Mahasiswa: 211830576


telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 21 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar


Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing


Penguji


Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Prof., M.Si., Ph.D.


Julianto Agung Saputro, Dr., S.Kom., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 21 Juli 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ANALISIS PEMASARAN PADA PRODUK MYNITRO DI WIDYA ROBOTICS (PT. WIDYA INOVASI INDONESIA)

Erwin William Diyo Lory

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga
Pahlawan Negara Yogyakarta

ABSTRAK

Penulis melaksanakan kegiatan magang di salah satu perusahaan rintisan di industri teknologi yaitu Widya Robotics. Perusahaan berlokasi di Jl. Palagan Tentara Pelajar KM 7.5 No.31A, Kab. Sleman, DIY. Pelaksanaan magang dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2022 sampai 29 Juli 2022. Dalam melaksanakan kegiatan magang, penulis berada di dalam divisi *marketing & sales*. Divisi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu *advisor*, *public relations*, dan *business development*. Selama pelaksanaan magang, penulis diawasi oleh Bapak Denny Wijayanto yang menjabat sebagai *marketing advisor* di Widya robotics. Dalam kegiatan magang ini, penulis memiliki posisi sebagai *marketing and business analyst*. Penulis ditempatkan dalam tim yang bertanggung jawab atas proses pemasaran salah satu produk Widya robotics yaitu Mynitro. Aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama kegiatan magang antara lain pengenalan produk, analisis kompetitor, analisis *market size*, analisis SWOT, analisis STP, dan analisis internal 7P. Penulis mendapat banyak ilmu, wawasan, dan relasi baru dalam kegiatan magang ini. Hal ini bisa menjadi bekal bagi penulis dalam menempuh karir kedepannya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Revolusi industri 4.0 di Indonesia menjadi topik yang terus diperbincangkan beberapa tahun terakhir. Pemanfaatan teknologi di era revolusi digunakan untuk menjawab berbagai tantangan yang ada pada setiap industri di Indonesia (Marsudi & Widjaja, 2019). Pfeiffer (2016) menjelaskan tantangan yang ada antara lain menipisnya sumber daya dunia, efisiensi proses produksi, dan perubahan demografis (Marsudi & Widjaja, 2019). Selain itu, pemanfaatan teknologi juga digunakan oleh pelaku bisnis untuk menciptakan inovasi dalam bisnis yang memberikan kemudahan pada konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Teviningrum & Urfa, 2021).

Saat ini banyak perusahaan yang mulai mengadopsi inovasi cerdas seperti *artificial intelligence (AI)* dan robotika dalam proses bisnis mereka untuk meningkatkan efisiensi produksi (Yogaswara, 2019). Huang dan Rust (2018) mengartikan *artificial intelligence (AI)* atau kecerdasan buatan sebagai suatu teknologi yang memiliki kemampuan kecerdasan seperti manusia yang digunakan sebagai sumber inovasi masa kini (Arviollisa, Chan, & Nirmalasari, 2021). Salah satu perusahaan mengembangkan AI dan robotika adalah Widya Robotics.

Widya Robotics adalah salah satu perusahaan pengembang teknologi di Asia yang merupakan anak perusahaan dari PT. Widya Inovasi Indonesia. Widya Robotics menawarkan berbagai macam layanan dan produk inovasi dengan mengembangkan teknologi *artificial intelligence (AI)*, otomasi, dan robotika untuk membantu mitra perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis. Mynitro merupakan salah satu produk Widya Robotics yang menghadirkan teknologi praktis dalam pengisian nitrogen pada ban kendaraan. Mynitro mengadopsi *self-service technologies (SST)* yang membuat konsumen dapat mengisi sendiri nitrogen pada ban kendaraan dengan sistem pembayaran non tunai.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan kegiatan magang di Widya Robotics atas pertimbangan perkembangan teknologi saat ini

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan kedudukan Widya Robotics sebagai salah satu perusahaan pengembang teknologi di Asia. Penulis juga memiliki latar belakang di bidang pemasaran sesuai dengan posisi yang ditawarkan oleh perusahaan yaitu sebagai *marketing and business analyst*. Selain itu, penulis juga memiliki ketertarikan untuk mengetahui bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan di industri teknologi.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan magang ini mulai dilaksanakan pada hari senin, 14 Februari 2022 sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh perusahaan. Waktu dan tempat pelaksanaan sebagai berikut:

Perusahaan : PT. Widya Inovasi Indonesia
Alamat : Jl. Palagan Tentara Pelajar KM 7.5 No.31A, Kab. Sleman, DIY
Periode : 14 Februari 2022 – 29 Juli 2022
Posisi : *Marketing and business analyst*

PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

Latar Belakang Perusahaan

Widya Robotics merupakan anak perusahaan dari PT. Widya Inovasi Indonesia yang didirikan pada tahun 2018. Berkantor pusat di Yogyakarta, Widya Robotics menjadi salah satu perusahaan rintisan anak bangsa yang bergerak di sektor teknologi. Pendiri Widya Robotics adalah seorang anak muda bernama Alwy Herfian Satriatama yang merupakan lulusan elektronika dan instrumentasi, Universitas Gadjah Mada. Saat ini beliau menjabat sebagai Co-Founder dan CEO dari perusahaan ini.

Widya Robotics menghadirkan berbagai inovasi teknologi berbasis *artificial intelligence (AI)*, otomasi, dan robotika. Pemanfaatan AI digunakan dalam menerapkan fungsi computer vision yang bisa menggantikan panca indera manusia misalnya mata. Sistem AI dimasukan kedalam kamera yang kemudian bisa mendeteksi setiap objek yang ditangkapnya. Kemudian pengembangan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

roboika yang memungkinkan sebuah alat bisa bergerak secara otomatis tanpa bantuan tenaga manusia.

Beberapa inovasi teknologi yang diciptakan Widya Robotics antara lain *load scanner* yang membantu proses pengukuran berat muatan hasil tambang di industri pertambangan, serta digunakan juga pada perkebunan kelapa sawit, *intelligent gate* yaitu palang pintu otomatis yang membantu pengawasan kelengkapan atribut pakaian pada tenaga kerja di bidang konstruksi, mynitro yaitu mesin pengisian nitrogen kendaraan *self-service*, dan inovasi teknologi lainnya. Sampai dengan saat ini, produk Widya Robotics sudah digunakan baik di dalam negeri, maupun di luar negeri. Perusahaan swasta asal Myanmar memanfaatkan produk Widya Robotics untuk mengoptimalkan pekerjaan proyek di bidang konstruksi.

Lingkup Unit Kerja

Dalam melaksanakan kegiatan magang, penulis berada di dalam divisi *marketing & sales*. Divisi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu *advisor*, *public relations*, dan *business development*. Selama pelaksanaan magang, penulis diawasi oleh Bapak Denny Wijayanto yang menjabat sebagai *marketing advisor* di Widya Robotics.

Marketing advisor memiliki tugas untuk membantu tim *marketing* dalam melakukan riset pemasaran. Riset yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui peluang bagi perusahaan serta menganalisis strategi dan aspek pemasaran. Hasil riset dan analisis yang didapat akan digunakan sebagai arahan dalam melakukan pemasaran yang efektif. Peran *marketing advisor* sangat membantu Widya Robotics sebagai perusahaan rintisan dalam mencapai target pemasarannya.

Aktivitas Magang

Dalam kegiatan magang ini, penulis memiliki posisi sebagai *marketing and business analyst*. Penulis ditempatkan dalam tim yang bertanggung jawab atas proses pemasaran salah satu produk Widya Robotics yaitu Mynitro. Pekerjaan yang dilakukan penulis sebagai *marketing and business analyst* di antaranya yaitu:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengenalan Produk

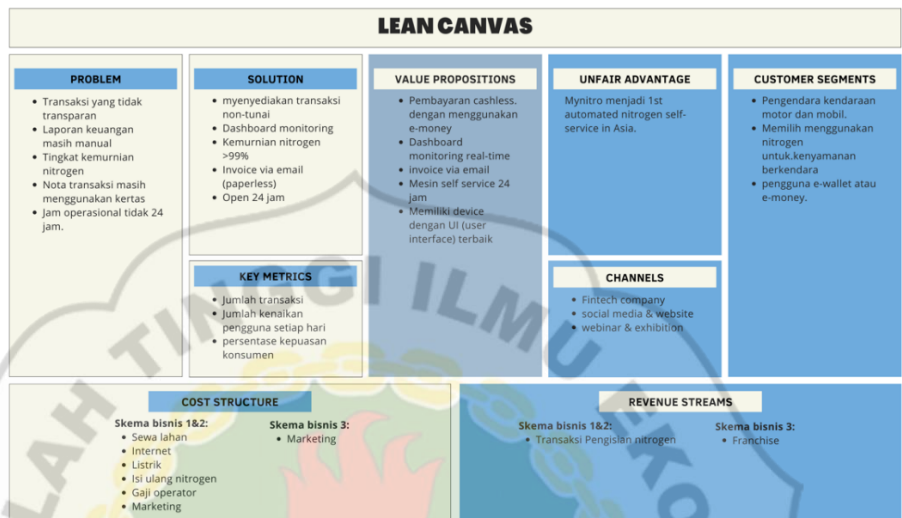
Pada awal kegiatan magang penulis diberikan informasi tentang salah satu produk teknologi Widya Robotics yaitu Mynitro. Pengenalan produk ini langsung dipimpin oleh Product Manajer Widya Robotics dan mentor peserta magang. Berikut merupakan beberapa informasi terkait produk Mynitro:

- Mynitro merupakan instalasi pengisian nitrogen bagi ban kendaraan yang menerapkan sistem layanan *self-service* dengan transaksi non tunai (*cashless*). Hal ini menjadikan Mynitro sebagai *1st automated and cashless nitrogen in Asia*. Saat ini Mynitro sudah memiliki 49 lokasi di Indonesia.
- Dalam melakukan transaksi, konsumen dapat menggunakan *e-money* atau *digital payment* untuk melakukan pembayaran. Mynitro menerima pembayaran melalui LinkAja, Ovo, Gopay, Dana, Qris, dan ShopeePay. Pengisian nitrogen hanya dapat dilakukan setelah melakukan pembayaran.
- Widya Robotics ingin membawa Mynitro lebih dekat dengan konsumen dengan membuka peluang untuk menghadirkan Mynitro di tengah-tengah masyarakat. Hal ini dilakukan agar Mynitro dapat dengan mudah diakses dan cepat dijangkau oleh konsumen.
- Mynitro memiliki tiga skema bisnis yaitu:
 1. Skema 1: Widya Robotics sebagai pemilik dan yang menjalankan operasional Mynitro.
 2. Skema 2 (Investasi): Widya Robotics sebagai pemilik dan yang menjalankan operasional Mynitro. Sedangkan investasi datang dari pihak ke-2. Skema ini menerapkan prinsip bagi hasil di mana 65% investor dan 35% perusahaan. Harga yang investasi dimulai dari Rp99.000.000.
 3. Skema 3 (*franchise*): Pihak 2 sebagai pemilik dan juga menjalankan operasional Mynitro. Harga *franchise* dimulai dari Rp115.000.000.

Pengenalan akan produk Mynitro dilanjutkan dengan menganalisis model bisnis dan mempelajari skema serta strategi *marketing* dalam industri

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

artificial intelligence. Penulis melakukan analisis dengan menggunakan *lean canva* yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Lean Canva Mynitro



Gambar 2. 2 Booth Mynitro

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis Kompetitor

Analisis terhadap kompetitor dilakukan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan pesaing yang ada di dalam negeri, serta untuk melihat peluang perusahaan. Analisis kompetitor dilakukan dengan matriks sesuai dengan produk perusahaan. Penulis melakukan analisis kompetitor terhadap produk Mynitro sebagai salah satu produk yang dikembangkan oleh Widya Robotics. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan indikator fitur yang ditawarkan oleh produk.

Analisis Kompetitor Dalam Negeri

Tabel 2. 1 Perbandingan Kompetitor Dalam Negeri

	Mynitro	Green Nitrogen
Pelayanan	Self-service	Manual
Pembayaran	Cashless	Cash
Jam Operasional	24 jam	13 jam (08.00 – 21.00)
Bukti pembayaran	Via email	Manual - kertas
Dashboard monitoring	yes	no
Harga Investasi	Start from 99 juta	Start from 120 juta
Jumlah Lokasi	51	± 500

Salah satu kompetitor Mynitro di Indonesia adalah Green Nitrogen. Green Nitrogen merupakan unit usaha milik PT. global Insight Utama yang menyediakan pengisian nitrogen bagi kendaraan. PT. Pertamina Lubricants, anak perusahaan PT Pertamina (Persero) bekerjasama dengan Green Nitrogen, unit usaha PT. Global Insight utama meluncurkan bengkel Enduro Express. Enduro Express menyediakan layanan servis ringan seperti ganti oli dan pengisian nitrogen bagi kendaraan. Berdasarkan tabel 2.2 dapat kita ketahui bahwa Mynitro memiliki fitur yang lebih unggul dan memiliki harga investasi yang lebih murah dari pesaing. Namun jumlah lokasi Mynitro masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan pesaing. Hasil analisis ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan untuk membuat strategi bisnis yang baru.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis Pasar 1

Analisis pasar 1 dilakukan untuk mengetahui target pasar serta kompetitor perusahaan dengan lebih spesifik. Penulis melakukan analisis pasar 1 terhadap produk Mynitro. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan metode *market sizing* yaitu dengan pendekatan TAM, SAM dan TM.

Total addressable market (TAM) yang tersedia dilihat dari jumlah kendaraan bermotor yang ada di Indonesia. Berikut merupakan data jumlah kendaraan bermotor tahun 2020:

Tabel 2. 2 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Tahun 2020

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan bermotor 2020
Mobil Penumpang	15.797.746
Mobil Bis	233.261
Mobil Barang	5.083.405
Sepeda Motor	115.023.039
Jumlah	136.137.451

Sumber: BPS 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat kita ketahui bahwa *total addressable market* (TAM) yang tersedia adalah sebesar 136 juta. Angka ini didapat dari jumlah semua jenis kendaraan yang ada di Indonesia pada tahun 2020. TAM menggambarkan total keseluruhan konsumen yang berpeluang menjadi pasar perusahaan.

Servicable available market (SAM) yang ada dapat dilihat dari jumlah kendaraan bermotor yang menjadi target Mynitro. Mobil penumpang dan sepeda motor menjadi bagian dari total pasar yang dapat dilayani oleh Mynitro. Berikut merupakan data jumlah mobil penumpang dan sepeda motor yang ada di Indonesia pada tahun 2020:

Tabel 2. 3 Jumlah Mobil Penumpang dan Sepeda Motor tahun 2020

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan bermotor 2020
Mobil Penumpang	15.797.746

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sepeda Motor	115.023.039
Jumlah	130.820.785

Sumber: BPS 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat kita ketahui bahwa *servicable available market* (SAM) yang tersedia adalah sebesar 130,8 juta. Angka ini didapat dari jumlah jenis kendaraan mobil penumpang dan sepeda motor yang menjadi fokus perusahaan. SAM menggambarkan ketersediaan pasar yang dapat dijangkau perusahaan.

Target market (TM) dapat dilihat dari pangsa pasar (*market share*) yang dimiliki oleh Mynitro di Indonesia. Perhitungan *market share* dilakukan dengan membandingkan omset rata-rata bulanan mynitro dan Green Nitrogen sebagai pesaing Mynitro. *Market share* yang dimiliki Mynitro adalah sebesar 5,6%.

Analisis Internal dan Eksternal

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan. Analisis ini akan membantu perusahaan dalam mempertimbangkan keputusan pemasaran yang dibuat. Penulis melakukan analisis dengan menjabarkan *threat*, *opportunity*, *weakness* dan *strength* (SWOT) dari produk yang dikembangkan Widya Robotics yaitu Mynitro. Berikut merupakan hasil analisis SWOT Mynitro:

Tabel 2. 4 Analisis SWOT Mynitro

Strength: <ul style="list-style-type: none">• <i>Self-service.</i>• <i>Cashless.</i>• <i>Dashboard monitoring.</i>• <i>Paperless (Invoice via email).</i>	Opportunities: <ul style="list-style-type: none">• Trend pembayaran <i>cashless</i> dan layanan <i>self-service.</i>• Permintaan yang tinggi.
Weakness: <ul style="list-style-type: none">• Lokasi masih sedikit jika dibandingkan pesaing.	Threats: <ul style="list-style-type: none">• Munculnya kompetitor sejenis.• Bengkel yang menawarkan nitrogen gratis.• Penggunaan angis biasa yang masih banyak.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan analisis SWOT di atas, penulis mendapat gambaran akan kondisi internal dan eksternal perusahaan, sehingga penulis dapat membuat strategi bisnis yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 5 Strategi Bisnis Mynitro

	Opportunities (O)	Threats (T)
Strengths (S)	<ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan jaringan pemasaran dengan <i>digital marketing</i>.• <i>Personal sales</i> (untuk menarik investor)	<ul style="list-style-type: none">• Mempertahankan keunggulan yang ada.• Melakukan edukasi tentang keunggulan nitrogen dibandingkan angin biasa.
Weakness (W)	<ul style="list-style-type: none">• Melakukan <i>pitching</i> ke calon investor.• Riset lokasi potensial untuk menjalankan skema bisnis 1.	<ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan Kualitas teknologi.• Menciptakan kepercayaan pada konsumen.

Analisis Pasar 2

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pasar serta membantu perusahaan dalam menentukan pasar sasaran. Proses analisis dilakukan penulis dengan menggunakan metode STP yaitu dengan menganalisis faktor *segmenting*, *targeting* dan *positioning* pada produk Mynitro.

1. Segmenting

Proses segmentasi dikelompokkan menjadi segmentasi geografis, segmentasi geografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku. Berikut merupakan segmentasi dari Mynitro:

- Segmentasi Geografis: Masyarakat yang berada di wilayah Indonesia.
- Segmentasi demografis: Semua jenis kelamin, semua jenis pekerjaan dan Pendidikan, usia di atas 17 tahun, dan penghasilan minimal UMR.
- Segmentasi psikografis: Terbiasa dengan teknologi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Segmentasi perilaku: Konsumen yang menyukai *self-service* dan *cashless*.

2. Targeting

Dalam proses bisnisnya, Mynitro menargetkan pengguna kendaraan sepeda motor dan mobil di Indonesia khususnya yang menggunakan *e-money* atau *e-wallet* dalam kesehariannya. Layanan *self-service* yang ditawarkan Mynitro ditargetkan bagi konsumen yang menginginkan pengisian nitrogen yang praktis dengan operasional 24 jam.

3. Positioning

Mynitro memosisikan diri sebagai pelopor pengisian nitrogen otomatis dan *cashless* pertama di Asia. Dua ciri khas utama yang dimiliki Mynitro dan tidak dimiliki pesaingnya adalah sistem pembayaran *cashless* dan *business dashboard real-time* yang dapat diakses oleh pemilik Mynitro untuk memantau setiap transaksi.

Analisis Internal 7P

Analisis ini dilakukan agar produk perusahaan bisa bersaing di pasar. Analisis ini dilakukan penulis dengan menggunakan pendekatan *product, price, place, dan promotion* dari Mynitro yang merupakan produk Widya Robotics.

- a. *Product*: Dalam bisnis Mynitro, produk yang ditawarkan perusahaan berupa vending machine pengisian nitrogen, tabung nitrogen, modem, CCTV dan dashboard monitoring yang tergabung kedalam 1 paket pembelian.
- b. *Price*: Perusahaan menyediakan 2 kisaran harga yaitu Rp99.000.000 (investasi) dan Rp115.000.000 (*franchise*).
- c. *Place*: Saluran distribusi megacu pada lokasi kantor widya robics yang ada di Yogyakarta. Atau bisa dengan menghubungi kontak yang ada di website Mynitro.
- d. *Promotion*: Promosi yang dilakukan oleh Mynitro adalah dengan menggunakan personal sales yang langsung kontak dengan calon investor, event, dan juga dengan pemanfaatan *digital marketing* seperti *email, sosial media, google ads*, dan lain sebagainya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- e. *People*: Orang yang terlibat dalam bisnis mynitor ini antara lain sales support dan aftersales backup yang akan menangani apabila terjadi masalah dikemudian hari serta adanya masa training diawal pembelian.
- f. *Process*: Proses yang dilalui dimulai dari riset lokasi potensial, diskusi kemitraan, dealing dengan investor dan penempatan Mynitro (*deploy Mynitro*).
- g. *Physical Evidence* (Bukti fisik): Tampilan booth mynitro didesain dengan khusus sehingga terlihat futuristik serta *device* pada instalasi pengisian yang menggunakan *user interface* terbaik dan terhubung pada panel *dashboard* bisnis.

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Kotler dan Keller (2007) mengartikan pemasaran sebagai sebuah proses membuat perencanaan serta pelaksanaan konsep, penetapan harga jual, promosi, dan distribusi, baik itu barang maupun jasa yang memuaskan individu dan kelompok (Noor, 2014). Kotler (2008) menambahkan bahwa individu dan kelompok akan mendapatkan keinginan dan kebutuhan mereka di dalam proses pemasaran dengan menciptakan proses pertukaran dengan individu lainnya (Diniaty & Agusri, 2014). Dengan demikian pemasaran adalah proses yang menciptakan, mengkomunikasikan dan mempertukarkan tawaran yang bernilai kepada individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhannya.

Analisis kompetitor

Analisis kompetitor atau pesaing merupakan sebuah analisis yang menganalisis kondisi pesaing berdasarkan jumlah dan siapa saja yang menjadi pesaing perusahaan serta keunggulan dan kelemahan pesaing (Rapitasari, 2016). Dengan melakukan analisis kompetitor perusahaan dapat melihat semua pesaing yang memasarkan produk sejenis dan menargetkan pasar yang sama (Labib & Wibawa, 2019). Analisis kompetitor ini memberikan masukan pada perusahaan akan posisi perusahaan saat ini.

Analisis Market Size

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Marimin (2004) menyatakan bahwa analisis *market size* merupakan analisis yang membantu perusahaan dengan tujuan untuk mengetahui posisi perusahaan (Savitri, Sumarwan, & Kurniawan, 2014). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan TAM, SAM dan TM.

TAM (*total addressable market*) merupakan jumlah keseluruhan konsumen yang memiliki peluang untuk menjadi pasar pada sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. SAM (*Servicable available market*) merupakan bagian dari TAM yang memiliki potensi untuk dijangkau oleh perusahaan. TM (*Target market*) merupakan bagian dari pasar potensial yang benar-benar menggunakan produk perusahaan (Setyaningsih, Nuabdi, & Muna, 2019). TM dapat diketahui dari *market share* perusahaan dengan menggunakan data penjualan (Savitri, Sumarwan, & Kurniawan, 2014). *Market share* merupakan presentase dari penjualan yang ada di dalam sebuah industri (Devila & Hamran, 2021). *Market share* biasanya digunakan oleh perusahaan untuk membandingkan performa perusahaan dan kompetitornya.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menyusun strategi bisnis dengan melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan (Sulistiani, 2014). SWOT sendiri merupakan kepanjangan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Dengan menggunakan analisis SWOT perusahaan dapat menentukan startegi mana yang paling efektif dalam memanfaatkan kesempatan dengan kekuatan yang dimiliki, serta mengatasi ancaman yang datang dari luar dan meminimalisir kelemahan yang dimiliki persusahaan (Sapari, 2022). Dwi Sulistiani (2014) menjabarkan analisis SWOT sebagai *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Analisis STP

Analisis STP melalui 3 tahap yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Kotler (2008) menjelaskan bahwa proses *segmenting* pada dasarnya merupakan strategi yang digunakan untuk kebutuhan dan keinginan yang dimiliki pasar, sedangkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

proses *targeting* merupakan proses yang dilalui perusahaan dengan mengevaluasi segmen pasar dan menentukan segmen mana yang menjadi target utama perusahaan dalam memasarkan produknya (Mujahidin & Khoirianingrum, 2019). Proses yang terakhir yaitu *positioning* yaitu proses bagaimana konsumen bisa masuk ke benak konsumen, sehingga konsumen memiliki persepsi yang baik akan produk yang dipasarkan perusahaan (Mujahidin & Khoirianingrum, 2019).

Analisis Internal 7P

Akhmad Safi'I et al. (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa salah satu strategi pemasaran terpadu adalah dengan menggunakan analisis internal 7p atau yang biasa dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan perpaduan alat pemasaran yang dapat dikendalikan perusahaan untuk menciptakan respon yang baik dengan memuaskan pasar sasaran (Andriyanto, Syamsiar, & Widowati, 2019). Alat tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyusun strategi perusahaan yang dapat memberikan pengaruh terhadap permintaan produk yang dipasarkan oleh perusahaan (Safi'i, et al., 2022).

Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa bauran pemasaran terdiri atas 7 variabel yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (Bukti fisik).

PERMASALAHAN DAN PEMBAHASAN

Permasalahan

Permasalahan yang didapat penulis selama melakukan kegiatan magang di Widya Robotics sebagai berikut:

1. Dalam melakukan analisis pasar terhadap produk Mynitro, penulis menemukan adanya kendala yang dialami oleh konsumen dalam melakukan pembayaran dikarenakan konsumen tidak memiliki *e-money*.
2. Banyaknya kompetitor tidak langsung (*indirect competitor*) di Indonesia yang sulit untuk diketahui dan dianalisis oleh penulis.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Penulis mengalami kesulitan dalam menghitung *market share* karena tidak tersedianya data penjualan dari setiap lokasi Mynitro yang ada di Indonesia.

Pembahasan

Pembahasan terkait permasalahan yang didapat penulis selama kegiatan magang adalah sebagai berikut:

1. Penulis menemukan adanya kendala yang dialami oleh konsumen dalam melakukan pembayaran dikarenakan konsumen tidak memiliki *e-money* saat hendak mengisi nitrogen. Permasalahan ini ditemukan penulis saat melakukan analisis pasar pada produk Mynitro. Kendala ini dialami oleh konsumen Mynitro yang berada di Jl. Karang Sari, Wedomartani, Ngeplak, Sleman, Yogyakarta. Ini merupakan lokasi Mynitro yang pertama dan satu-satunya di Yogyakarta. Permasalahan terjadi ketika konsumen hendak melakukan pengisian nitrogen pada ban kendaraan namun terkendala dikarenakan metode transaksi *cashless* menggunakan *e-money*. Dalam kasus ini konsumen bersedia untuk membayar berapa pun dengan uang tunai agar dapat menggunakan Mynitro.

Dalam proses bisnisnya, Mynitro menargetkan pengguna kendaraan seperda motor dan mobil khususnya yang menggunakan *e-money* dalam kesehariannya. Perilaku konsumen di sini tidak termasuk ke dalam pasar yang menjadi target perusahaan. Namun permasalahan ini membuat perusahaan berada di posisi yang sulit karena tidak bisa mengabaikan konsumen begitu saja. Kasus seperti ini terjadi beberapa kali di lokasi yang sama. Perusahaan menanggapi permasalahan ini dengan memperkerjakan operator di lokasi tersebut. Setelah beberapa waktu, penghasilan terbesar didapat oleh Mynitro dari metode transaksi tunai di lokasi tersebut.

Kejadian ini memberikan pertanyaan bagi perusahaan terkait pasar yang menjadi target perusahaan. Kotler (2008) menjelaskan bahwa *targeting* merupakan proses yang dilalui perusahaan dengan mengevaluasi segmen pasar dan menentukan segmen mana yang menjadi target utama perusahaan dalam memasarkan produknya (Mujahidin dan Khoirianingrum, 2019).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Selain itu, perusahaan juga diberikan tantangan untuk mendorong penggunaan *e-money* dalam melakukan transaksi.

2. Dalam melakukan analisis kompetitor, penulis mengalami kesulitan yaitu banyaknya kompetitor tidak langsung yang berada di Indonesia sulit untuk diketahui dan dianalisis oleh penulis. Kompetitor tidak langsung (*indirect competitor*) dapat didefinisikan sebagai perusahaan-perusahaan lain yang menargetkan pasar yang sama tetapi memiliki karakteristik produk yang berbeda (Labib dan Wibawa, 2019). Green nitrogen merupakan salah satu kompetitor tidak langsung yang ada di pasar.

Selain Green nitrogen, di Indonesia sendiri dapat dijumpai tempat pengisian nitrogen di tempat usaha seperti toko ban kendaraan dan juga bengkel kecil maupun menengah. Banyaknya kompetitor tidak langsung ini membuat penulis kesulitan untuk mengetahui lokasi dan jumlah dari toko ban kendaraan dan bengkel yang ada di seluruh Indonesia, sehingga analisis kompetitor yang dibuat menjadi tidak maksimal. Muhggni dan Wibawa (2019) menjelaskan bahwa analisis kompetitor dapat memberikan masukan pada perusahaan akan posisi perusahaan saat ini. Kurangnya informasi mengenai kompetitor akan mengurangi masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi bisnis. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak benar-benar mengetahui pengaruh yang diberikan kompetitor-kompetitor ini bagi pasar yang juga menjadi target pasar perusahaan.

3. Dalam melakukan analisis *market size* perusahaan, penulis kesulitan dalam menghitung *market share*. Devila dan Hamran (2021) menjelaskan bahwa *Market share* merupakan presentase dari penjualan yang ada di dalam sebuah industri. Dengan demikian perhiungan *market share* Mynitro harus menggunakan data penjualan dari setiap lokasi Mynitro yang ada di Indonesia. Ketidaktersediaan data penjualan dari setiap lokasi Mynitro ini membuat penulis hanya menggunakan data penjualan rata-rata yang didapat penulis dari mentor saat kegiatan magang, sehingga hasil perhitungan *market share* yang didapat penulis menjadi tidak akurat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan magang yang telah dilakukan penulis di Widya Robotics yaitu:

1. Selama kegiatan magang, penulis bisa dengan baik menerapkan ilmu yang sudah didapat dalam bidang pemasaran.
2. Selama kegiatan magang, penulis mendapat wawasan terkait posisi yang didapat oleh penulis yaitu marketing and business analyst.
3. Selama kegiatan magang, penulis terus berkonsultasi dengan mentor untuk menyelesaikan kendala yang dialami selama kegiatan magang. Hal ini melatih mental penulis dalam menghadapi kendala dalam dunia kerja.

Rekomendasi

Berdasarkan permasalahan yang didapat selama melakukan kegiatan magang di Widya Robotics, penulis memberikan rekomendasi bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat terus mengedukasi pasar akan penggunaan mesin *self-service* dengan pembayaran *e-money*. Edukasi ini bisa disalurkan perusahaan melalui media online seperti sosial media perusahaan dan media cetak seperti spanduk, koran, dan lain sebagainya. Dengan memberikan edukasi kenyamanan dan kemudahan menggunakan layanan *self-service* dengan pembayaran *e-money* akan mendorong minat konsumen untuk mulai menggunakannya.
2. Perusahaan dapat melakukan analisis kompetitor yang berfokus pada lokasi-lokasi di mana Mynitro berada dan lokasi yang memiliki potensial untuk ditematkannya Mynitro. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mengumpulkan informasi terkait kompetitor perusahaan terutama kompetitor tidak langsung yang jumlahnya sangat banyak.
3. Perusahaan dapat menggunakan total penjualan dari seluruh lokasi mynitro untuk menghitung *market share* perusahaan. Dengan menggunakan total

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penjualan akan menghasilkan perhitungan yang lebih akurat jika dibandingkan dengan perhitungan menggunakan rata-rata penjualan.

Refleksi Diri

Setelah menyelesaikan kegiatan magang di Widya Robotics, penulis mendapatkan banyak sekali ilmu baru. Ilmu yang didapat penulis yaitu pemahaman akan perusahaan rintisan dan proses pemasaran dari perusahaan di industri teknologi. Penulis juga mendapat pelatihan dalam membuat *pitch deck* yang umumnya digunakan oleh perusahaan untuk menarik investor.

Kegiatan magang ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengasah *soft skill* antara lain kerjasama dalam tim, *critical thinking*, *problem solving*, *time manajement*, dan cara berkomunikasi yang baik di dunia kerja. Selain itu penulis juga mendapatkan kesempatan untuk bertemu dengan orang-orang baru dan menambah relasi bagi penulis. Selama kegiatan magang, penulis banyak bertukar pikiran dengan teman kantor yang menambah wawasan bagi penulis.

Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan yang dimiliki, namun penulis juga mendapat banyak sekali masukan yang membuat penulis semakin berkembang. Hal ini bisa dilihat dari manajemen waktu, kedisiplinan, dan tanggung jawab akan pekerjaan yang semakin membaik. Semoga ilmu dan relasi yang didapat selama kegiatan magang ini bisa menjadi bekal bagi penulis dalam menempuh karir di masa depan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum. *Jurnal Dinamika Sosial*, 20(1), 26-38.
- Arviollisa, P. A., Chan, A., & Nirmalasari, H. (2021). The Effect Of Artificial Intelligence (Ai) On Customer Experience (Study Of Gojek User In Bandung, West Java). *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 115-124.
- Devila, R., & Hamran. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi Terhadap Market Share Pada PT. Semen Tonasa Di Wilayah Pasar Sulawesi Selatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(6), 10429-10428.
- Diniaty, D., & Agusrinal. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 11(2), 175-184.
- Farid, F. F., Musadieg, M. A., & Ruhana, I. (2015). Gambaran Restrukturisasi Organisasi (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Malang Tentang Bentuk, Jenis, Faktor Pendorong, Faktor Penghambat Restrukturisasi dan Desain Struktur Organisasi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2).
- Hardianti, Y., & Martini, E. (2016). Analisis Strategi 4P (Product, Price, Place, Promotion) dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) PT. Cipta Master Perkasa. *eProceedings of Management*, 3(2).
- Labib, A. M., & Wibawa, B. M. (2019). Analisis Peta Kompetitor Industri Mobile Payment Di Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(1), 21-26.
- Marsudi, A. S., & Widjaja, Y. (2019). Industri 4.0 dan Dampaknya Terhadap Financial Technology Serta Kesiapan Tenaga Kerja Di Indonesia. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 2(2), 1-10.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 2)*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga*, 14(2).
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *CAKRAWALA*, 10(2), 107-112.
- Safi'i, A., Nugroho, B., Kirana, I., Muhammadi, Kamaluddin, R., Damanik, R. D., & Sulistiadi, W. (2022). Dampak Marketing Mix "Physical Environment" Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit: Literature Review. *Jurnal administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 7(2), 40-45.
- Savitri, D. A., Sumarwan, U., & Kurniawan, B. P. (2014). Daya Saing Dan Model Pemasaran Sentra Industri Usaha Kerajinan Sangkar Burung Perkutut. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(1), 24-32.
- Sapari, D. (2022). Analisis Swot Sebagai Alat Penetapan Strategi Umum Organisasi (Studi Kasus Pada Universitas Pamulang). *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)* 2, no.2 (2022).
- Setyaningsih, D., Nuabdi, S. R., & Muna, N. (2019). Pengembangan Produk Obat Kumur Konsentrat Dengan Bahan Aktif Minyak Atsiri Daun Sirih Dan Daun Cengkeh. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 29(3).
- Sulistiani, D. (2014). Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *El-Qudwah*.
- Teviningrum, S., & Urfa, F. (2021). Analisis Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran, Studi Kasus Di Mcdonald's Tb Simatupang, Jakarta. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 11-22.
- Yogaswara, R. D. (2019). Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta. *Mazy. Telematika dan Inf*, 10(1), 68.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



repository.stieykpn.ac.id