



## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Pada Semester Ganjil 2023/2024, hari Senin, tanggal 06 November 2023, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : Fathur Rohman  
No. Mahasiswa : 19311342  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS KEUNGGULAN DAN POSITIONING MY-NITRO:  
STUDI PADA INDUSTRI LAYANAN PENGISIAN NITROGEN  
Pembimbing : Istyakara Muslichah, S.E., MBA.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

### Lulus Ujian Tugas Akhir

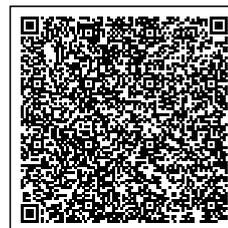
Nilai : A-  
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

#### Tim Penguji:

Ketua Tim : Istyakara Muslichah, S.E., MBA.  
Anggota Tim : Sumadi, Drs., M.Si., Dr.

Yogyakarta, 06 November 2023

Ketua Program Studi Manajemen,



Abdur Rafik, SE., M.Sc.  
NIK. 133110105

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

**TUGAS AKHIR BERJUDUL**

**ANALISIS KEUNGGULAN DAN POSITIONING MY-NITRO: STUDI PADA INDUSTRI LAYANAN  
PENGISIAN NITROGEN**

Disusun oleh : Fathur Rohman

Nomor Mahasiswa : 19311342

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Senin, 06 November 2023

Penguji/Pembimbing TA : Istyakara Muslichah, S.E., MBA.

Penguji : Sumadi, Drs., M.Si., Dr.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D.

**ANALISIS KEUNGGULAN DAN POSITIONING MY-NITRO:  
STUDI PADA INDUSTRI LAYANAN PENGISIAN NITROGEN  
LAPORAN MAGANG**



Ditulis Oleh:

Nama : Fathur Rohman

Nomor Mahasiswa : 19311342

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**ANALISIS KEUNGGULAN DAN POSITIONING MY-NITRO:  
STUDI PADA INDUSTRI LAYANAN PENGISIAN NITROGEN**



**TUGAS AKHIR MAGANG**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Ditulis Oleh:

Nama : Fathur Rohman  
Nomor Mahasiswa : 19311342  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Peminatan : Pemasaran

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fathur Rohman

NIM : 19311342

Fakultas : Bisnis dan Ekonomika

Jurusan : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan dalam pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman/sanksi apapun sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Oktober

Dengan hormat,



A handwritten signature in black ink, appearing to be "Fathur Rohman".

(Fathur Rohman)

## **PENGESAHAN TUGAS AKHIR MAGANG**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Universitas Islam Indonesia.

Nama : Fathur Rohman

Nomor Mahasiswa : 19311342

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

**Dosen Pembimbing,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Istyakara Muslichah', with a small asterisk-like mark at the end of the signature.

Istyakara Muslichah, S.E., MBA.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* rasa syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Laporan Akhir Magang yang berjudul “**Analisis Keunggulan dan Positioning My-Nitro: Studi Pada Industri Layanan Pengisian Nitrogen**” dengan baik dan lancar. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan agung baginda Nabi Muhammad SAW, yang diharapkan syafaatnya kelas.

Laporan Tugas Akhir Magang ini ditulis dengan berbagai rangkaian proses, Dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana Strata-1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis Menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan laporan akhir magang ini sehingga, penulis berharap pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun sebagai perbaikan. Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini melibatkan beberapa pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan bantuannya. Demikian, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan segala kerendahan hati kepada:

1. Bapak, Mamah, Bunda, Tante, Om dan seluruh keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, nasihat, dan memberikan semangat kepada penulis. Terima kasih banyak.

2. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.S., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Johan Arifin, S.E., M. Si., Ph.D. selaku ketua Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Abdur Rafik, SE., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Istyakara Muslichah, S.E., MBA selaku dosen pembimbing yang selalu membantu penulis menyelesaikan masalah pada kegiatan magang, proses penulisan laporan akhir, selalu memberikan arahan ketika bimbingan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kebaikan Ibu. Aamiin.
6. Bapak Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan para staf Akademik dan staf Program Studi Manajemen yang membantu penulis dalam hal administrasi.
7. Indonesia. Widya Inovasi Indonesia (Widya Robotics) selaku mitra di program Magang Studi Independen Bersertifikat Kemdukbudristek Angkatan 2 2022.
8. Teman – teman magang Widya Robotics khususnya divisi *Marketing Business Analysis* yang selalu bekerja sama dalam proyek magang dengan baik dan semangat.
9. Teman – teman *DzuuQuwwah* Jogja, selaku teman SMA yang selalu *support* penulis dalam mengerjakan Laporan Tugas Akhir.
10. Terima kasih kepada diri saya sendiri, yang selalu berusaha dan melakukan dengan semangat selama pembuatan Laporan Akhir Magang

## HALAMAN MOTTO

لَا تَحْتَقِرْ مَنْ دُونِكَ فَكُلِّ شَيْءٍ مَزِيَّةٌ

“Janganlah kamu menghina orang yang lebih rendah darimu karena segala sesuatu memiliki kelebihan.”

\*\*\*\*

*“Process, Progress, and Succes”*

## ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk meneliti Keunggulan dan Positioning MyNitro PT Widya Inovasi Indonesia (Widya Robotics). Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan kebiasaan masyarakat yang berubah sehingga adanya penyesuaian produk MyNitro untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan pengambilan data dilakukan melalui observasi dan penugasan analisis selama magang. MyNitro memiliki sistem *self service* dan Pembayaran non tunai (*cashless*) sebagai keunggulan kompetitif. Berdasarkan hasil analisis *Porter's Five Forces* mendapatkan hasil bahwa persaingan industri MyNitro cenderung sedang, hal ini diketahui dari jumlah pesaing yang ada di Indonesia, yaitu GreenNitrogen yang merupakan kompetitor dari MyNitro.

Kata kunci: *Porter's Five Forces*, *self service*, keunggulan dan positioning MyNitro

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN JUDUL TUGAS AKHIR MAGANG.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR MAGANG .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Profil Perusahaan .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Tujuan Magang .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5 Manfaat Magang .....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>17</b>
2.1.1 Pengembangan Inovasi Teknologi.....	18
2.1.2 Keunggulan Produk.....	20
2.1.3 Analisa SWOT.....	22
2.1.4 Porter's Five Forces Model.....	23
<b>2.2 Kerangka kerja .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>3.2 Unit Analisis .....</b>	<b>26</b>

<b>3.3</b>	<b>Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>26</b>
3.3.1	Observasi Proyek.....	29
3.3.2	Data Sekunder.....	29
<b>BAB IV HASIL PELAKSANAAN PROGRAM DAN DISKUSI .....</b>		<b>28</b>
<b>4.1</b>	<b>Pelaksanaan Magang.....</b>	<b>28</b>
<b>4.2</b>	<b>Hasil dan Diskusi .....</b>	<b>32</b>
4.2.1	Perkembangan MyNitro.....	34
4.2.2	Kelemahan dan Kelebihan Layanan Produk MyNitro.....	37
4.2.3	Perbandingan Positioning MyNitro dengan Kompetitor.....	47
4.2.4	Hasil Analisis <i>Porter's Five Forces Model</i> .....	55
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>61</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARA .....</b>		<b>63</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>63</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>64</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>66</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>		<b>68</b>

#### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Kompetitor MyNitro.....	5
Tabel 1.2	Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	10
Tabel 4.1	Data Skema Investasi MyNitro.....	34
Tabel 4.2	Rate Orde MyNitro.....	38
Tabel 4.3	Komparasi Fitur dan layanan GreenNitrogen.....	44
Tabel 4.4	Komparasi harga produk dan harga pembelian.....	45
Tabel 4.5	Komparasi Target Pasar.....	46
Tabel 4.6	Persaingan Antar Perusahaan (Porter's Five Forces).....	53
Tabel 4.7	Ancaman Pendetang baru (Porter's Five Forces).....	54
Tabel 4.8	Ancaman Produk Substitusi (Porter's Five Forces).....	57

Tabel 4.9 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (Porter's Five Forces).....	58
Tabel 4.10 kekuatan Tawar Menawar Pemasok (Porter's Five Forces).....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Transaksi Uang Elektronik Terhadap Total Transaksi.....	9
Gambar 1.2 Data Peningkatan Konsumen.....	12
Gambar 1.3 Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan Self Service Technology.....	13
Gambar 1.4 Hasil pilihan bertransaksi menggunakan Self Service Technology.....	13
Gambar 2.1 Kerangka Kerja.....	23
Gambar 4.1 Produk Load Scanner.....	30
Gambar 4. 2 Produk Intelligent Gate.....	31
Gambar 4. 3 Produk MyNitro.....	32
Gambar 4.4 Analisis Porter's Five Forces.....	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Profil Perusahaan**

Widya Robotics merupakan salah satu grup dari PT. Widya Inovasi Indonesia yang bergerak di bidang teknologi dan informasi yang berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intellegance*), Robotika, otomatisasi berlokasi di Jl. Palagan Tentara Pelajar KM 7.5, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. PT. Widya Inovasi Indonesia berdiri pada tahun 2018 yang didirikan oleh Alwy Herfian Satriatama sekarang sebagai CEO dari PT. Widya Inovasi Indonesia. Awalnya Widya merupakan sebuah group yang terdiri dari 8 group widya di antaranya Widya Robotics, Widya Skilloka, Widya Wicara, Widya Analytic, Widya Edu, Widya Imersif, Widya Security, Widya Matador. Dari semua grup tersebut Widya Robotics yang awal dikembangkan dan sampai saat ini Widya Robotics berkembang dan berinovasi.

Pada tahun 2019 Widya grup sudah resmi menjadi PT, dengan nama PT. Widya Inovasi Indonesia. Widya Robotics yang menjadi fondasi perusahaan ini berkembang dan berinovasi, widya robotics sudah banyak memproduksi berbagai produk seperti *Intelligence Gate*, *Load Scanner*, dan *MyNitro*, dan lainnya. Dari semua produk Widya Robotics menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) yang membantu dan memudahkan pekerjaan manusia. *Intelligent Gate* merupakan teknologi AI yang sudah terintegrasi

dengan *turnstile barrier* sebagai pintu gerbang untuk pengecekan kelengkapan pengguna Alat Pelindung Diri (APD) pekerja konstruksi, suhu tubuh, dan pengenalan wajah sebelum masuk area konstruksi. *Load Scanner* merupakan alat pengukur volume material yang diangkut oleh truk, dump truk, forklift, dan lainnya yang ada di lokasi konstruksi. Alat ini menggunakan teknologi *laser scanner* yang mampu membaca volume material lebih cepat, *real-time*, lebih efisien dan efektif jika dibandingkan dengan pengukuran manual. MyNitro merupakan alat pengisian nitrogen ban yang berbasis teknologi dengan keunggulan layanan *self service, cashless*, dan kemurnian nitrogen 99.9% yang menjaga umur dan kualitas ban kendaraan.

MyNitro merupakan hasil kerja sama pengembangan antara Widya Robotics, CV Mucah Persada. Saat ini Widya Robotics akan bekerja sama dengan PT Jasa Marga untuk mewujudkan jangkauan pasar yang lebih luas, target dari MyNitro adalah pengendara yang ingin menjaga umur dan kualitas ban, serta kenyamanan dalam berkendara. Dalam proses pengembangannya MyNitro dimulai pada tahun 2019 segala inovasi dan teknologi yang canggih telah MyNitro kembangkan dan resmi diluncurkan pada Juli 2020, kemudian MyNitro melakukan produksi sesuai dengan permintaan (*By order*) pada tahun 2021 dan di tahun 2022 MyNitro sudah mulai dipasarkan secara umum dan diproduksi secara masal.

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Di era saat ini kendaraan merupakan salah satu kebutuhan sekunder untuk dimiliki oleh semua kalangan masyarakat setelah kebutuhan primernya terpenuhi. Atas kebutuhan berkendara yang meningkat sehingga keselamatan yang paling penting dan nomor satu saat berkendara. Ban kendaraan suatu hal yang penting atas keselamatan berkendara, menurut Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT) menyatakan bahwa 80 persen kecelakaan transportasi angkutan penumpang terjadi akibat pecah ban kendaraan (Dwinanda, 2019). Dengan hal tersebut untuk mencegah kecelakaan akibat ban kendaraan, yaitu dengan menggunakan nitrogen dalam pengisian ban kendaraan.

Nitrogen merupakan zat yang stabil dan mampu menjaga kualitas dan kondisi ban yang mampu memberikan keselamatan saat berkendara. Banyak tempat untuk pengisian udara pada ban, namun pengisian dengan angin biasa yang berada di pinggir jalan, dan kurangnya antusias masyarakat dalam penggunaan nitrogen dalam berkendara.

Seiring perkembangan zaman, dunia teknologi yang demikian pesatnya telah membawakan manfaat luar biasa bagi kita semua dan tentunya perusahaan-perusahaan yang mampu mengikuti perkembangan dunia teknologi. Salah satu solusi yang diberikan oleh Widya Robotics (PT. Widya Inovasi Indonesia) yaitu MyNitro merupakan salah satu produk lokal pengisian ban Nitrogen yang berbasis teknologi *cashless* (Pembayaran non

tunai) dan *self service* yang memberikan kesan dan pengalaman kepada konsumen untuk menggunakan secara mandiri.

Perkembangan MyNitro yang memiliki kaitannya dengan teknologi pada era sekarang, yang merupakan produk pertama yang ada di Indonesia sebagai alat pengisian ban nitrogen dengan penggunaan *self service* dan *cashless*, Namun tidak semua masyarakat mengetahui dan mengerti sistem *self service* dan *cashless*. Inovasi produk dan pengembangan yang dilakukan oleh Widya Robotics kepada produk MyNitro mendapatkan acuan melek teknologi, sehingga masih sedikit adopsi teknologi seperti MyNitro yang dilakukan oleh pesaing atau perusahaan lain. Dengan teknologi yang sudah dilakukannya hingga saat ini tidak ada kompetitor yang sama persis dengan MyNitro. Selama penulis magang dan melakukan analisis kompetitor nitrogen baik yang ada di Indonesia maupun di luar negeri.

Dengan adanya kompetitor baik di Indonesia maupun luar negeri, dalam hal ini untuk meningkatkan persaingan produk maupun inovasi yang sudah digunakan dengan menggunakan metode Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM). pada metode ATM ini digunakan untuk mengembangkan suatu model yang telah diamati dan dianalisis (Idris, 2019). Pesaing pada produk nitrogen sudah banyak digunakan di Indonesia dan luar negeri, hal ini yang menjadikan MyNitro memiliki pesaing yang ada di sektor pengisian nitrogen. Ada 7 kompetitor MyNitro di Indonesia maupun luar negeri sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kompetitor MyNitro

No.	Nama kompetitor	Produk dan Model bisnis	Negara
1	Green Nitrogen	<p>Green Nitrogen merupakan salah satu unit usaha strategis yang menjadi merek andalan (Anchor Brand) dari PT. Global Insight Utama yang berfokus kepada layanan prima untuk Nitrogen dan Tambal Ban bergaransi di SPBU Pertamina. Pengisian ban Nitrogen dengan model operator dan sudah memiliki banyak cabang. Menggunakan konsep pada umumnya dan memiliki target pasar</p>	Indonesia
2	NitroVend	<p>Perusahaan yang menyediakan layanan <i>vending machine</i> untuk pengisian nitrogen ban kendaraan. NitroVend memiliki tujuan untuk meningkatkan minat penggunaan nitrogen karena kelebihanannya dibandingkan angin biasa. Konsumen juga masih tetap bisa mengisi angin biasa di mesin nitrovend. Nitrovend biasa ditempatkan di <i>gas</i></p>	Amerika Serikat

		<i>station.</i>	
3	Costco Wholesale (Costco Tire Inflation)	Perusahaan yang bergerak di bidang retail, dengan memberikan layanan yang mempunyai <i>member card</i> dan bisa memakai <i>Tire Inflation Station</i> di tempat Costco. Menggunakan sistem <i>Self Service</i> . Costco bekerja sama dengan perusahaan nitrogen untuk membuat produk <i>Costco Tire Inflation</i>	Washington, Amerika
4	SuperGarage	Super Garage merupakan perusahaan berasal dari China yang menyediakan peralatan berkualitas tinggi dan hemat biaya dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. SuperGarage mempunyai dua tipe produk yaitu, SG-NI130 dan SG-INI 190	India
5	ATS ELGI	ATS ELGI merupakan produsen dan distributor Peralatan Servis Otomotif dan rangkaian peralatan garasi terbesar di India. Perusahaan ATS ELGI ini memiliki target pasar toko ban, SPBU,	India

		dan Perusahaan tambang.	
6	NitroFill	NitroFill merupakan Perusahaan manufaktur yang memproduksi mesin nitrogen dan penyedia perlengkapan produk untuk otomotif. Nitrofill bekerjasama dengan <i>dealer</i> otomotif untuk menyediakan layanan perlindungan ban kendaraan. Dengan target pasar pengendara mobil, motor, truk dan bus.	Florida, Amerika Serikat
7	Excel Tire Gauge	Excel Tire Gauge merupakan <i>supplier</i> dari pengisi udara digital dalam industri alat pengisi gas dan ban. Excel digital memperkenalkan mesin pengisi udara kepada USA sejak 1999. Pada produk ini perusahaan menawarkan <i>product custom</i> untuk pembuatannya sesuai apa yang konsumen inginkan.	Warwick, USA

Pada tabel 1.1 merupakan kompetitor MyNitro yang ada di Indonesia dan luar negeri. Kini MyNitro menjadi produk pertama di Indonesia dengan sistem *Self Service* dan pembayaran non tunai (*cashless*).

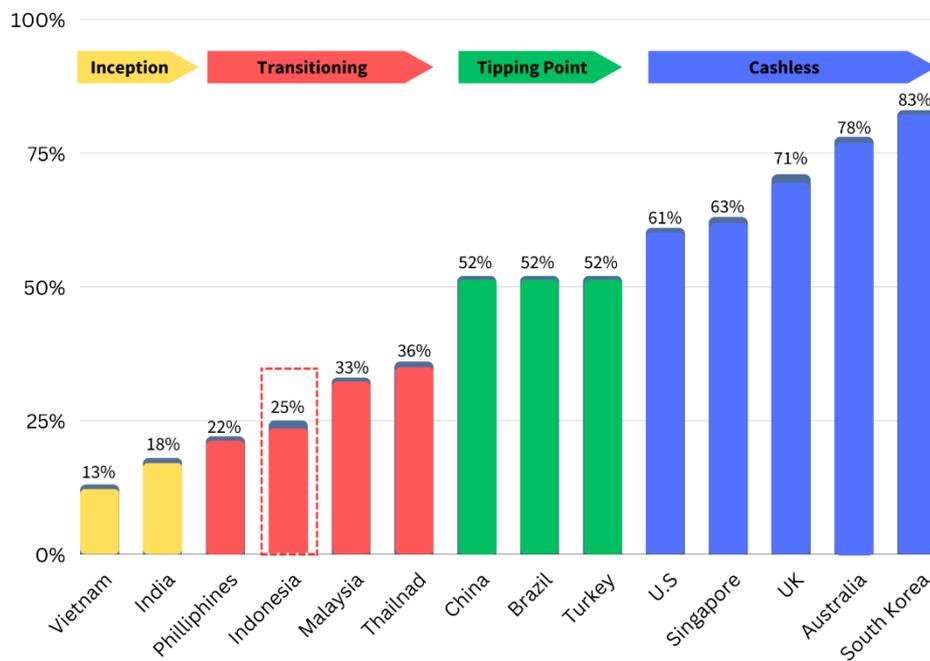
Menurut Marbun (2003), Pengertian persaingan usaha atau bisnis adalah usaha dari dua pihak atau lebih dari masing-masing perusahaan yang memiliki strategi untuk memperoleh pesanan dengan harga dan skema bisnis yang paling menguntungkan (Uddin, 2022).

Di era industri 4.0 dengan perkembangan teknologi yang kini semakin canggih terlebih lagi dengan adanya isu menuju dukungan masyarakat 5.0 yang akan memanjakan manusia khususnya pada Gen-Z saat ini yang sudah dimudahkan dalam kegiatannya. *Artificial Intelligence* (AI) kini sudah ada banyak pada produk dan layanan salah satunya yaitu pembayaran non tunai (*cashless*). Akibat dengan adanya perkembangan teknologi, kini hasil produk dari *Artificial intelligence* (AI) selalu menghadirkan sisi positif dan negatif (Marlina *et al*, 2020), salah satu produk yang memudahkan pelanggan dalam pembayaran dengan adanya perangkat pembayaran non tunai (*cashless*) pada MyNitro.

*Cashless* merupakan istilah dalam menjelaskan transaksi finansial yang tidak lagi menggunakan uang tunai (baik uang berupa kertas ataupun logam). Dicetuskannya konsep *Cashless Society* yang bertujuan untuk menyebarluaskan penggunaan sistem *cashless*. Dalam konsep *cashless Society*, masyarakat tidak lagi menggunakan uang tunai dalam setiap transaksi finansial (Marlina *et al*, 2020).

Transaksi *cashless* di Indonesia yang mulanya dicanangkan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada 2015. Tahun 2014 Bank

Indonesia (BI) sudah mulai mencanangkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang diharapkan agar masyarakat beralih untuk menggunakan instrumen transaksi secara non tunai, selain itu pelaku bisnis pun akan dialihkan dengan pembayaran non tunai. Penggunaan transaksi non tunai ini perlahan sudah diterapkan dengan perkembangan ekonomi sekarang (Musdalifah, 2018)



Gambar 1.1 Perbandingan Transaksi Uang Elektronik Terhadap Total Transaksi  
*Sumber: Spring of Life. 2019*

Pada gambar 1.1 menunjukkan Indonesia masih berada di *Transitioning* bahwa dari total masyarakat Indonesia hanya 25% yang melakukan transaksi secara *cashless*. Hal ini menunjukkan kalau masyarakat Indonesia masih di fase transisi dalam melakukan transaksi secara non tunai (*cashless*) (Marlina, *et al*, 2020).

Pada tahun 2021, transaksi mengalami kenaikan mencapai 35,1 triliun transaksi, dan uang yang beredar mencapai 544,19 juta. Bahkan menurut Bank Indonesia (BI) jumlah uang elektronik yang beredar jumlahnya meningkat 32,52% dari tahun 2020. Berikut data dari DataIndonesia.id

Tabel 1.2 Nilai Transaksi & Beredar Uang Elektronik 2019-2021

<b>Periode</b>	<b>Uang Elektronik beredar (Rp Juta)</b>	<b>Nilai Transaksi (Rp Triliun)</b>
Desember 2019	Rp 292,3	Rp 16,97
Desember 2020	Rp 432,28	Rp 22,14
Desember 2021	Rp 544,19	Rp 35,1

Sumber: DataIndonesia.id

Pada Tabel 1.2 di atas menggambarkan bahwa ada peluang Indonesia untuk membentuk masyarakat *cashless* guna dalam menghadapi era industri 4.0 yang masih memerlukan waktu sangat panjang dan pemikiran yang berkelanjutan, dan perlu adanya dukungan dari berbagai pihak yang itu sangat penting dalam membawa perubahan masyarakat dan untuk mencapai target yang diharapkan.

Dalam penggunaan *self service technology* di produk MyNitro merupakan salah satu layanan yang ada pada lini bisnis nitrogen, pada dasarnya layanan ini lebih banyak digunakan di restoran dan rumah makan. *Self service* merupakan salah satu bagian dari perkembangan bisnis masa kini dalam menghadapi persaingan setiap perusahaan. *Self service*

merupakan bagian dari pengembangan usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan memberikan inovasi layanan mandiri sesuai dengan kebutuhan pelayanan sehingga menjadi salah satu perusahaan yang tetap bertahan atau semakin maju usahanya (Desanuari & Ludtriani, 2022). Biasanya *self service* dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kemudahan *customer* dalam menggunakan produk, sehingga perusahaan mendapatkan perhatian yang jauh lebih baik dan bermanfaat.

Kemajuan teknologi yang tak sebanding dengan biaya selangit dengan membayar gaji karyawan bertahun-tahun, mendorong bisnis untuk mencari alternatif, seperti *self service technology* (Dabholkar, 1996). Dalam sebuah restoran, *self service* yang memungkinkan kepada pelanggan untuk memesan makanan melainkan berinteraksi dengan karyawannya (Seo, 2020). Penggunaan *self service technology* sudah berabad-abad dilakukan oleh banyak perusahaan, bahkan dilaporkan banyak perusahaan yang sudah menerapkan *Self Service Technology*. Pada tahun 219 SM, Hero yang merupakan penemu pertama mesin dalam bentuk penjual otomatis, sedangkan pada tahun 1883 seorang yang bernama Percival Everitt menemukan mesin penjual otomatis pertama yang beroperasi menggunakan dengan koin (Segrave, 2002).

Dapat menegaskan bahwa seorang individu yang memiliki pekerjaan dengan berpenghasilan tahunan yang baik dan memfasilitasi kartu kredit yang mudah untuk merangkul fasilitas *self service technology*. Tetapi, para penganggur dan berpenghasilan yang rendah akan merasa sulit dengan

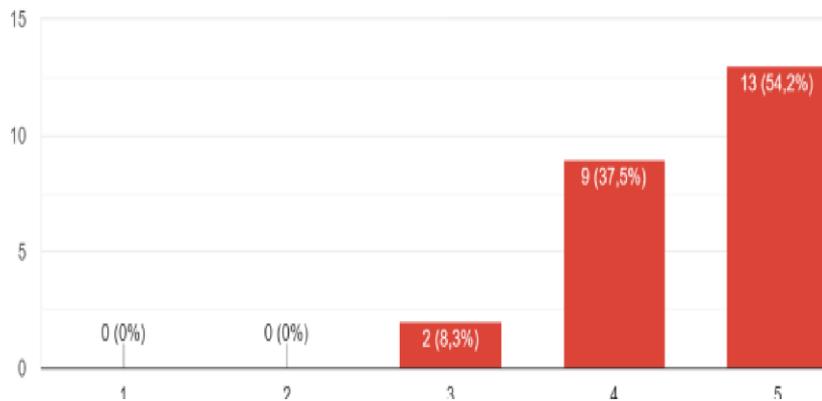
fasilitas *self service technology* di sebuah restoran cepat saji, dikarenakan mereka kurangnya kepercayaan dan merasa sulit untuk membelanjakan sedikit pendapatan mereka (Siwela, *et al.*, 2022).

*Self service technology* merupakan perkembangan dari suatu bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan inovasi layanan dan kebutuhan konsumen yang menjadikannya alasan untuk tetap bertahan dan mendapatkan daya tarik dari konsumen. *Self service technology* telah diterapkan di restoran-restoran Indonesia, berdasarkan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan layanan *self service* dapat memberikan kesenangan dan kemudahan dalam melakukan transaksi. (Desanuari & Ludtriani, 2022)



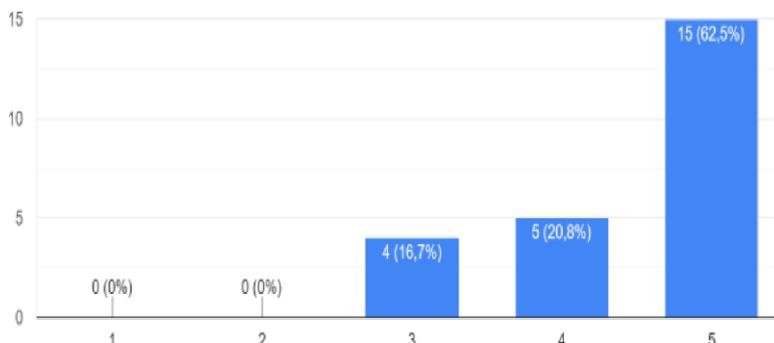
Gambar 1.2 Data Peningkatan Konsumen

Pada Gambar 1.2 (Desanuari & Ludtriani, 2022) mengatakan berdasarkan hasil wawancara pemilik restoran SuMur MooNyoo. Data peningkatan konsumen sebelum menerapkan *Self servis technology* terhitung dari bulan April 2021–Juli 2021, meningkat 43% saat menerapkan *Self service technology* pada bulan Agustus 2021– April 2022.



Gambar 1.3 Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan Self Service Technology

Berdasarkan pada gambar 1.3 mengenai adanya *self service technology* memberikan kemudahan dalam bertransaksi di SuMur MoNyoo pada masa Covid-19. Yang menunjukkan sangat setuju 54,2%, setuju 37,5%, cukup setuju 8,3%, dalam hal tersebut bahwa *self service technology* memberikan kemudahan dalam bertransaksi.



Gambar 1.4 Hasil pilihan bertransaksi menggunakan Self Service Technology

Pada gambar 1.4 menurut (Desanuari & Ludtriani, 2022) mengenai *Self service Technology* yang harus diterapkan pada setiap restoran untuk mengurangi kontak fisik antara pelanggan dan penjual. 66,7% sangat setuju, 10,8% setuju, 12,5% cukup setuju. Hal ini yang menunjukkan

bahwa *Self Service Technology* lebih baik untuk diterapkan pada seluruh model bisnis restoran.

(Susanty & Wijanarko, 2019) yang membahas SPBU mandiri (*Self Service*), mengungkapkan bahwa perusahaan Pertamina dalam meningkatkan efisiensi perusahaan dan meningkatkan/memperbaiki kualitas layanan, Pertamina melakukan salah satu penerapan SPBU mandiri (*Self Service*) serta pembayaran non tunai (*cashless*). Pertamina pun menyediakan dan meningkatkan pelayanan dalam melakukan pembayaran non tunai dengan gazcard, aplikasi MyPertamnia dan juga penggunaan QRIS agar lebih efisien dalam antrean.

Salah satu inovasi digitalisasi saat ini yang digunakan untuk memberikan pelayanan kebutuhan *customer* pada semua industri retail ataupun non retail adalah *Self Service*, yang akan memudahkan dan mengefisienkan *customer* melakukan pemesanan secara mandiri, banyak sekali teknologi yang kini semakin canggih, *Self Service* salah satunya teknologi digital yang digunakan di banyak bidang usaha seperti restoran, tempat parkir, SPBU, bioskop, supermarket (Santoso, *et al.*, 2022).

Pada pernyataan di atas bahwa *self service* merupakan salah satu teknologi terkini yang sudah banyak digunakan di dalam layanan *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*) dengan tujuan untuk inovasi, efisiensi dan menghindari kontak fisik, serta memberikan pengalaman kepada *customer*. MyNitro menghadirkan produk layanan pengisian

nitrogen ban kendaraan yang menggunakan model bisnis *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*), dapat dikatakan bahwa model bisnis ini yang ada di MyNitro kurangnya edukasi dan kesadaran masyarakat akan menggunakan produk tersebut dengan *self service*. Sehingga timbul permasalahan yang ada ketika saya melaksanakan magang dan melihat lingkungan sekitar ketika produk ini dengan inovasi yang sangat bagus, namun perlu adanya edukasi dan kesadaran dari masyarakat terkait dengan bisnis model yang menggunakan *self service* dan Pembayaran non tunai (*cashless*) pada produk MyNitro.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka ada terdapat beberapa pertanyaan penelitian yang muncul:

1. Bagaimana keunggulan produk MyNitro melalui inovasi produk?
2. Bagaimana *positioning* MyNitro dibanding dengan kompetitornya GreenNitrogen?

### **1.4 Tujuan Magang**

Adapun tujuan dari dilaksanakan magang ini adalah:

1. Untuk membangun kepuasan pelanggan melalui inovasi produk MyNitro
2. Untuk mengetahui posisi MyNitro dilihat dari beberapa aspek dibanding dengan kompetitornya

## **1.5 Manfaat Magang**

### **1. Manfaat praktis**

#### **1. Manfaat bagi penulis**

Bagi penulis, laporan magang merupakan tujuan sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama menjadi mahasiswa, khususnya di bidang pemasaran. Selain itu, laporan ini sebagai perbandingan antara teori yang diajarkan di bangku kuliah dengan praktiknya di lapangan.

#### **2. Manfaat bagi perusahaan**

Kesimpulan dan hasil dari laporan ini nantinya akan berguna dan dijadikan informasi tambahan untuk perusahaan, tentang peluang dan pengembangan pada produk MyNitro dari segi analisis bisnis, kompetitor, dan kelebihan dan kekurangan produk MyNitro.

#### **3. Manfaat bagi pihak lain**

Laporan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi, dan melengkapi pengetahuan dibidang pemasaran khususnya pada topik yang bersinggung dengan segmentasi, dan target pemasaran. Selain itu, hasil dari laporan ini dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian sebelumnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Membangun keunggulan kompetitif melalui Inovasi**

Saat ini pengembangan inovasi teknologi secara mendunia sudah dianggap sebagai alat yang penting dalam meningkatkan pelayanan dalam lingkungan pemerintah dan sosial. Pada dasarnya bahwa inovasi teknologi sangat signifikan terhadap perubahan dan produktivitas masyarakat. Dari efek ini akan terwujud sepenuhnya apabila inovasi teknologi ini tersebar dan digunakan. Oleh karena itu, penting untuk memahami beberapa faktor penentu dalam mengembangkan inovasi.

Inovasi adalah proses kreativitas untuk menghasilkan hal yang baru untuk memiliki nilai yang bermakna bagi individu, kelompok, organisasi, industri maupun masyarakat (Hery Prasetya et al., 2007). Dalam membangun keunggulan kompetitif melalui inovasi sebagai pilihan dalam melakukan inovasi teknologi agar bisa bersiang dengan kompetitor. perusahaan dalam berinovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk mampu menciptakan pemikiran baru, gagasan baru, dan menawarkan produk yang memiliki inovasi serta peningkatan pelayanan yang memuaskan. Dalam hal ini, membangun keunggulan kompetitif dalam inovasi sangat berpengaruh pada produk dalam perkembangannya.

Perkembangan inovasi teknologi *Artificial Intelligence* (AI) ini akan mengalami peningkatan yang terasa jika diimplementasikan di dalam sektor bisnis maupun industri. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian bahwa ada beberapa Startup terkemuka di Indonesia diketahui telah menerapkan teknologi *Artificial Intelligence* meningkatkan kualitas produk dan layanannya (Maulina, *et al.*, 2020). Dengan kata lain, kemajuan pengembangan di bidang teknologi tergantung pada tingkat penerimaan teknologi *Artificial Intelligence* oleh *user* (perusahaan).

Porter menguraikan mengenai keunggulan bersaing sebagai berikut: “Keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dengan nilai yang diciptakan oleh perusahaan untuk pembeli yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya”. Nilai merupakan kemampuan pembeli dalam melakukan pembayaran, dan nilai yang unggul berasal dari harga yang rendah dari kompetitor dengan manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat yang unik tidak hanya mengimbangi dari harga yang lebih tinggi (Porter, 2007). Menurut Hitt, *et al* (2001) ada beberapa macam keunggulan bersaing perusahaan, meliputi:

1. *Superiority in price*, keunggulan bersaing karena harga. Harga yang dimaksud adalah harga yang tidak selalu rendah, boleh lebih tinggi namun pelanggan harus merasakan nilai tambah yang lebih besar pada suatu produk dibanding dengan harga.

2. *Superiority quality and design*, keunggulan bersaing karena kualitas dan desain yang lebih diperhatikan dan diberikan untuk pelanggan yang menjadi nilai dari suatu produk.
3. *Superiority in customer responsiveness*, keunggulan bersaing karena perusahaan mampu memenuhi keinginan dari pelanggan (*needs and wants customer*).
4. *Superiority in inovatiion*, keunggulan bersaing karena inovasi yang terus menerus dilakukan perusahaan. Keunggulan bersaing dengan inovasi berkesinambungan dengan nilai apa yang dicapai perusahaan dalam menciptakan suatu inovasi, sehingga perusahaan lain tidak mampu untuk meniru keunggulan inovasi dan strategi tersebut.

Berdasarkan teori diatas, MyNitro membangun keunggulan bersaing karena inovasi (*Superiority in inovatiion*) dan keunggulan bersaing karena kualitas dan desain (*Superiority quality and design*). Inovasi yang dilakukan adalah menggunakan sistem *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*) sebagai keunggulan layanna, dan produk yang memiliki kualitas serta desain yang unggul dan bertahan lama baik kualitas nitrogen dan desain produk yang simpel dan terintegritas teknologi.

### **2.1.2 Membangun keunggulan Produk**

(Rianto, 2018) menyatakan bahwa atribut produk selain kualitas produk, keandalan, *newness*, dan keunikan. Dalam memberikan gambaran yang lebih jelas dan konkret akan kemampuan suatu perusahaan untuk

memenuhi kebutuhan konsumen, dan bermacam-macam alternatif pada atribut, dan yang terpenting memberikan bukti langsung dari keunggulan produk.

Kualitas produk sebagai kemampuan perusahaan untuk lebih menarik dan meraih pelanggan. Yang memperlihatkan suatu hubungan positif antara kualitas relatif dan *market share*. Kesuksesan suatu produk akan menambah pendapatan perusahaan dengan penjualan yang lebih banyak dari pelanggan yang ada atau juga pelanggan yang baru dan akhirnya perusahaan meningkatkan *market share* (Hanyani & Fadillah, 2013).

Produk adalah suatu atribut-atribut fisik yang mungkin bisa diterima oleh pembeli untuk memenuhinya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah suatu tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli, atribut yang mendukung keunggulan produk adalah dengan melakukan perbedaan pada suatu produk yang komponennya antara lain produk tersebut harus lebih inovatif dari dibandingkan produk yang sudah ada, produk tersebut harus mempunyai kualitas yang baik dan tinggi, dan produk harus dapat memenuhi keinginan pelanggan dengan baik dalam fungsi produk (Maredalena *et al.*, 2018).

### **2.1.3 Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun hal itu secara bersamaan yang dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Dalam proses pengambilan keputusan yang strategis selalu ada kaitannya dengan pengembangan misi, tujuan, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini bisa disebut sebagai analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisa situasi adalah analisis SWOT.

Dalam penelitiannya bahwa ada suatu kinerja perusahaan yang dapat ditentukan oleh kombinasi dari faktor internal dan eksternal. Dari kedua faktor tersebut ada yang harus di pertimbangkan dari dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) sebagai faktor eksternal dengan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) sebagai faktor internal (Putranto, *et al.*, 2018)

#### **2.1.4 Porter's Five Forces Model**

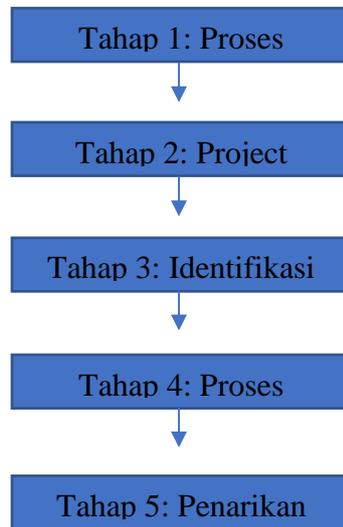
Analisis Porter's Five Force Model, merupakan sebagai fundamental untuk merumuskan suatu strategi bersaing dengan kompetitor. Pada dasarnya persaingan dalam industri yang terus-menerus untuk meningkatkan hasil pembelian modal yang

ditanamkan (*rate of return on invested capital*) sebagai tujuan tingkat pengembalian bersaing, atau pengembalian yang akan dinikmati oleh industri yang dinamakan dengan “persaingan sempurna”

Analisis Porter's Five Forces adalah kerangka kerja dari analisis industri dan pengembangan strategis bisnis yang dikembangkan oleh Michael Porter. Dalam hal ini ia mengatakan bahwa ada lima kekuatan yang menentukan dan menjadikan industri intens dalam bersaing, yaitu (1) ancaman dari substitusi, (2) ancaman dari pesaing, (3) ancaman dari pendatang baru, (4) daya tawar pemasok, (5) daya tawar konsumen. Analisis ini biasanya dilakukan bersamaan dengan analisis SWOT (Arianty, 2019)

## **2.2 Kerangka kerja**

Kerangka pemikiran diperlukan untuk mengetahui garis besar dari penelitian yang digunakan. Digunakan untuk menggambarkan alur aktivitas magang di Widya Robotics (PT. Widya Inovasi Indonesia). Pada penelitian ini kerangka kerja digambarkan pada Gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Kerja

### Tahap 1: Proses Magang

Pada bulan Februari awal penulis melakukan kegiatan magang selama enam bulan. Penulis mengikuti program pemerintah yaitu Magang Kampus Merdeka dan mengikuti proses dari awal hingga penerimaan anak magang, penulis diterima di Widya Robotics (PT Widya Inovasi Indonesia) salah satu Startup Indonesia dibidang teknologi *Artificial Intelligence (AI)* sebagai posisi *Marketing and Business Analyst*. Selama magang penulis mengikuti kegiatan baik secara WFH atau WFO, dalam kegiatannya sebagai *Marketing and Business Analyst* melakukan analisis terhadap produk yang ada di perusahaan. setiap minggu mendapatkan tugas menganalisis produk dan kompetitor

### Tahap 2: Project Magang

Kemudian selama magang enam bulan, penulis mendapatkan project dengan *Based learning on Project*. Dengan kolaborasi divisi antara Marketing and Business Analyst dengan Business Development, dengan penugasan yang telah di tentukan oleh perusahaan. Dalam project ini

dilakukan secara tim dan pengerjaan secara individu, dengan beberapa penugasan di antaranya sebagai berikut: (1) membuat *roadmap* produk MyNitro, (2) Analisis bisnis produk MyNitro, (3) Marketing Strategi, (4) Lokasi Potensial produk MyNitro, (5) *Market research & Competitor Analysis*, dan melakukan presentasi di hadapan mentor.

### Tahap 3: Identifikasi Masalah

Pengamatan yang dilakukan penulis selama Project berjalan, adanya permasalahan pada produk MyNitro yang ada baik dari sumber lingkungan maupun dari hasil analisis adalah keunggulan dan positioning yang ada di MyNitro, dalam permasalahan ini penulis melakukan analisis keunggulan dan positioning MyNitro.

### Tahap 4: Proses Analisis

Setelah menentukan permasalahan penulis melakukan proses analisis terhadap permasalahan yang ada dengan menggunakan beberapa metode seperti *Lean Canvas Model*, *Marketing strategic*, *Competitor analyst*

### Tahap 5: Penarikan Kesimpulan

Setelah melakukan proses kerangka kerja, penulis melakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini berisikan presentasi di hadapan mentor, dan pembuatan laporan akhir magang.

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penulis melaksanakan magang di perusahaan selama 5 bulan dengan lingkungan pekerjaan selama periode magang berlangsung. Penulis ditempatkan dalam departemen tim *Marketing* dengan posisi *Marketing And Business Analyst* yang bertanggung jawab untuk analisis pasar dan bisnis, PT Widya Inovasi Indonesia (Widya Robotics)

Metode yang digunakan pada laporan magang ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang mengarah pada gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat dalam mengenai sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis (Hardani *et al.*, 2020). Metode pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu kondisi dengan objek alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci dengan pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Abdussamad, 2021).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan secara induktif, yaitu dari data/fakta yang menuju ke tingkatan abstraksi

yang lebih tinggi. Dengan penelitian menggunakan kualitatif dimaksudkan untuk memperoleh sebuah informasi yang ada pada produk MyNitro, dalam perkembangan produk dari unit analisis saat magang berlangsung.

Teknik pengambilan dan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dan Observasi. Data sekunder yang dapat dari data dokumen perusahaan, sedangkan pada data observasi penulis selama melaksanakan magang melakukan observasi terhadap produk perusahaan, dan Project serta tugas-tugas magang yang menjadi data dan informasi untuk melakukan tugas akhir magang.

### **3.2 Unit Analisis**

Unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Unit analisis merupakan prosedur pengambilan sampel yang di dalamnya mencakup sampling dan satuan kajian. Pada penelitian ini penulis melakukan unit analisis individu terhadap produk MyNitro. Alasan dipilihnya individu terhadap produk MyNitro sebagai unit analisis pada penelitian ini karena sesuai dengan permasalahan yang timbul dari persepsi penulis saat melaksanakan magang dan menjadikannya unit analisis.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Pada sub bab ini menjelaskan proses dalam pengambilan data yang dilakukan penulis ketika menjalani proses magang dan penulisan tugas akhir. Data yang didapatkan melalui Observasi proyek, data sekunder, dan

data perusahaan selama magang di PT Widya Inovasi Indonesia (Widya Robotics).

### **3.3.1 Observasi Proyek**

Penulis melakukan pengerjaan pada proyek yang menganalisis bisnis dan pencarian lokasi potensial dalam pengambilan data. Penulis ditempatkan di posisi *Marketing and Business Analyst* salah satu divisi *Marketing Srategist*. Pada proyek magang yang dilakukan penulis menganalisis bisnis dan mencari lokasi potensial, proyek di lakukan secara tim dan individu. Pengambilan data hasil dari penugasan proyek yang dilakukan saat magang berlangsung.

### **3.3.2 Data Sekunder**

Pengambilan data yang kedua yaitu data sekunder, penulis mengambil data sekunder melalui dokumen perusahaan dan *website* perusahaan. Data perusahaan tersebut meliputi harga dari masing-masing skema penjualan yang dilakukan perusahaan pada produk MyNitro.

## BAB IV

### HASIL PELAKSANAAN PROGRAM DAN DISKUSI

#### 4.1 Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan magang di PT Widya Inovasi selama 5 bulan terhitung dari 14 Februari – 29 Juli 2022 dengan posisi sebagai *Marketing and Business Analyst* yang berada di bawah divisi *marketing dan sales*. Pada saat kegiatan berlangsung penulis melakukan penugasan dan pekerjaan yang dilakukan baik secara tim dan individu sekaligus menjadi suatu informasi data yang bisa di jadikan penelitian tugas akhir magang.

Pada divisi *marketing and sales* terkhusus posisi *Marketing and Business Analyst*, penulis banyak melakukan pembelajaran dan penugasan mengenai analisis mulai dari analisis bisnis, kompetitor dan analisis marketing strategi yang akan menjadi suatu inovasi untuk perusahaan ke depannya, serta mempelajari analisis Lean Canvas Model untuk melakukan analisis produk dan bisnis. Deskripsi pekerjaan dan aktivitas yang dicapai selama penulis melaksanakan magang di PT Widya Inovasi Indonesia (Widya Robotics):

1. Partisipasi dalam pembelajaran *Marketing and Business Analyst Class*, sebagai berikut:
  - Mengikuti pembelajaran mengenai *Why Startup*
  - Mengikuti Materi Pembelajaran *Problem Solution Fit*

- Mengikuti materi pembelajaran *Product Market Fit*
2. Partisipasi dalam tugas Analisis sebagai berikut:
- Melakukan analisis produk MyNitro dilihat dari
  - Membuat strategi *marketing* pada produk MyNitro
  - Melakukan analisis kompetitor baik di Indonesia maupun luar negeri
3. Partisipasi dalam Project

Penulis berpartisipasi dalam melakukan project yang dikerjakan selama magang, dalam project ini dibagi 5 kelompok dengan jumlah 5 orang setiap kelompok yang di ambil dari divisi *Marketing and Business Analyst* dan *Business Development* yang bertujuan untuk berkolaborasi dalam menganalisis produk MyNitro dan juga produk *Intelligent Gate*. Adapun beberapa penugasan yang ada dalam project, sebagai berikut:

- *RoadMap* Produk MyNitro
- Analisis Bisnis MyNitro
- *Marketing Strategi* MyNitro
- Lokasi Potensial MyNitro
- *Market research & competitor analysis*

Selama project berlangsung, penulis melakukan analisis produk MyNitro dengan menggunakan *Lean Canvas Model*.

Widya Robotics yang merupakan perusahaan startup teknologi, pada produknya lebih mengutamakan dalam menggunakan *Artificial*

*Intelligence* (AI) di setiap produknya sebagai keunggulan dalam bersaing, beberapa produk dari widya robotics yang memiliki keunggulan di setiap masing-masing produknya, sebagai berikut:

1) Load Scanner

*Load Scanner* merupakan salah satu produk Widya Robotics untuk mengukur dan menghitung hasil produksi tambang. Di buatkannya produk *Load Scanner* didasari dengan permasalahan pada penambang yang tidak akuratnya dalam melakukan perhitungan hasil tambang, maka dari permasalahan tersebut *Load Scanner* di buat untuk memenuhi kebutuhan para penambang untuk mengefisiensikan perhitungan dan kecepatan hasil tambang. Terlihat produk *load scanner* pada gambar 4.1



Gambar 4.1 Produk *Load Scanner*

2) Intelligent Gate

*Intelligent Gate* merupakan produk Widya Robotics dengan menggunakan teknologi *Artificial Intelligence*. Permasalahan dan keluhan selama Covid-19 serta banyak perubahan yang dialami pada manusia, khususnya perubahan dalam interaksi dan juga

kontak fisik yang serba dilakukan secara jauh atau *contactless*. *Intelligent gate* memiliki banyak manfaat dan fitur canggih. Inovasi yang diberikan pada produk Widya Robotics yang satu ini sesuai dengan kebutuhan dan masalah pengguna, *Intelligent gate* sudah digunakan di banyak tempat mulai dari Stasiun MRT, proyek konstruksi, gedung perkantoran, dan museum. Terlihat produk *Intelligent Gate* pada gambar 4.2



Gambar 4.2 Produk *Intelligent Gate*

### 3) MyNitro

MyNitro merupakan salah produk yang di kembangkan oleh Widya Robotics dan CV Mucha Persada, alat pengisian ban nitrogen yang menghadirkan inovasi sebagai pengalaman terbaik bagi masyarakat dalam berkendara. Permasalahan udara yang ada di dalam ban kendaraan berpengaruh dalam mengendarai suatu kendaraan. MyNitro menawarkan banyak keunggulan yang

diberikan kepada pengguna seperti pembayaran menggunakan non tunai (*Cashless*), dan kualitas nitrogen yang mencapai 99% kemurniannya. Alat pengisian nitrogen ban yang pertama di Indonesia dengan menggunakan model bisnis *self service* dan pembayaran non tunai (*Cashless*) yang mendapatkan respon baik dari masyarakat, namun tidak semua masyarakat mengerti dan memahami dengan model bisnis tersebut, dari *self service* hingga Pembayaran non tunai masyarakat Indonesia untuk melakukan sendiri dalam melakukan pelayanan tersebut belum terbiasa dan memahami dari model bisnisnya MyNitro. Terlihat produk MyNitro pada gambar 4.3



Gambar 4.3 Produk MyNitro

## 4.2 Hasil dan Diskusi

### 4.2.1 Perkembangan MyNitro

MyNitro merupakan salah satu perkembangan produk dari CV. Mucha Persada dan Widya Robotics. Dalam melakukan pengembangan

produk MyNitro produk ini menggunakan teknologi untuk memudahkan para pengguna dalam melakukan transaksi, pada tahun 2018 perkembangan MyNitro yang sudah digunakan dengan semi digital versi 1 yang beroperasi secara *Mobile Apps*. Pada 2019 – 2022 MyNitro lebih mengembangkan pada sistem digital versi 2 yang menggunakan EDC (*Electronic Data Capture*) hingga saat ini MyNitro masih sama dalam pengembangannya, namun MyNitro memiliki keinginan untuk mencapai pasar dengan jangkauan yang lebih luas dan MyNitro ada di setiap daerah. Dari website Widya Robotics jumlah MyNitro saat ini berjumlah 51 titik di seluruh Indonesia, terbanyak pada provinsi Banten 12 titik hal ini menunjukkan MyNitro sudah mendapatkan *awareness* dari masyarakat Banten yang sudah menggunakan MyNitro dan sudah dalam model bisnis yang di berikan seperti *Self Service* dan pembayaran non tunai (*Cashless*).

Penjualan yang dilakukan Widya Robotics terhadap produk MyNitro yaitu B2B dan B2C, dalam proses penjualannya perusahaan memberikan skema untuk mendapatkan sebuah produk MyNitro. Dalam skema ini baik dengan penjualan B2B dan B2C bisa memiliki bisnis MyNitro, Skema tersebut di antaranya, yaitu:

- 1. Skema 1 (B2B)**

Skema 1 ini perusahaan pemilik dan operasional, dilihat dari hal tersebut maka perusahaan akan memproses produk dari awal dan

akhir dengan menggunakan dana dari pihak perusahaan dan tempat lokasi titik MyNitro sudah jelas dan siap untuk di gunakan sebagai lokasi MyNitro.

## 2. Skema 2 (Investasi)

Investasi MyNitro merupakan hal yang baru dan sebagai peluang bisnis, dalam skema 2 (Investasi) sebagaimana perusahaan sebagai pemilik dan operasional sebagai pihak pertama, dan pihak kedua adalah investor. Karena ini merupakan skema investasi maka tempat lokasi akan dilakukan analisis dari perusahaan dan investor menyediakan Rp. 99.000.000 untuk investasi MyNitro, dari biaya tersebut sudah termasuk biaya operasional di bulan pertama dan *Development* MyNitro. Untuk pembagian hasilnya terdapat 65% dan Manajemen 35%, dalam 65% di asumsikan investor akan BEP pada bulan ke 19 – 20. Dapat di lihat pada tabel 4.1 data skema investasi MyNitro sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Skema Investasi MyNitro

<b>Skema</b>	<b>Omset</b>	<b>Biaya Operasional</b>	<b>Laba Bersih</b>	<b>Investasi</b>
Per bulan	Rp 15.000.000	Rp 6.703.000	Rp 8.297.000	Rp 5.393.050
Per 3 bulan	Rp 45.000.000	Rp 20.109.000	Rp 24.891.000	Rp 16.179.150
Per 6 bulan	Rp 90.000.000	Rp 40.218.000	Rp 49.782.000	Rp 32.358.300
Per 9 bulan	Rp 135.000.000	Rp 60.327.000	Rp 74.673.000	Rp 48.537.450
Per 12 bulan	Rp 180.0000.000	Rp 80.436.000	Rp 99.564.000	Rp 64.716.600

Per 15 bulan	Rp 225.0000.000	Rp 100.545.000	Rp 124.455.000	Rp 80.895.750
Per 18 bulan	Rp 270.000.000	Rp 120.654.000	Rp 149.346.000	Rp 97.074.900
Per 21 bulan	Rp 315.000.000	Rp 140.763.000	Rp 174.237.000	Rp 113.254.050

Sumber: Data perusahaan Widya Robotics

### 3. Skema 3 (*Franchise*)

Dalam skema *franchise* yang dilakukan oleh MyNitro sama halnya seperti melakukan pada bisnis apa pun, yang sebagaimana pihak kedua sebagai pemilik, operasional, dan investor sama seperti halnya hubungan putus produk yang di beli dengan perusahaan dengan syarat pihak kedua sudah memiliki lokasi untuk MyNitro sehingga memudahkan proses penjualan.

Selain skema penjualan yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan pembeli terhadap produk MyNitro. Adapun program pemasaran yang di lakukan perusahaan untuk mendapatkan *awareness* dan konsumen terhadap produk MyNitro seperti webinar, pameran dan media sosial. Dalam melakukan pemasaran melalui webinar perusahaan mengusung berbagai tema seperti “Angin biasa Vs Nitrogen” dan “Ubah Habit Menjadi Hebat Dengan MyNitro”, Acara webinar berlangsung secara daring melalui *Zoom meeting* dan mengundang narasumber dari komunitas otomotif. Selain webinar perusahaan pun melakukan pameran atau *exhibition* yang pernah di selenggarakan di Jogja (Yogyakarta), pada acara pameran ini perusahaan memasarkan

semua produknya khususnya produk MyNitro. Selama penulis magang MyNitro melakukan *Soft Opening* yang ke tiga di Yogyakarta tepatnya depan kantor Widya Robotics di Jl. Palagan Tentara Pelajar KM 7.5, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai alat pengisian pertama yang ada di Yogyakarta.

Sebagai perkembangannya MyNitro sebagai solusi dari masyarakat yang merasakan kesulitan dalam melakukan pembayaran, selain itu sebagai salah satu pengurangan dalam menggunakan uang tunai. Dari hasil perkembangannya sampai selama ini MyNitro cukup mendapatkan respon baik dari masyarakat dengan adanya alat pengisian nitrogen yang mengikuti perkembangan teknologi, dengan target generasi milenial dan Gen-Z untuk melakukan pembayaran non tunai (*cashless*) dan *self service*

#### **4.2.2 Membangun keunggulan kompetitif melalui inovasi**

Dalam perkembangan suatu produk atau jasa akan memiliki inovasi yang dihasilkan oleh suatu perusahaan untuk bisa bersaing dengan kompetitor. Setiap produk memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang perlu diketahui oleh calon pembeli sebelum melakukan pembelian. Inovasi suatu produk yang bertujuan untuk mendapatkan diferensiasi produk, yang dapat dilihat berupa fitur, layanan dan harga.

Membangun keunggulan kompetitor melalui inovasi, dapat memberikan perusahaan mampu bersaing di industrinya.

MyNitro sebagai alat pengisian nitrogen yang memiliki inovasi dengan *Self Service* dan pembayaran non tunai (*cashless*). Mengenai kelemahan dan kelebihan MyNitro baik. Kelemahan dan kelebihan layanan pada produk MyNitro mengacu pada analisis SWOT, SWOT merupakan suatu identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan untuk mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan. Pembentukan model SWOT ini didasarkan pada analisis ketika penulis melakukan Project magang. Dari dua faktor ini kelemahan dan kelebihan merupakan faktor dari internal perusahaan yang menentukan keputusan dalam pembuatan produk.

## **1. Keunggulan**

### **a) Diferensiasi produk**

*Diferensiasi* produk merupakan suatu proses strategi perusahaan untuk memiliki perbedaan dan keunikan produk yang mengutamakan keunggulan dari satu produk dengan produk yang lainnya, *diferensiasi* produk dapat dilihat dari aspek seperti fitur produk, pelayanan, dan harga. Selain itu *diferensiasi* juga menjadi keunggulan kompetitif dari sebuah produk.

MyNitro menjadi salah satu produk pengisian ban nitrogen dengan menggunakan model *Self Service* dan

pembayaran non tunai di Indonesia, hal tersebut MyNitro memiliki perbedaan dengan kompetitornya. Yang membedakan MyNitro dengan pesaingnya adalah:

- **Bentuk dan desain produk:** dilihat dari bentuk dan desain produk, MyNitro memiliki perbedaan. Dengan desain yang cukup simpel dan memberikan kemudahan kepada pelanggan ketika menggunakan MyNitro.
- **Pelayanan:** Pelayanan yang diberikan MyNitro menjadi perbedaan dengan pesaing, dengan memberikan model *Self Service* dan pembayaran non tunai menjadi keunggulan MyNitro dalam bersaing. *Self Service* dan pembayaran non tunai memberikan pelanggan *experience* ketika menggunakannya MyNitro, tak jarang sebagian masyarakat ingin merasakan *experience* yang diberikan MyNitro.
- **Harga:** dari segi harga MyNitro tidak beda jauh dengan pesaingnya, GreenNitrogen salah satu pesaing MyNitro menawarkan harga yang sama. **Rate Order MyNitro:**

Tabel 4.2 Rate Orde MyNitro

Item	Mobil	Motor
Isi baru	Rp 10.000	Rp 5.000
Tambah angin	Rp 5.000	Rp 3.000

Sumber: Data Perusahaan Widya Robotics

Dapat dilihat pada tabel 4.2, MyNitro dapat bersaing dengan kompetitornya dengan harga yang sama bisa

bersaing dengan memberikan keunggulan kompetitifnya dengan memberikan *experience* kepada pelanggan.

Pada kelebihan ini merupakan suatu keunikan dan perbedaan yang tidak dimiliki oleh kompetitor, dengan desain produk, layanan, dan harga yang diberikan oleh MyNitro mampu memberikan pengalaman dan kepuasan pada pelanggan. Selain itu perlu diperhatikan dengan perbedaan dan keunikan pada produk lebih bisa ditingkatkan dengan tujuan untuk efektivitas dan efisiensi sebagai mempertahankan posisi kompetitif di pasar Nitrogen.

#### **b) Produk Inovatif dan berteknologi**

Inovasi dan teknologi menjadi faktor utama dalam perkembangan bisnis dan produk, dengan adanya inovasi di suatu produk akan membantu memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi. Selain itu inovasi diperlukannya adanya teknologi yang canggih agar saling berkesinambungan dengan inovasi.

Widya Robotics telah memberikan serta mengembangkan inovasi dan teknologi pada MyNitro. Inovasi dan teknologi yang diberikan MyNitro berdampak pada masa depan dan lingkungan, inovasi dan teknologi yang diberikan dari fitur-fitur yang ada di MyNitro, misalnya

*Self Service, Dashboard monitoring, open 24 jam, CCTV pemantau, dan Go Paperless.*

- **Self Service dan pembayaran non tunai:** banyak dari masyarakat dan pengguna kendaraan yang mengeluhkan tidak efisien d layanan, maka dari itu MyNitro memberikan layanan *Self Service* dan Pembayaran non tunai (*Cashless*) dalam meningkatkan efisiensi perusahaan dan meningkatkan/memperbaiki kualitas layanan, selain itu memberikan pengalaman kepada pelanggan akan menjadi nilai tambah MyNitro.
- **Dashboard monitoring:** selain memudahkan dan memberikan pengalaman pelanggan, MyNitro pun memberikan kemudahan kepada mitranya sebagai pemilik *outlet* MyNitro. *Dashboard monitoring* ini memiliki fungsi untuk menyajikan informasi indikator utama dari seluruh aktivitas MyNitro, mulai dari transaksi harian maupun bulanan yang sudah otomatis masuk ke sistem *data Base*.
- **beroperasi 24 jam:** tidak semua pengisian ban nitrogen beroperasi selama 24 jam, MyNitro memberikan layanan 24 jam sebagai bentuk inovasi waktu yang berguna dan menguntungkan untuk

pengendara mobil dan motor ketika bermasalah dengan ban.

- **Pemantauan CCTV:** beroperasi 24 jam, MyNitro tidak khawatir dengan kejahatan atau kejanggalan yang terjadi pada mesin MyNitro, Karena sudah di lengkapi dengan pemantauan CCTV sebagai keamanan. Hal tersebut sebagai inovasi keamanan yang diberikan perusahaan kepada *outlet* MyNitro yang khawatir dengan mesin ketika terjadi kerusakan karena kejahatan.
- **Go-Paperless:** salah satu fitur yang mendukung lingkungan, sebab MyNitro memberikan semua proses transaksinya tidak menggunakan kertas. Dengan memberikan inovasi peduli lingkungan, MyNitro mengirimkan setruk transaksi melalui email atau *short message service* (SMS).

Pada kelebihan inovatif dan berteknologi pada fitur-fitur yang diberikan MyNitro merupakan solusi kemudahan yang diberikan untuk pelanggan dalam menggunakan MyNitro. Dari semua fitur yang diberikan MyNitro akan bertahan untuk ke depannya. Perlu adanya perkembangan yang lebih pada MyNitro

untuk meningkatkan kesadaran akan merek dan efisiensi konsumen dalam melakukan transaksi.

**c) Fungsi dan Performa Unggul**

Fungsi dan kinerja yang unggul, produk akan mampu memenuhi kebutuhan dan melebihi ekspektasi dari konsumen. Dengan kelebihan ini, banyak menawarkan solusi dan kinerja yang lebih unggul untuk kepuasan pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya. Seiring dengan berkembangnya zaman, suatu produk dengan fungsi dan Performa yang unggul akan menjadi pilihan utama bagi konsumen sebagai produk yang berkualitas dan performa yang baik.

Fungsi dan performa yang unggul pada MyNitro yang memiliki ketahanan dan kualitas pada pengisian ban nitrogen dengan tekanan yang stabil dan penurunan risiko pada kecelakaan berkendara, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dalam menggunakan produk MyNitro. Salah satunya kualitas nitrogen murni 99.5% yang memberikan performa yang baik pada konsumen dalam berkendara, dalam mempertahankan pada kelebihan ini MyNitro terus menerus riset dalam pengembangan produk untuk memberikan kepuasan pada konsumen dengan produk yang berkembang dari segi fungsi dan performa.

### 4.2.3 Perbandingan *Positioning* MyNitro dengan Kompetitor

Pada sub bab ini menjelaskan perbandingan posisi MyNitro dengan kompetitor melalui komparasi dari setiap produk dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan karakteristik yang dimiliki dari masing-masing produk kompetitor. Penulis dalam melakukan perbandingan komparasi untuk membantu perusahaan mendapatkan sumber informasi dan data analisis sebagai bentuk evaluasi pada MyNitro.

Komparasi ini meliputi beberapa faktor yang menjadi perbandingan MyNitro dengan kompetitornya faktor di antaranya: fitur dan layanan, harga, target pasar, dan *positioning*, selama penulis melakukan magang menemukan kompetitor dari Indonesia yaitu GreenNitrogen, dengan adanya komparasi dari faktor yang disebutkan, yang nantinya akan menjadi perbandingan MyNitro dengan GreenNitrogen.

Detail komparasi dari semua kompetitor sebagai berikut:

#### 1. **Green Nitrogen**

GreenNitrogen adalah merek dari perusahaan Indonesia yang bergerak di industri pengisian ban nitrogen dengan layanan prima dan sudah memiliki 700 *outlet* yang ada di SPBU Pertamina. Green Nitrogen salah satu kompetitor yang ada di Indonesia dengan konsep *outlet* dan operator.

#### **Fitur dan layanan:**

Tabel 4.3 Komparasi Fitur dan layanan GreenNitrogen

Indikator	Merek	
	MyNitro	GreenNitrogen
<b>Fitur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Digital dashboard</i></li> <li>- Keamanan CCTV</li> <li>- Sistem monitoring</li> <li>- Nitrogen purity</li> <li>- Penyimpanan data konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nitrogen purity</li> <li>- Tidak ada setruk transaksi</li> <li>- Non digital</li> <li>- Mudah dalam pengisian</li> </ul>
<b>Layanan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Self Service</i></li> <li>- Pembayaran non-tunai (<i>Cashless</i>)</li> <li>- Pelayanan 24 jam</li> <li>- <i>Outlet</i> masih terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Operator service</i></li> <li>- Pelayanan panggilan darurat Tambal ban Express (Bandrex)</li> <li>- Mudah di jangkau <i>outlet</i> tersedia seluruh Indonesia</li> </ul>

Sumber: Data perusahaan, Analisis, dan Website perusahaan

Pada tabel 4.3 komparasi fitur dan layanan pada produk GreenNitrogen dan MyNitro memiliki perbedaan fitur dan layanan yang mampu memberikan kepuasan pada konsumen. Dari kedua produk tersebut terdapat perbedaan fitur dan layanan yang signifikan, penulis merangkum fitur dan layanan pada tabel 4.3. GreenNitrogen fitur dan layanannya masih memakai sistem operator dan non-digital, tetapi mudah ditemukan dengan pangsa

pasar yang sudah luas di seluruh Indonesia. Sedangkan pada MyNitro fitur dan layanan yang diberikan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi, menggunakan sistem *self service* dan pembayaran non-tunai (*Cashless*) yang sudah digital dalam melakukan transaksi. Pada kedua produk tersebut dengan fitur dan layanan yang berbeda, masing-masing akan menjadi peluang atau ancaman untuk berkembangnya produk dalam suatu bisnis

## Harga

Tabel 4.4 Komparasi harga produk dan harga pembelian

Harga	Merek	
	MyNitro	GreenNitrogen
Harga <i>franchise</i>	Rp 99.000.000	Rp 120.000.000
Harga Pembelian B2C	<p><b>Isi angin baru:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobil= Rp 10.000/ban</li> <li>- Motor= Rp 5.000/ban</li> </ul> <p><b>Tambah angin:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobil= Rp 5.000/ban</li> <li>- Motor= Rp 3.000/ban</li> </ul>	<p><b>Isi angin baru:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobil= Rp 10.000/ban</li> <li>- Motor= Rp 5.000/ban</li> </ul> <p><b>Tambah angin:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobil= Rp 5.000/ban</li> <li>- Motor= Rp 3.000/ban</li> </ul>

Sumber: Data perusahaan, Analisis, dan Website perusahaan

Pada tabel 4.4 komparasi harga produk dan harga pembelian dari kedua produk memiliki harga produk yang berbeda, GreenNitrogen menawarkan dengan harga Rp 120.000.0000 untuk memiliki *outlet* GreenNitrogen, sedangkan MyNitro menawarkan

harga Rp 99.000.000 untuk memiliki satu produk MyNitro, tetapi untuk harga pembelian tidak ada perbedaan yang signifikan.

Dari harga produk yang berbeda dan harga pembelian yang tidak berbeda secara signifikan, mampu memberikan konsumen untuk memilih dalam bertransaksi. Harga merupakan salah satu elemen yang penting dalam menentukan keuntungan perusahaan, permintaan konsumen, dan *positioning product*.

### Target pasar

Tabel 4.5 Komparasi Target Pasar

Target Pasar	Merek	
	MyNitro	GreenNitrogen
<b>Demografi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 18 – 35 Tahun</li> <li>- Laki-laki dan perempuan</li> <li>- Indonesia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 17 – 50 Tahun</li> <li>- Laki-laki dan perempuan</li> <li>- Indonesia</li> </ul>
<b>Audience segmentation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa dan pekerja muda</li> <li>- Tertarik dengan teknologi</li> <li>- Komunitas kendaraan</li> <li>- Penggemar otomotif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengemudi kendaraan pribadi</li> <li>- Mengutamakan keselamatan</li> <li>- Peduli dengan penggunaan nitrogen</li> </ul>
<b>Interest dan behavior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suka mencari <i>experience</i> atau hal baru</li> <li>- <i>Cashless</i></li> <li>- Menyukai pelayanan</li> <li>- <i>Self service</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkendara jarak jauh</li> <li>- Tertarik dengan pelayanan operator</li> </ul>

Sumber: Data perusahaan, Analisis, dan Website perusahaan

Pada tabel 4.5 target pasar antara GreenNitrogen dan MyNitro ada perbedaan dalam penargetan pasar, dalam model bisnis kedua *brand* tersebut yang berbeda. GreenNitrogen mengarah pada kepuasan pelayanan operator yang diberikan untuk konsumen. Sedangkan MyNitro mengarah pada teknologi untuk memberikan pengalaman konsumen dalam menggunakan produknya.

GreenNitrogen dalam melakukan target pasar berfokus pada usia 17-60 tahun yang masih berkendara sehingga memerlukan keselamatan dalam berkendara salah satunya dengan menggunakan Nitrogen pada ban kendaraannya, hal tersebut menjadi *target audience* GreenNitrogen. Pada usia 17-60 tahun pelayanan operator masih menjadi kebutuhan konsumen sampai sekarang, sebagai masyarakat Indonesia yang tidak dibiasakan secara mandiri dalam melakukan transaksi, hal ini menjadi pilihan yang tepat untuk pengisian nitrogen.

Berbeda dengan MyNitro, melakukan target pasar pada usia 17-30 tahun seperti mahasiswa, pekerja muda yang memiliki kendaraan dan berkendara, sehingga pantas menjadi *target audience* MyNitro. Selain itu pada usia 17-30 tahun sesuai dengan bisnis model yang dilakukan MyNitro *Self Service* dan pembayaran non tunai (*Cashless*) sebagai *customer experience* yang menjadi minat dan kebiasaan di rentan usia tersebut. Dalam hal lain, tidak semuanya masyarakat Indonesia menyukai dan mengerti dengan

bisnis model yang dilakukan oleh MyNitro yaitu *self service* dan pembayaran non tunai (*Cashless*).

Komparasi fitur dan layanan, harga, serta target pasar akan menemukan *positioning* yang tepat dari kedua produk tersebut. *positioning* yang dilakukan oleh produk GreenNitrogen adalah “*Keep the tire performance*” yang berarti memberikan dan mempertahankan performa ban kendaraan.

Ada beberapa unsur *positioning* pada GreenNitrogen yaitu:

### **1) Keahlian dan profesionalisme**

Model bisnis dengan menggunakan operator yang keahlian dan profesionalisme menjadi hal yang penting untuk memberikan pelayanan yang baik dan kenyamanan bagi konsumen.

### **2) Jangkauan yang luas**

Jumlah dan mitra yang luas, sehingga memudahkan konsumen dalam mengakses dan menemukan GreenNitrogen di berbagai lokasi untuk melakukan pengisian nitrogen. Selain itu jangkauan yang luas mampu bersaing dengan kompetitor lain.

Dengan memiliki *positioning* di atas GreenNitrogen sampai saat ini menjadi produk yang unggul dan menguasai pangsa pasar yang luas. *Positioning* yang dilakukan oleh GreenNitrogen menjadi keunggulan bersaing dalam mengambil

target pasar yang lebih luas, dengan pelayanan operasional dan *outlet* sudah tersebar di seluruh Indonesia.

Berbeda dengan MyNitro memiliki *positioning* “*The First Automated Nitrogen Services in Asia*” yang berarti MyNitro memberikan layanan nitrogen otomatis pertama di Asia. Dengan model bisnis yang mengikuti perkembangan zaman, ada beberapa unsur *positioning* yang dimiliki MyNitro, yaitu:

**1) Pelayanan *self service***

*Positioning* dengan inovasi yang mengikuti perkembangan zaman, MyNitro menjadi pertama di Asia dengan pelayanan *self service* pada pengisian ban nitrogen. Inovasi yang memberikan pengalaman konsumen terhadap produk MyNitro yang dapat merasakan langsung melakukan pengisian nitrogen secara mandiri. Inovasi yang dilakukan MyNitro melihat perkembangan bisnis yang ada di negara lain sudah menerapkan pelayanan *self service* dengan tujuan untuk memberikan *customer experience*, efisien dan efektivitas dalam melakukan transaksi, dan pengembangan inovasi dan teknologi.

**2) Pembayaran *cashless* (non tunai)**

Melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan zaman, MyNitro memberikan layanan yang memudahkan dalam proses melakukan pembayaran dengan sistem *cashless* (non tunai) yang

lebih aman dan praktis. Satu metode pembayaran dengan QRIS yang terhubung dari semua bank atau *e-wallet*.

### 3) Efisiensi dan teknologi

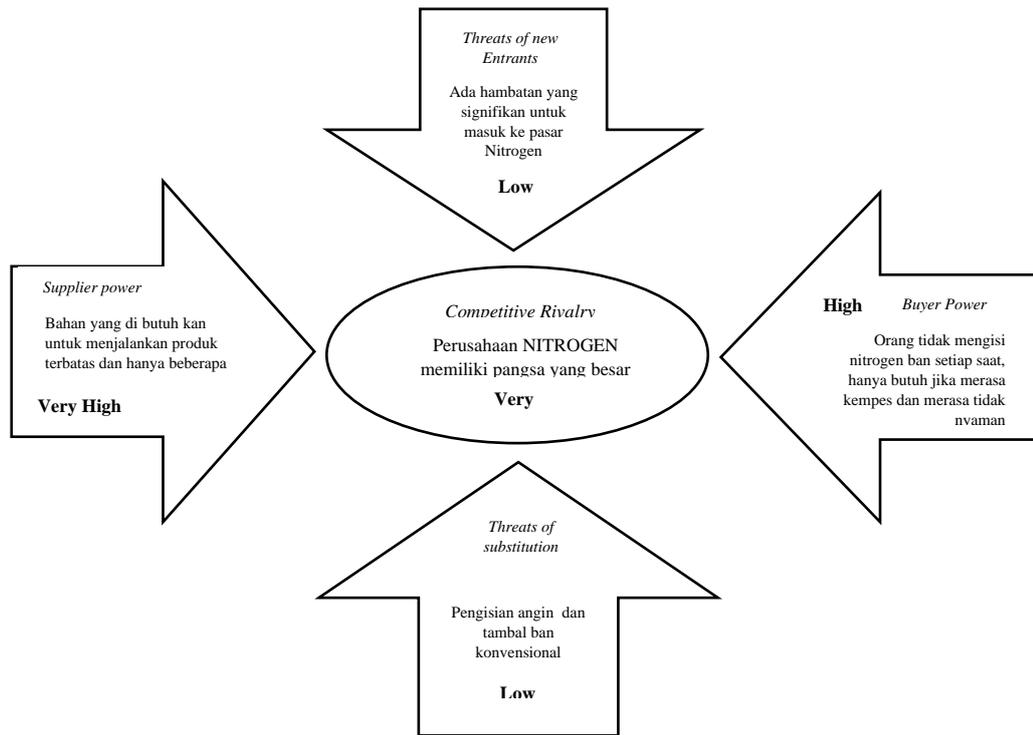
Dalam inovasi yang diberikan MyNitro yang bertujuan untuk efisiensi waktu dalam melakukan transaksi dengan teknologi yang memudahkan konsumen dalam menggunakan produk MyNitro. Selain memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi, MyNitro pun memudahkan mitranya untuk pemantauan data transaksi konsumen yang sudah otomatis masuk ke dalam sistem *dashboard* MyNitro.

*Positioning* yang dilakukan MyNitro mengarah pada tujuan melakukan perubahan dan perkembangan zaman dengan menggunakan teknologi dengan tujuan untuk memberikan efisiensi dan *customer experience* dalam melakukan transaksi. Dengan memberi solusi kepada konsumen dalam pengisian ban nitrogen yang inovatif dan praktis dalam layanan *self service* dan *cashless* (non tunai). Namun dengan *positioning* yang dilakukan oleh MyNitro tertuju pada target pasar yang telah ditetapkan.

#### 4.2.4 Hasil Analisis *Porter's Five Forces Model*

Dalam mempertahankan bisnisnya penulis memberikan analisis dengan menggunakan Porter's Five Forces Model sebagai berikut:

Porter's Five Forces Analysis MyNitro



Gambar 4.4 Analisis Porter's Five Forces

Dapat dilihat pada gambar 4.4 Analisis *porter's Five Forces* pada industri pengisian nitrogen, dapat disimpulkan bahwa:

- *supplier power* (kekuatan pemasok)  
 Dari hasil analisis di atas, bahwa dikarenakannya bahan baku dari pemasok yang dibutuhkan untuk menjalankan produk terbatas dan hanya sedikit. Maka dari itu *supplier power* cenderung *very high*.
- *Threats of Substitution* (Ancaman produk substitusi)  
 Dari hasil analisis di atas, ancaman produk substitusi dari industri pengisian nitrogen yaitu pengisian angin konvensional yang memiliki kualitas lebih rendah dibandingkan dengan nitrogen. Maka dari itu untuk ancaman produk substitusi pada industri pengisian nitrogen cenderung *low*.

- *Buyer Power* (Kekuatan pembeli/konsumen)

Dari hasil analisis di atas, bahwa kekuatan pembeli atau konsumen cenderung *low*, dikarenakan bahwa orang yang mengisi nitrogen kendaraan tidak setiap harinya akan melakukan pengisian, hanya di waktu tertentu saja misalnya ban kendaraan kempis atau bocor sehingga kurang nyaman saat berkendara, yang hal ini harus melakukan pengisian nitrogen terhadap ban kendaraan.

- *New Entrance* (Pendatang baru) cenderung *low*, dikarenakan adanya hambatan yang signifikan untuk masuk ke industri nitrogen. Kebutuhan modal yang menjadi pendatang baru memikirkan terlebih dahulu karena modal yang cukup mahal untuk buka bisnis yang sama dan faktor-faktor keberlanjutan pada bisnis nitrogen ini.
- *Competitive Rivalry* (Kompetitor)

Perusahaan nitrogen saat ini masih terbilang sedikit khususnya di Indonesia sehingga perusahaan-perusahaan memiliki pangsa yang besar. Untuk kompetitor MyNitro pada industri pengisian nitrogen yaitu GreenNitrogen yang sudah lebih dahulu masuk ke industri pengisian nitrogen yang sudah memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia.

Analisis *Porter's Five Porter* digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal perusahaan berdasarkan persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman pendatang baru, ancaman produk substitusi, kekuatan tawar-menawar pembeli, dan kekuatan tawar-menawar pemasok Persaingan Antar perusahaan sejenis

Tabel 4.6 Persaingan Antar Perusahaan (Porter's Five Forces)

No.	Indikator	Analisis	Kesimpulan
1.	Jumlah pesaing	Jumlah pesaing saat ini yang ada di Indonesia ada satu yaitu GreenNitrogen	Persaingan sedang
2.	Pertumbuhan industri sejenis tiap tahunnya	Pertumbuhan industri terus meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar, dimana per-tahun 1-2 pengisian ban nitrogen membuka cabang.	Persaingan tinggi
3.	Perbedaan produk dengan pesaing	Industri ini pada umumnya memiliki diferensiasi produk mencapai 2 produk	Persaingan tinggi
4.	Perbedaan bahan baku	Mayoritas perusahaan pengisian ban nitrogen menggunakan bahan baku yang sama yaitu Nitrogen	Persaingan rendah

Sumber: Analisis Proyek Magang

Dapat dilihat Pada tabel 4.6 Persaingan Antar Perusahaan pada analisis *Porter's Five Forces* cenderung sedang, hal ini di tunjukkan dengan adanya persaingan yang ada di Indonesia, yaitu GreenNitrogen yang merupakan kompetitor dari MyNitro. Tidak hanya itu, peningkatan jumlah industri nitrogen dibuktikan dengan meningkatnya pesaing yang

memproduksi produk sekitar 3 – 4 unit lebih setiap tahunnya. Dengan adanya peningkatan jumlah industri nitrogen tersebut mengakibatkan persaingan yang semakin kompetitif.

#### 1. Ancaman Pendetang Baru

Tabel 4.7 Ancaman Pendetang baru (Porter's Five Forces)

No.	Indikator	Analisis	Kesimpulan
1.	Kebutuhan Modal	Kebutuhan modal menjadi indikator pertama dalam pendatang baru, kebutuhan modal yang cukup mahal dengan rata-rata modal 100 juta untuk membuka bisnis pengisian ban nitrogen	Ancaman rendah
2.	Cara mencukupi modal	Mencukupi kebutuhan modal melalui pemegang saham dan pendaan dari luar. 65 Investor dan 35% Manajemen	Ancaman rendah
3.	Tingkat loyalitas pelanggan	Tingkat loyalitas pelanggan fleksibel dalam melakukan transaksi sehingga tergantung juga terhadap ketersediaan dan terjangkau pengisian nitrogen ban di are konsumen.	Ancaman tinggi

4.	Terbentuknya loyalitas	Loyalitas pelanggan tidak terbentuk dengan sendiri, melainkan karena edukasi mengenai Nitrogen dalam penggunaan ban kendaraan dan jangkauan tempat pengisian nitrogen	Ancaman rendah
5.	Akses ke saluran distribusi	Akses ke saluran distribusi menggunakan kendaraan darat. Perusahaan secara pribadi mengambil nitrogen dari tempat produksi	Ancaman Sedang
6.	Kebutuhan biaya ke saluran distribusi	Biaya yang digunakan relatif dan tergantung jarak distribusi	Ancaman sedang
7.	Kebijakan pemerintah	Pertumbuhan industri tidak terlepas dari kebijakan pemerintah, perizinan dan kebijakan yang diberikan pemerintah terhadap sektor industri ini mempermudah kondisi untuk tumbuh	Ancaman tinggi

8.	Dampak Kebijakan pemerintah	Kebijakan pemerintah memiliki dampak cukup besar	Ancaman tinggi
----	-----------------------------	--	----------------

Sumber: Analisis Proyek Magang

Dapat dilihat Pada tabel 4.7 Ancaman pendatang baru pada analisis *Porter's Five Forces* dengan beberapa indikator seperti kebutuhan modal, cara mencukupi modal, tingkat loyalitas pelanggan, terbentuknya loyalitas, akses saluran distribusi, kebutuhan biaya saluran distribusi, kebijakan pemerintah, dan dampak kebijakan pemerintah. Dari indikator di atas dengan hasil yang berbeda baik itu rendah, sedang dan tinggi dalam ancaman pendatang baru cenderung sedang. Jika dilihat dari indikator kebutuhan modal dan cara mencukupi modal dengan hasil rendah, karena perlu modal yang cukup mahal dalam melakukan produksi seperti MyNitro baik dari alat, dan sistem yang terintegritas oleh sistem yang memudahkan konsumen dan pemilik. Sedangkan dari indikator tingkat loyalitas pelanggan dan terbentuknya loyalitas menjadi faktor yang dapat mempengaruhi rendahnya ancaman pendatang baru. Dalam hal ini MyNitro memiliki pelanggan tetap yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan kompetitornya, sehingga ancaman pendatang baru cukup tinggi. Pada indikator Kebijakan pemerintah yang akan menjadi ancaman masuknya pendatang baru, karena kebijakan pemerintah telah memberikan kontribusi pada pertumbuhan industri pengisian ban nitrogen. Dalam hal ini, pemerintah memiliki kebijakan untuk mempermudah perizinan pendirian industri,

dan memberikan dukungan terhadap perkembangan terhadap industri nitrogen di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki beberapa strategi yang dapat dikembangkan untuk dapat menghadapi persaingan dalam industri pengisian ban nitrogen yang semakin kompetitif.

## 2. Ancaman Produk Substitusi

Tabel 4.8 Ancaman Produk Substitusi (Porter's Five Forces)

No.	Indikator	Analisis	Kesimpulan
1.	Tingkat kebutuhan terhadap produk pengganti	Tingkat kebutuhan terhadap produk pengganti rendah karena belum ditemukannya gas yang baik untuk ban kendaraan yang lebih bagus dan baik dari nitrogen	Ancaman rendah
2.	Kemudahan mendapatkan produk pengganti	Kemudahan ini menjadi tinggi, dengan adanya pesaing yang serupa di industri pengisian ban nitrogen.	Ancaman tinggi

Sumber: Analisis Proyek Magang

Dapat dilihat pada tabel 4.8 Ancaman produk substitusi dengan analisis *Porter's Five Forces* memiliki dua indikator yaitu: tingkat kebutuhan terhadap produk pengganti dan kemudahan mendapatkan produk pengganti. Dalam analisis di atas dengan hasil kesimpulan

bahwa ancaman produk substitusi cenderung tinggi, dikarenakan kemudahan untuk mendapatkan produk pengganti di industri pengisian ban nitrogen sehingga bisa terjadi pengguna MyNitro beralih ke kompetitor dikarenakan kemudahan dalam menemukan produk serupa di area konsumen.

### 3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Tabel 4.9 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (Porter's Five Forces)

No.	Indikator	Analisis	Kesimpulan
1.	Tingkat dominasi pembeli	Industri pengisian ban nitrogen di dominasi oleh pengguna kendaraan roda dua (motor) dan roda empat (mobil).	Kekuatan tawar menawar pembeli tinggi
2.	Dominasi pembeli tiap tahun	Dominasi Pengisian ban nitrogen terhadap pemilik kendaraan motor dan mobil.	Kekuatan tawar menawar pembeli rendah
3.	Tingkat kejelasan informasi produk	Dengan adanya <i>sales</i> , website, media sosial yang membantu mengenai kejelasan dari produk	Kekuatan tawar menawar pembeli tinggi

Sumber: Analisis Proyek Magang

Dapat dilihat pada tabel 4.9 Kekuatan tawar menawar pembeli dengan analisis *porter's Five Forces Model* yang memiliki tiga indikator yaitu: tingkat dominasi pembeli, dominasi pembeli tiap tahun,

dan tingkat kejelasan informasi produk. Dalam industri pengisian ban nitrogen di dominasi oleh pengguna kendaraan baik roda dua maupun roda empat.

#### 4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Tabel 4.10 kekuatan Tawar Menawar Pemasok (Porter's Five Forces)

No.	Indikator	Analisis	Kesimpulan
1.	Tingkat dominasi pemasok	Pemasok di dominasi oleh satu pemasok	Kekuatan penawaran pemasok tinggi
2.	Alternatif pemasok	Perusahaan memiliki 1 pemasok	Kekuatan penawaran pemasok tinggi
3.	Tingkat kualitas produk pemasok	Kualitas produk pemasok baik karena perusahaan memiliki standar yang harus dipenuhi oleh pemasok	Kekuatan penawaran pemasok rendah
4.	Kualitas dari produk pemasok selalu konstan	Dalam pemasok kualitas yang selalu konstan	Kekuatan penawaran pemasok tinggi
5.	Tingkat persaingan pasar pemasok	Pangsa pasar pemasok yang tinggi mencapai 80%	Kekuatan penawaran pemasok tinggi
6.	Persaingan pasar pemasok netral	Dalam persaingan pemasok yang terlihat pasar masih netral dalam industri nitrogen	Kekuatan penawaran pemasok sedang

7.	Besarnya biaya beralih ke pemasok lain	Biaya beralih tergantung dari pemasok mana yang digunakan	Kekuatan penawaran pemasok tinggi
----	--	---	-----------------------------------

Sumber: Analisis Proyek Magang

Dapat dilihat pada tabel 4.10 Kekuatan tawar menawar pemasok dengan analisis *Porter's Five Forces Model* dengan tujuh indikator yaitu: Tingkat dominasi pemasok, alternatif pemasok, tingkat kualitas produk pemasok, kualitas dari pemasok selalu konstan, tingkat persaingan pasar pemasok, persaingan pemasok netral, dan besarnya biaya ke pemasok lain. Pada industri pengisian nitrogen pada kendaraan akan memiliki satu pemasok nitrogen saja sehingga kekuatan penawaran pemasok cenderung tinggi. Selain itu dilihat dari tingkat kualitas produk pemasok yang dikarenakan setiap pemasok memiliki standar pemasok sehingga cenderung rendah.

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki beberapa strategi yang dapat di kembangkan untuk dapat menghadapi persaingan dalam industri pengisian ban nitrogen yang semakin kompetitif. Dan dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat di antara kompetitor, yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan memperluas permintaan atau memperkuat tingkat diferensiasi produk dengan meningkatkan kualitas produk dan memperkuat layanan yang baik. Selain itu perusahaan bisa memperbaiki

strategi pemasaran yang lebih tepat untuk MyNitro, dan menerima saran dari konsumen tanpa mengubah standar yang sudah ada.

Dalam persaingan industri yang sangat tinggi, GreenNitrogen sebagai kompetitor akan selalu melakukan inovasi, Menurut (Christanti, 2022) “Persaingan yang semakin tinggi di suatu industri akan semakin banyak perusahaan melakukan diferensiasi produk. Dalam hal ini, perusahaan pesaing akan memiliki diferensiasi produk pada produk campuran yang dapat menekankan biaya produksi namun tetap memperhatikan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan pada konsumen”.

#### **4.3 Pembahasan**

Keunggulan suatu produk dapat menjadi ketertarikan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, keunggulan yang dilakukan MyNitro dengan melakukan inovasi teknologi dan layanan dengan menggunakan layanan *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*). Dengan keunggulan inovasi yang dilakukan MyNitro menjadi produk pertama di Asia yang menggunakan layanan *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*), dari inovasi yang dilakukan MyNitro mendapatkan respon baik dari masyarakat yang memudahkan dan memberikan pengalaman dalam transaksi (*customer experience*).

GreenNitrogen kini menjadi kompetitor MyNitro, yang sudah lama dalam bisnis pengisian ban nitrogen, namun dengan layanan yang tetap menggunakan operator kini menjadi unggul dan berkembang, dalam sistem

*self service* perlu adanya kajian dan analisis yang lebih mendalam untuk keberlanjutan dan keberlanjutan pada bisnisnya. MyNitro lebih mengutamakan layanan *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*) yang menjadi keunggulan MyNitro yang menargetkan konsumen Milenial dan Gen-Z yang memiliki minat terhadap teknologi. GreenNitrogen yang sudah menguasai konsumen pengisian ban nitrogen dengan memiliki *outlet* tersebar di seluruh Indonesia dan memberikan layanan terbaik kepada konsumennya.

Pada hasil inovasi yang dilakukan MyNitro sudah menjadi keunggulan produk yang dilakukan oleh perusahaan, GreenNitrogen sebagai kompetitor MyNitro yang merupakan industri sama dalam bisnis pengisian nitrogen. MyNitro dapat bersaing dengan kompetitor dalam keunggulan dan inovatif produk, keunggulan yang diberikan dari sisi bisnis MyNitro menawarkan harga murah dibandingkan dengan GreenNitrogen, sisi pelanggan dengan keunggulan yang diberikan MyNitro sistem layanan *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*) serta teknologi yang memberikan kemudahan untuk pemilik dan pelanggan MyNitro.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pada bab ini penulis dapat menyimpulkan penelitian ini yang disusun berdasarkan rumusan masalah. Penulis menyimpulkan beberapa kesimpulan pada laporan ini sebagai berikut:

1. Dalam membangun keunggulannya MyNitro memberikan inovasi sebagai keunggulan dalam bersaing dengan inovasi teknologi dan inovasi layanan, selain itu inovasi yang diberikan MyNitro menjadi salah satu produk pengisian nitrogen pertama di Asia dengan layanan *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*). Selain itu dengan perkembangan zaman yang cepat yang dilakukan MyNitro pada inovasi masa depan sudah menjadi jawaban pada Generasi-Z dan Milenial yang akan melakukan kegiatan dengan teknologi. *Self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*) menjadi keunggulan kompetitif MyNitro. Dalam membangun inovasi layanan *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*) yang diberikan MyNitro untuk bisa bersaing dengan kompetitor, melalui penerapan inovasi layanan dan inovasi yang dilakukan MyNitro sudah sesuai dengan perkembangan masyarakat.
2. MyNitro membangun *positioning* dengan melihat keunggulan inovasi yang dilakukan MyNitro dalam melakukan persaingan. MyNitro lebih mengutamakan teknologi dan kebiasaan masyarakat dalam transaksi, salah

satu produk yang pertama di Asia dengan menggunakan sistem *self service* dan pembayaran non tunai (*cashless*), dalam penerapan yang sudah sesuai dengan perkembangan zaman namun lebih di sesuaikan dengan kebiasaan masyarakat Indonesia dalam sistem *self service* yang masih di tahap transisi dari penggunaan operator.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, dapat dinyatakan bahwa MyNitro sudah memiliki pangsa pasar, keunggulan kompetitif produk, kelebihan produk, dan *positioning* yang tepat pada produk MyNitro. Saran dan rekomendasi yang dapat diberikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Kepada PT Widya Inovasi Indonesia (Widya Robotics)

Selama penulis magang dan melakukan observasi atau analisis serta mengerjakan proyek yang fokus pada produk MyNitro, salah satu hasil pengembangan Widya Robotics industri pengisian ban nitrogen yang berbasis teknologi. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin cepat dan kebiasaan masyarakat yang tidak menentu tepat dalam melakukan kebiasaan. Dari penelitian ini penulis memberikan beberapa saran sehingga akan merujuk pada pengembangan produk MyNitro ke depannya yang lebih baik dan bisa bersaing dengan kompetitor di industri pengisian ban nitrogen.

Belum banyak masyarakat yang memiliki *interest* terhadap sistem *self service*, dengan kebiasaan masyarakat yang masih dimanjakan dengan sistem operator yang menjadi suatu kendala konsumen untuk melakukan transaksi.

Dalam hal ini perusahaan dapat melakukan demo atau tutorial baik dalam video maupun *banner* dalam melakukan penggunaan MyNitro di setiap lokasi produk MyNitro. Selain itu, aktivitas pemasaran melalui sosial media terutama Tik-Tok dan Instagram yang dapat membantu melakukan promosi MyNitro. MyNitro sudah memiliki sosial media baik Instagram dan Tik-Tok, namun tidak terlalu aktif dalam pembuatan konten sehingga tingkat kesadaran masyarakat masih rendah. Perlu adanya aktivitas lebih di sosial media untuk mendapatkan target pasar yang lebih luas.

## 2. Kepada Peserta Magang Berikutnya

Untuk peserta magang berikutnya, khususnya yang mengikuti program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka di Widya Robotics agar lebih aktif dan semangat dalam melakukan aktivitas magang. Karena yang di dapatkan ilmu yang jauh lebih bermanfaat dan memberikan pengalaman untuk teman – teman magang dalam dunia kerja yang tidak dapat di bangku kuliah. Selain itu selama magang banyaklah bertanya dan diskusi kepada mentor (*Supervisor*) di setiap divisi, hal ini pun menjadi salah satu peluang manfaat mendapatkan *previllage* dan *networking* yang luas.

Selain itu, mahasiswa peserta magang juga harus bertanggung jawab dan memberikan performa yang baik untuk perusahaan dan menaati peraturan yang ada di perusahaan. Dan tentunya jaga nama baik universitas dan nama pribadi tidak melanggar norma & nilai perusahaan yang ada.

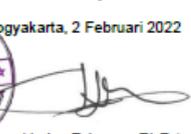
## DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, K. D., Arimbi, A. I. A., Ainul izza, A. N. I. & Ilham, F. M., 2022. SOSIOLOGI (Kebudayaan dan Masyarakat). *ResearchGate*, Maret, pp. 8-14.
- Christanti, S. A., 2022. Analisis Porter's five forces pada PT. Multidaya Lokasakti Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, pp. 4565-6571.
- Desanuari, G. F. & Ludtriani, R., 2022. Pengaruh self service technology terhadap pengembangan usaha dan kepuasan konsumen di masa pandemi covid-19 pada model bisnis restoran. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, I(4), p. 269.
- Dwinanda, R., 2019. *KNKT: 80 Persen Kecelakaan di Tol Akibat Pecah Ban*. [Online] Available at: <https://www.republika.co.id/berita/q0jh4b414/knkt-80-persen-kecelakaan-di-tol-akibat-pecah-ban> [Diakses 6 September 2022].
- Effendi, M. I. et al., 2020. *The Technology–Organization–Environment Framework: ADOPSI TEKNOLOGI PADA UKM*. Yogyakarta: ZAHIR PUBLISHING.
- Hanyani, T. & Fadillah, A., 2013. Pengaruh Kualitas dan Diferensiasi Produk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 3(1), pp. 237-246.
- H. et al., 2020. *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. 1 penyunt. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hermawan, 2021. *Perubahan-Perubahan Budaya di Era Digital*. [Online] Available at: <https://infobisnis.id/2021/09/25/perubahan-perubahan-budaya-di-era-digital/>
- Hery Prasetya, G. L., Rahardja, E., & Hidayati, R. (2007). *MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF MELALUI ALIANSI STRATEJIK UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PT. POS INDONESIA WILAYAH VI JATENG DAN DIY)* (Issue 2). <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Idris, Y. P., 2019. Penerapan Metode ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) Pada Pembelajaran Tehnik Dasar Tari Motaro Untuk Meningkatkan Keterampilan Menari Siswa Kelas X SMAN 3 POSO. Volume 1-3.
- J. & Arianty, N., 2019. Porters's Five Forces Model For Superiority In Face The Asean Economic Community (MEA). *jurnal.umsu.ac.id*, 3(10), pp. 208-214.

- M., Putranto, A. & Wijayanti, R., 2018. Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 1(1), pp. 23-30.
- Maredalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). PENGARUH KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KEUNGGULAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LUXURI FASHION BRAND DENGAN GENDER SEBAGAI MODERATING PADA PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI KOTA
- Purnomo, M., Maulina, E., Wicaksono, A. . R. & Rizal, M., 2021. Implementasi Technology Acceptance Model terhadap Adopsi Teknologi Artificial Intelligence pada Startup Digital. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 2(9), pp. 173-181.
- Rianto, S., 2018. Pengaruh Keunggulan Produk, Mutu Strategi dan Keunggulan Biaya, Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan. *Majalah Ilmiah Solusi*, 4(16).
- Santoso, S. et al., 2022. Penerapan Teknologi Self-Service Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction Pada Usaha Ritel Food and Beverage. *JAProf: Jurnal Administrasi Profesional*, II(3), pp. 11-12.
- Siwela, B., Ebewo, P. E. & Faku, E. M., 2022. Customer Acceptance Of Self-Service Technology At Fast Service Restaurant In TSHWANE. *Journal Of Management And Entrepreneurship Research*, p. 31.
- Susanty, M. & Wijanarko, R. S., 2019. Rancang Purwarupa Smart Digital-Wallet Berbasis Purwarupa Mobile Unutk SPBU Mandiri. *Jurnal Teknologia*, I(2), pp. 106-110.
- Uddin, S., 2022. Persaingan Perusahaan. *ResearchGate*, p. 3.

## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### 1. Surat Izin Magang

	<b>FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA</b>	<small>Gedung Prof. Dr. Ace Partalinda Ringroad Utara, Gondong Lela, Depok Semarang, Yogyakarta 55283 T. (0274) 882546, 883087, 883376; F. (0274) 882589 E. fke@uii.ac.id W. fkeon.uii.ac.id</small>
<b>SURAT REKOMENDASI</b> No: 181/Ka.ProdiMnj/10/Prodi.Mj/II/2022		
Yang bertanda tangan di bawah ini:		
Nama	:	Anjar Priyono, PhD.
Jabatan	:	Ketua Program Studi Manajemen S1
NIP/NIK	:	073110101
E-mail	:	anjar.priyono@uii.ac.id
No Telp	:	08112643334
menyetujui nama mahasiswa berikut :		
Nama	:	Fathur Rohman
NIM	:	19311342
Program Studi/ Jurusan	:	Manajemen
Fakultas	:	Bisnis dan Ekonomika
Semester	:	6
IPK	:	3,26
Jumlah SKS yang sudah ditempuh dan lulus	:	114 SKS
untuk menjadi peserta program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2021 dengan ketentuan :		
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mahasiswa akan mengikuti Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2021 secara penuh dan bertanggung jawab</li><li>2. Mahasiswa sanggup ditempatkan di mitra - mitra program Magang dan Studi Independen Bersertifikat di seluruh wilayah Indonesia sesuai dengan hasil seleksi dan proses konsolidasi antara prodi asal mahasiswa terpilih dengan Mitra Industri yang telah ditetapkan</li><li>3. Mahasiswa sanggup melakukan perjalanan lintas kabupaten/kota/provinsi/negara jika diperlukan sesuai penempatan yang ditetapkan oleh mitra program Magang dan Studi Independen Bersertifikat dengan memperhatikan secara ketat protokol kesehatan</li></ol>		
Selain hal tersebut di atas, sebagai bentuk dukungan dan fasilitasi bagi mahasiswa, kami menyatakan kesediaan untuk:		
<ol style="list-style-type: none"><li>1. memberikan dukungan sepenuhnya serta bertanggung jawab bilamana terjadi sesuatu hal selama mengikuti program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2021 sejak awal sampai akhir program</li><li>2. mendukung proses belajar mahasiswa melalui pengalaman Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2021</li><li>3. memberikan pengakuan dan konversi 20 sks atau hal-hal yang sudah menjadi kesepakatan antara prodi asal mahasiswa dengan mitra industri bagi mahasiswa setelah penyelesaian program</li></ol>		
Demikian surat rekomendasi ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.		
		Yogyakarta, 2 Februari 2022
		
		(Anjar Priyono, PhD.)

## 2. Surat Penerimaan Magang



### SURAT PENERIMAAN MAGANG

014.057/HRDWII-MSIB/I/2022

Yth. FATHUR ROHMAN  
di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan proses rekrutmen dan seleksi yang telah selesai dilakukan dalam Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka, maka bersama ini dengan senang hati kami informasikan bahwa Anda telah terpilih untuk mengikuti program tersebut di PT Widya Inovasi Indonesia.

Berkenaan dengan program magang tersebut, berikut adalah informasi posisi Magang yang akan Anda jalani dengan informasi sebagai berikut:

Posisi Magang	: Marketing & Business Analyst
Metode Magang	: Luring dan Daring
Unit Luring	: Widya Robotics - Yogyakarta

Selanjutnya, mohon Anda melengkapi dan mempersiapkan berkas-berkas berikut:

1. Menandatangani Surat Penerimaan Magang ini
2. Melampirkan CV terbaru
3. Melampirkan Surat Rekomendasi Kampus (file terlampir)
4. Surat Pernyataan Tanggung Jawab Mutlak Batch 2(file terlampir)

Mohon kelengkapan dokumen tersebut dikirim ke email [recruitment@widya.ai](mailto:recruitment@widya.ai) paling lambat Selasa, 1 Februari 2022.

Dengan menerima dan menyanggupi Surat Penerimaan ini Saudara juga bersedia mematuhi aturan yang ditetapkan oleh Perusahaan sebagaimana tercantum pada Perjanjian Kerja, Perjanjian Menjaga Kerahasiaan Perusahaan (*Confidential Agreement*) maupun aturan perusahaan lainnya baik tertulis maupun yang diberikan secara lisan oleh Pimpinan. Adapun detail terkait *timeline* dan informasi mentor terlampir pada halaman terpisah.

Widya Robotics (PT Widya Inovasi Indonesia)  
Jalan Palagan Tentara Pelajar KM 7,5 No. 31, Dusun  
Randugowang RT/RW 004/016, Kelurahan Sariharjo,  
Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Provinsi  
Daerah Istimewa Yogyakarta

(0274) 4542495 [www.widya.ai](http://www.widya.ai) [info@widya.ai](mailto:info@widya.ai) [f](#) [t](#) [i](#) [m](#) [@](#) widyarobotics

### 3. Penilaian Mentor (*Supervisor*)

#### LEMBAR PENILAIAN MAGANG

Nama : Fathur Rohman  
Asal Perguruan Tinggi : Manajemen/Universitas Islam Indonesia  
Instansi magang : PT. Widya Inovasi Indonesia (Widya Robotics)

Telah menyelesaikan magang di instansi tersebut mulai dari tanggal 14 Februari 2022 hingga 29 Juli 2022

Dengan mempertimbangkan segala aspek, baik dari segi bobot pekerjaan maupun pelaksanaan magang, maka kami memutuskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan kewajibannya dengan hasil sebagai berikut:

No.	Aspek Penilaian	Bobot	Nilai (1-10)	Nilai x Bobot
1	Kemampuan menyelesaikan masalah	20%	8	1,6
2	Kemampuan menganalisa dan merancang	20%	7	1,4
3	Kedisiplinan	10%	9	0,9
4	Komunikasi	10%	9	0,9
5	Kerja sama	10%	8	0,8
6	Etos kerja	10%	8	0,8
7	Kepemimpinan	10%	8	0,8
8	Kreativitas	10%	8	0,8
		100%		8

Keterangan :

- 1 – 2 : Sangat Buruk
- 3 – 4 : Buruk
- 5 – 6 : Cukup
- 7 - 8 : Baik
- 9-10 : Sangat Baik

Yogyakarta, 30 Juli 2022

Mentor,



Denny Wijayanto

#### 4. Penilaian Dosen Pembimbing



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Aca Partadiredja  
Ringroad Utara, Cendong Catur, Depok  
Semarang, Yogyakarta 55283  
T. (0271) 815146, 883087, 885376  
F. (0271) 882389  
E. fevri@uii.id  
W. fevri@uii.ac.id

#### LEMBAR PENILAIAN MAGANG

Nama : Fathur Rohman  
Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia  
Instansi magang : PT. Widyia Inovasi Indonesia (Widya Robotics)

Telah menyelesaikan magang di instansi tersebut mulai dari tanggal 14 Februari 2022 hingga 29 Juli 2022

Dengan mempertimbangkan segala aspek, baik dari segi bobot pekerjaan maupun pelaksanaan magang, maka kami memutuskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan kewajibannya dengan hasil sebagai berikut :

No.	Aspek Penilaian	Bobot	Nilai (1-10)	Nilai x Bobot
1	Kemampuan menyelesaikan masalah	20%	9,8	1,96
2	Kemampuan menganalisa dan merancang	20%	8,8	1,76
3	Kedisiplinan	10%	8,8	0,88
4	Komunikasi	10%	8,8	0,88
5	Kerja sama	10%	8,8	0,88
6	Etos kerja	10%	7,7	0,77
7	Kepemimpinan	10%	7,7	0,77
8	Kreativitas	10%	9,9	0,99
	Nilai Angka	100%		8,11
	Nilai Huruf			

Keterangan :

- 1 – 2 : Sangat Buruk
- 3 – 4 : Buruk
- 5 – 6 : Cukup
- 7 - 8 : Baik
- 9-10 : Sangat Baik

Yogyakarta, 15 Agustus 2022

Dosen Pembimbing Pelaksanaan Magang,

Istyakara Muslichah, S.E., MBA.