

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama masa magang di Skystar Ventures, Penulis ditempatkan pada posisi bagian *Marketing*, terdapat 2 mahasiswa yang ditempatkan pada divisi *Marketing* hal ini dilakukan berdasarkan pada visi dan misi perusahaan Skystar Ventures. Fokus kerja divisi pada bagian *Marketing* adalah memperkenalkan produk atau jasa yang dibuat oleh tim Ngecass melalui sosial media seperti Instagram, Tiktok, dan Twitter. Selain itu penulis harus teliti dan kritis dalam mencari bagian produk yang memuaskan pelanggan maupun mengecewakan pelanggan sehingga nantinya penulis dapat memberikan solusi serta mendapatkan gambaran akan kebutuhan pelanggan.

Pada masa magang di Skystar Ventures, Penulis berada dibawah bimbingan Pak Hoky Nanda selaku *Supervisor Program Officer* di perusahaan Skystar Ventures, Penulis Mengerjakan tugas yang diarahkan oleh Pak Hoky langsung, dalam proses pengerjaan Penulis juga mendapatkan pengalaman, pertumbuhan *skill* individu, dan relasi yang akan berguna untuk perkembangan perusahaan Skystar Ventures dan tim Ngecass.

Tugas yang diarahkan oleh tim Ngecass kepada Praktikum sebagai berikut:

1. Membuat *pitch deck* berupa presentasi.
2. Melakukan pemasaran berupa *post content* di berbagai sosial media.
3. Membuat dan mencetak brosur sebagai pemasaran.
4. Melakukan *interview* mengenai produk kepada calon pengguna.

3.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama masa magang, penulis telah melakukan berbagai kegiatan dan aktivitas yang diarahkan langsung oleh tim Ngecass bersama Pak Hoky, hal ini telah dilakukan dengan baik karena divisi yang juga diminati oleh penulis. Berikut merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan penulis pada awal masa magang:

Tabel 3. 1 Uraian Kegiatan magang

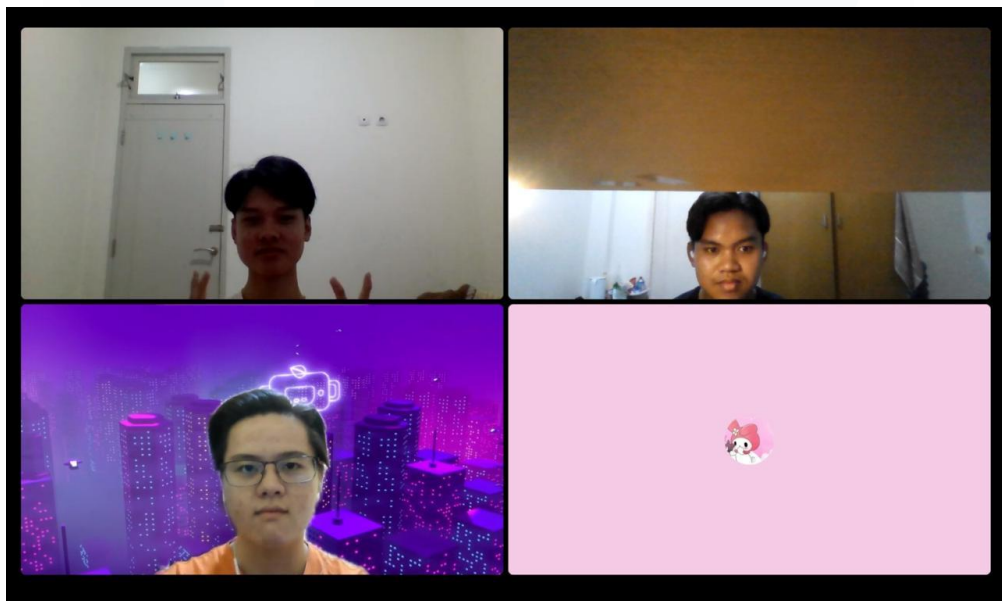
No.	Keterangan pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Koordinasi
1	Berkoordinasi bersama Tim Ngecass	Memastikan masing-masing anggota tim mengetahui deskripsi tugas yang diarahkan	Pak Hoky Nanda
2	Brainstorming bersama Tim Ngecass	Mengetahui dan emndapatkan tahapan proses kerja	Pak Hoky Nanda
3	Melakukan Financial Projection	Melakukan <i>financial projection</i> bersama tim untuk menghitung berapa keseluruhan biaya yang diperlukan untuk menjalankan aplikasi Ngecass, dan melakukan beberapa pertimbangan agar biaya yang diperlukan dapat berkurang dan meningkatkan <i>cost efficiency</i>	Pak Hoky Nanda
4	Mentoring bersama tim Ngecass dan Pembimbing	melakukan pertemuan dengan tim <i>marketing</i> yang diarahkan oleh perusahaan Skystar Ventures untuk mereview kembali <i>cost control</i> dan <i>financial</i> yang telah dibuat oleh tim	Pak Hoky Nanda

		Ngecass untuk keberlangsungan bisnis kedepannya.	
5	Membuat <i>pitch deck</i> dengan tim Ngecass	Membuat <i>pitch deck</i> sebagai project untuk ditampilkan kepada calon investor dalam Mendapatkan <i>funding</i> untuk mengembangkan dan menjalankan aplikasi Ngecass	Pak Hoky Nanda
6	<i>Post Content</i> Di Berbagai Sosial Media	Melakukan posting konten harian untuk meningkatkan <i>Brand Awareness</i> dan pemasaran terhadap masyarakat.	Pak Hoky Namda
7	Membuat pencetakan Brosur	Membuat brosur sebagai strategi Pemasaran dan promosi yang akan dibagikan pada rangkaian <i>event</i> tertentu	Pak Hoky Nanda
8	Melakukan <i>Interview</i> dengan calon pengguna dan tim <i>marketing</i> dari berbagai <i>brand</i>	Melakukan interview bersama tim Ngecass dapat mengetahui bagaimana potensial Ngecass sebagai bisnis digital setelah digunakan untuk trial calon pengguna Ngecass.	Pak Hoky Nanda

3.2.1 Kegiatan Pertemuan Dengan Tim Internal Ngecass Dalam Bentuk Zoom Meeting

Penulis memulai pelaksanaan aktivitas kerja pada awal bulan februari dengan melakukan meeting bersama anggota tim Ngecass, hal ini dilakukan dengan tujuan agar masing-masing anggota tim mengetahui deskripsi tugas yang diarahkan dan paham serta bertanggung jawab.

Menurut Grensing dan Pophal, deskripsi pekerjaan adalah rekaman tertulis mengenai tanggung jawab dari pekerjaan tertentu. Dokumen ini menunjukkan kualifikasi yang dibutuhkan untuk jabatan tersebut dan menguraikan bagaimana kerja tersebut berhubungan dengan bagian lain dalam perusahaan.



Gambar 3. 1 Meeting dengan anggota tim Ngecass

Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada Bulan awal februari 2024, Tim ngecass melakukan tugas perdananya yaitu melakukan pertemuan pertama dengan anggota tim Ngecass melalui Zoom Meeting, dengan demikian seluruh anggota tim Ngecass telah mengetahui dan memahami jobdesk yang diberikan masing-masing.

3.2.2 *Brainstorming* Dengan Tim Ngecass Secara Langsung

Kegiatan ini dilakukan guna untuk mendapatkan ide-ide yang diusulkan oleh anggota tim Ngecass dan diimplementasikan kedalam proses pengembangan produk tim Ngecass.

Menurut Danajaya, *Brainstorming* adalah dirancang untuk mendorong kelompok mengekspresikan berbagai macam ide dan menunda penilaian-penilaian kritis. Setiap orang menawarkan ide yang dicatat, kemudian dikombinasikan dengan berbagai macam ide yang lainnya. Pada akhirnya kelompok tersebut setuju dengan hasil akhirnya.

Dalam proses *Brainstorming* dengan tim Ngecass, didapatkan bahwa tim akan melakukan proses tahap kerja pertama yaitu membuat *presentation deck*, pendaftaran HAKI, dan *promotion*.



Gambar 3. 2 Melakukan Brainstorming dengan Tim Ngecass

Sumber: Dokumentasi Penulis

Presentation deck dilakukan untuk memperkenalkan produk milik tim Ngecass kepada calon investor dengan tujuan untuk mendapatkan dana awal

sebagai modal untuk menjalankan dan mengimplementasikan ide bisnis. Perusahaan Skystar Ventures juga ikut berkontribusi membantu tim Ngecass dengan memperkenalkan dan menemui calon investor kepada tim Ngecass. Lalu Penulis dan rekan tim Ngecass melakukan pendaftaran HAKI guna untuk menjaga kebebasan dan kebutuhan legalitas perusahaan.

No	Nama Ciptaan	Uraian singkat Ciptaan	Link Ciptaan (jika ada Website)	Nama Pencipta	Email
1	Ngecass	Ngecass adalah sebuah aplikasi yang dirancang untuk membantu pemilik mobil listrik dan pengguna kendaraan listrik lainnya.		Jemahan Haro	jemahanharo@gmail.com
2	Ngecass	Ngecass adalah sebuah aplikasi yang dirancang untuk membantu pemilik mobil listrik dan pengguna kendaraan listrik lainnya.		Jeffrey Tan	jeffreytan@gmail.com
3	Ngecass	Ngecass adalah sebuah aplikasi yang dirancang untuk membantu pemilik mobil listrik dan pengguna kendaraan listrik lainnya.		Muhammad Afko Khobq	afko@ngecass.com
4	Ngecass	Ngecass adalah sebuah aplikasi yang dirancang untuk membantu pemilik mobil listrik dan pengguna kendaraan listrik lainnya.		Tiffany Regina Anggrina	tiffanyregina@gmail.com
5	Ngecass	Ngecass adalah sebuah aplikasi yang dirancang untuk membantu pemilik mobil listrik dan pengguna kendaraan listrik lainnya.		Sulhan Akmal Arhanwijaya	sulhanakmal@gmail.com

Gambar 3. 3 Proses Pembuatan HAKI untuk Ngecass

Sumber: Dokumentasi Penulis

Lalu penulis dan tim Ngecass juga berencana untuk melakukan promotion terhadap produk yang sudah dibuat dengan memberikan tugas kepada divisi *Marketing* yaitu penulis dan teman tim Ngecass lainnya, hal ini bertujuan agar nantinya produk dapat dilirik oleh masyarakat dan menarik

perhatian publik sehingga Ngecass sebagai perusahaan Bisnis Digital dapat berkembang dan lebih dikenal masyarakat.

3.2.3 Financial Projection Dengan Tim Ngecass

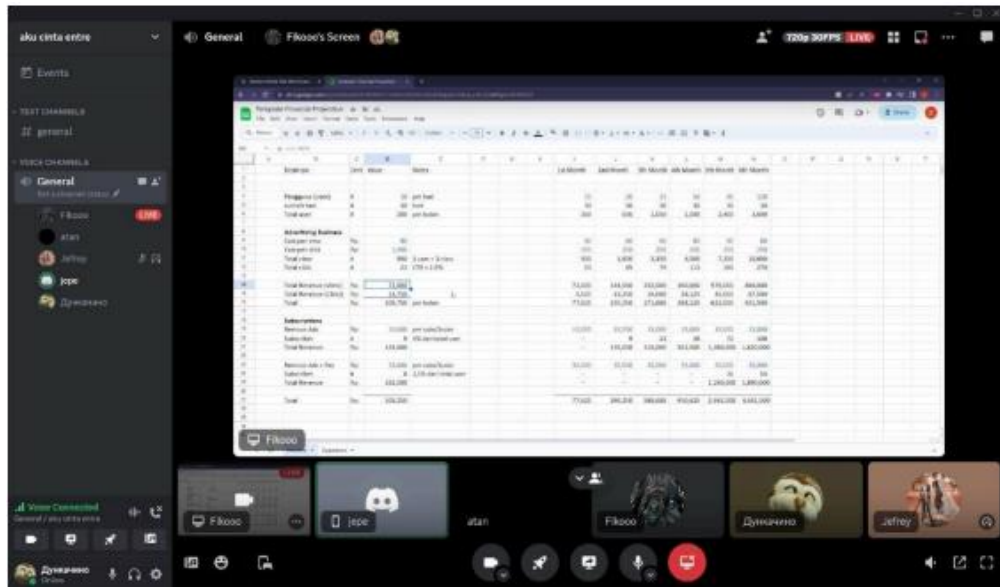
Penulis bersama tim Ngecass merencanakan *financial projection* guna untuk menghitung berapa keseluruhan biaya yang diperlukan untuk menjalankan aplikasi Ngecass, dan melakukan beberapa pertimbangan agar biaya yang diperlukan dapat berkurang dan meningkatkan *cost efficiency*, hal ini nantinya akan berdampak pada masa berlangsungnya bisnis agar terus dapat bertahan di dunia bisnis *digital*.



Gambar 3. 4 Pertemuan untuk Financial Projection dengan tim Ngecass

Sumber: Dokumentasi Tim Ngecass

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



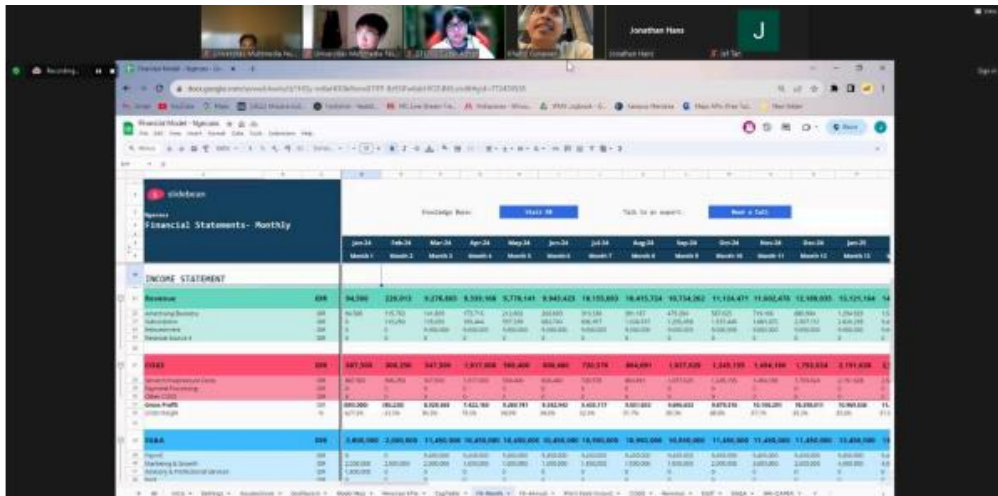
Gambar 3. 5 Proses Pengerjaan Financial Projection dengan Tim Ngecass

Sumber: Dokumentasi Tim Ngecass

3.2.4 Melakukan Mentoring Mengenai *Cost Control* Dan *Financial Projection*

Tim Ngecass melakukan pertemuan dengan tim *marketing* yang diarahkan oleh perusahaan Skystar Ventures untuk mereview kembali *cost* dan *financial* yang telah dibuat oleh tim Ngecass untuk keberlangsungan bisnis kedepannya.

Cost control dilakukan oleh tim Ngecass guna untuk mengendalikan dan mengelola pengeluaran dari bisnis Ngecass untuk melakukan upaya efisiensi terhadap pengeluaran biaya. Hal ini sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh Ngecass yaitu biaya server yang terlalu tinggi, Jonathan Hans sebagai CEO dari Ngecass dan Sultan Althaf sebagai COO dari Ngecass menyarankan kepada tim Ngecass untuk melakukan pengurangan biaya yaitu dengan menggunakan server yang lebih efisien dan Penulis sebagai Marketing Officer menyarankan kepada tim Ngecass untuk melakukan pengurangan biaya promosi agar pengeluaran tim nantinya akan lebih terkelola.



Gambar 3. 6 Melakukan Review Cost Control dengan Tim Marketing

Sumber: Dokumentasi Tim Ngecass

3.2.5 Proses Pembuatan *Pitch Deck*

Penulis diberikan tugas untuk melakukan pembuatan *pitch deck* dalam bentuk presentasi, Penulis memilih menggunakan canva sebagai alat web untuk membuat presentasi karena pada web canva fitur yang digunakan sesuai dengan misi yang direncanakan oleh tim Ngecass.

Guy Kawasaki, seorang pengusaha dan mantan evangelis Apple, menggambarkan *pitch deck* sebagai "presentasi berseri slide yang digunakan untuk memberi tahu cerita bisnis Anda. Ini adalah alat yang akan membantu Anda menarik minat dan modal dari investor."

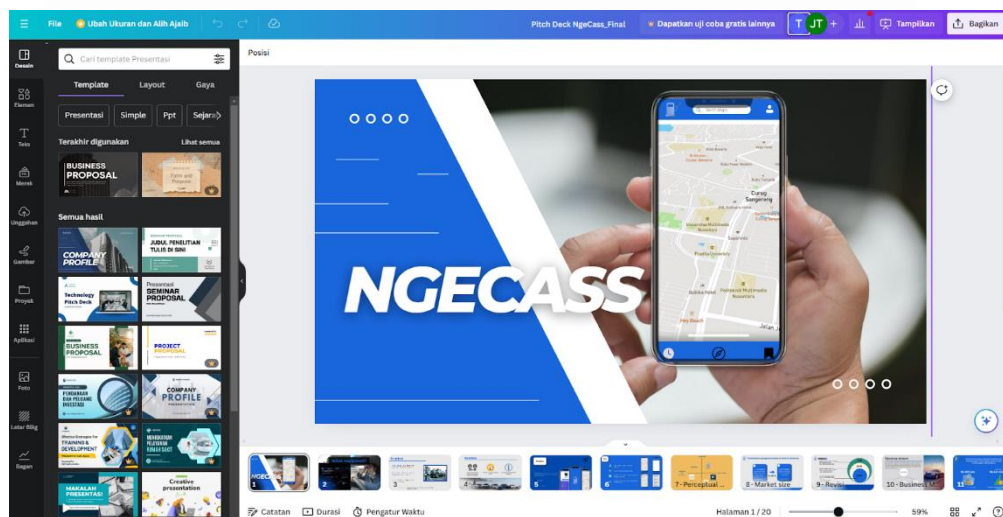
Pada teori yang dikemukakan oleh Guy Kawasaki, Penulis mendapatkan 10 hal penting yang ideal untuk dimasukkan kedalam slide antara lain:

1. Judul bisnis.
2. Permasalahan yang dihadapi sehingga perusahaan tersebut tercipta.
3. Nilai lebih/solusi yang ditawarkan perusahaan.
4. Target market.
5. Model bisnis yang dijalankan.
6. Rencana pemasaran.
7. Analisis terhadap pesaing.

8. Tim management.
9. Proyeksi keuangan.
10. Apa yang telah dilakukan, serta apa yang akan dilakukan jika mendapatkan pendanaan.

Hal ini membantu penulis dalam merangkai slide yang nantinya akan dipresentasikan dan diperlihatkan kepada calon investor tim Ngecass.

Pengalaman dalam mengelola strategi pemasaran UMKM memberikan pemahaman mengenai tantangan dalam mengoptimalkan promosi produk yang relevan dengan kebutuhan target pasar. Seperti yang dilaporkan dalam praktik kerja di Divisi Marketing UMKM Pempek Pak Cik, pentingnya penyesuaian strategi pemasaran untuk meningkatkan keterlibatan konsumen menjadi perhatian utama dalam penerapan digital marketing (Wulandry, 2020, hlm. 14-32). Wawasan ini relevan dalam konteks promosi aplikasi pencarian stasiun pengisian daya kendaraan listrik, di mana pemanfaatan platform digital dapat memaksimalkan jangkauan dan efektivitas pemasaran untuk target pengguna teknologi ramah lingkungan.



Gambar 3. 7 Proses Pembuatan Pitch Deck Menggunakan Canva

Sumber: Dokumentasi Penulis

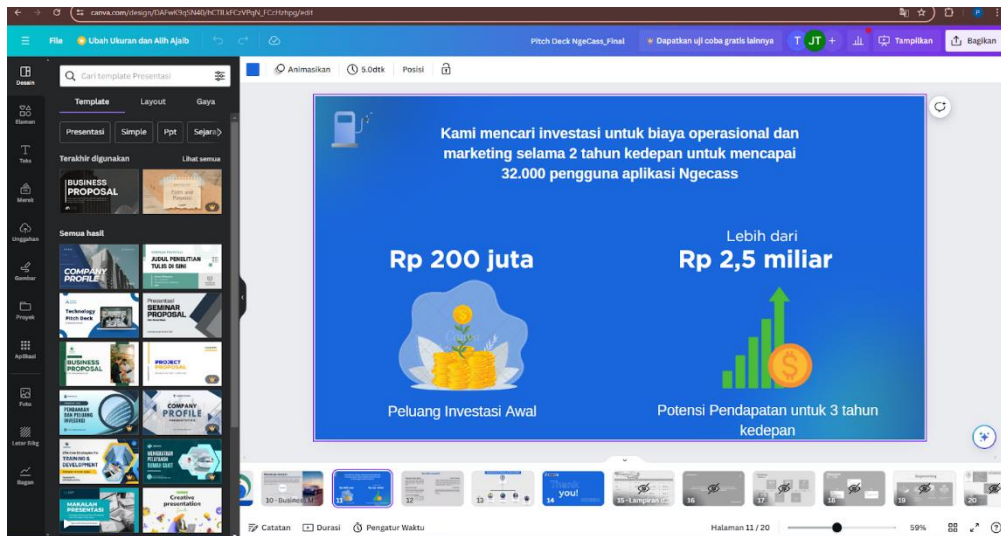


Gambar 3. 8 Proses Pembuatan Pitch Deck Bersama Tim Ngecass

Sumber: Dokumentasi Tim Ngecass

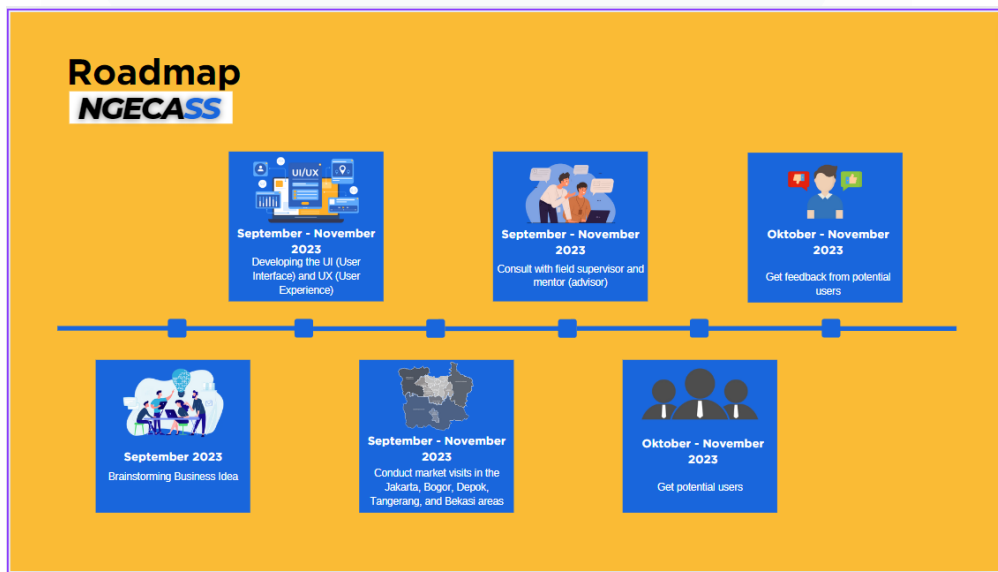
Setelah selesai melakukan proses pembuatan *pitch deck*, penulis menyerahkan design tersebut kepada tim Ngecass untuk di *review* lebih lanjut, setelah di *review* penulis bersama rekan tim Ngecass melakukan revisi terkait beberapa hal yang menurut tim kurang sesuai.

Setelah penulis melakukan revisi terhadap *pitch deck* yang kurang sesuai dengan keinginan tim Ngecass, tahap selanjutnya yaitu penyerahan *pitch deck* kepada Pak Hoky sebagai *Supervisor Program Officer* dari perusahaan Skystar Ventures.



Gambar 3. 9 Proses Revisi Pitch Deck Menggunakan Canva

Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 10 Pembuatan Roadmap dari Tim Ngecass

Sumber: Dokumentasi Penulis

Roadmap dibuat sebagai panduan visual tim Ngecass untuk menjalankan tujuan yang telah direncanakan dalam bentuk langkah-langkah sesuai dengan gambar diatas. Sebagai *Marketing Officer*, adapun tugas Penulis untuk mengawasi rekan tim lainnya agar perjalanan tim Ngecass sesuai dengan roadmap yang telah dibuat.

3.2.6 Melakukan Pemasaran Berupa *Post Content* Di Berbagai Sosial Media

Tim Ngecass berencana untuk memasarkan produknya kepada masyarakat melalui berbagai sosial media terutama Instagram, Penulis ditugaskan untuk membuat post content yang nantinya akan di upload ke dalam konten instagram milik tim Ngecass. Berikut adalah tahapan pembuatan konten Instagram:

a. Mencari Referensi

Langkah ini bertujuan untuk menentukan konsep yang akan digunakan, selain itu juga memudahkan pemilihan jenis konten atau topik yang sedang dibahas. Yang belakangan ini sedang tren.

b. Mengumpulkan Materi

Setelah mendapatkan konsep yang diinginkan, langkah berikutnya adalah mencari bahan atau aset sebelum beralih ke tahap pengeditan. Tiga situs web yang sering digunakan untuk menemukan foto stok, ikon, atau elemen adalah freepik.com, flaticon.com, dan pixabay.com.

c. Mengedit Konten

Setelah semua materi telah disiapkan, langkah berikutnya adalah pengeditan. Yang dilakukan pada titik ini adalah pemilihan, penambahan, dan pengaturan ulang gambar untuk menghasilkan desain grafis.

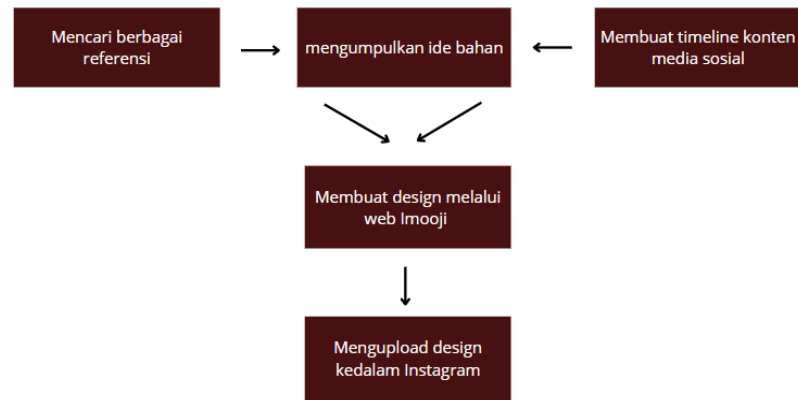
d. Membuat Keterangan

Keterangan berfungsi untuk meningkatkan konteks dari gambar atau video yang diunggah, serta detail-detail yang mungkin tidak diketahui oleh pengguna. Sangat penting untuk menggunakan bahasa yang jelas dan ringkas agar orang yang mencarinya lebih mungkin untuk membeli.

e. Mengunggah Konten ke Instagram

Jika semua langkah telah selesai dilakukan, langkah berikutnya adalah mengunggah, atau memberikan umpan balik, konten yang telah selesai dipublikasikan ke Instagram *Stories* dan *Feeds*.

Berikut merupakan diagram alir dalam pembuatan content di Instagram milik tim Ngecass:



Gambar 3. 11 Diagram Alir Dalam Pembuatan Content

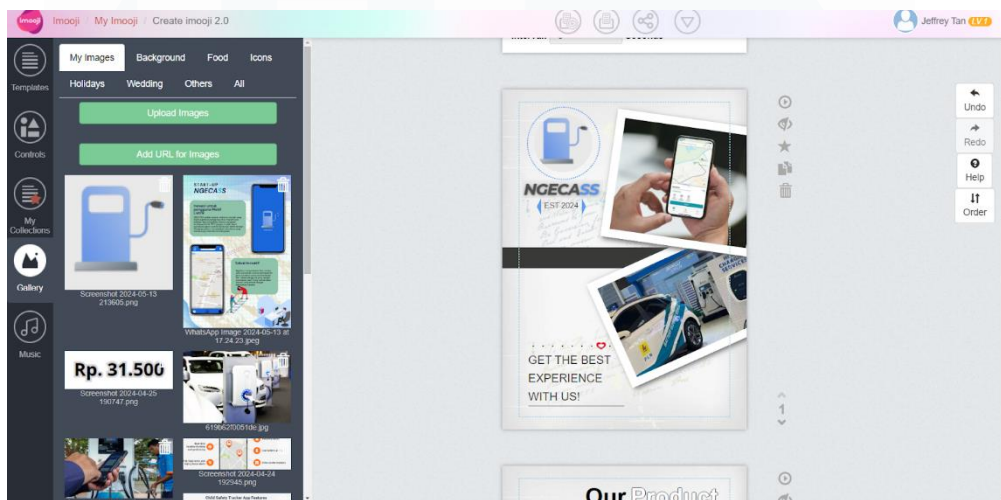
Sumber: Dokumentasi Penulis

Strategi digital marketing penting dalam mempromosikan aplikasi pencarian stasiun pengisian daya kendaraan listrik, terutama untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemasaran digital mencakup implementasi yang terstruktur, dari identifikasi target audiens hingga evaluasi kampanye, untuk meningkatkan keterlibatan pengguna (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pendekatan ini mendukung optimalisasi promosi aplikasi melalui saluran digital yang relevan.

Salah satu tugas divisi *marketing* adalah memegang kendali penuh dan membuat konten atas instagram perusahaan, adapun tugas yang diberikan yaitu membuat post mengenai produk yang ditawarkan dan harga yang ditawarkan.

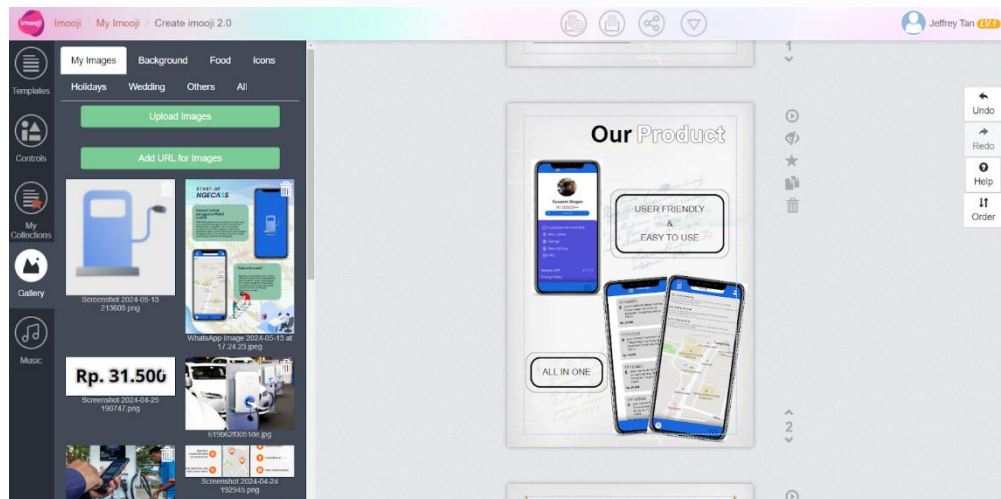
Penulis lalu menyiapkan berbagai ide dan informasi yang telah dipilih sebagai referensi, lalu membuatnya dalam bentuk brosur dengan menggunakan website *Imooji.com*.

Penulis memilih menggunakan website Imooji.com sebagai wadah untuk membuat *design content* karena fitur dan kesesuaian yang diinginkan terdapat pada website *Imooji.com*. Selain itu, tim Ngecass juga telah sepakat untuk menggunakan *Imooji.com* sebagai web untuk membuat *design content*.



Gambar 3. 12 Proses Pembuatan Design Content untuk Instagram

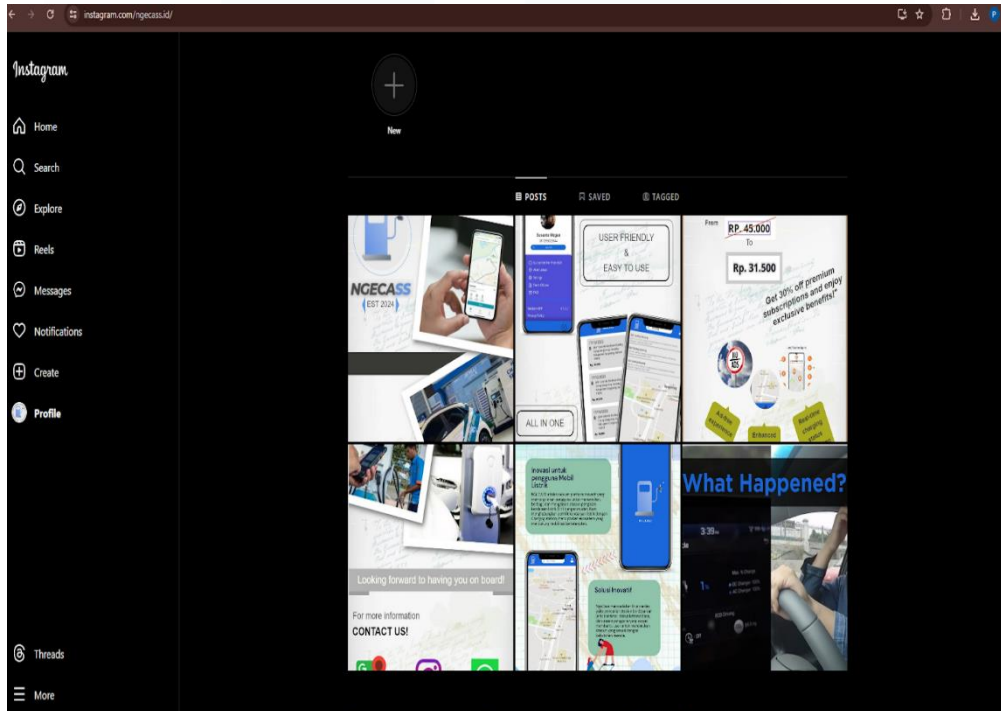
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 13 Proses Lain Pembuatan Design Content untuk Instagram

Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah desain selesai dibuat, langkah selanjutnya yang dilakukan penulis yaitu mengupload *design* yang telah dibuat kedalam Instagram milik tim Ngecass.



Gambar 3. 14 Tampilan Laman Instagram Ngecass

Sumber: <https://www.instagram.com/ngecass.id/>





New post



Jangan lewatkan kesempatan istimewa ini! Dapatkan diskon eksklusif untuk langganan Ngecass sekarang juga. Jelajahi ribuan stasiun pengisian listrik dengan harga terbaik! #Ngecass #DiskonSubscription



Tag people



Add reminder



Audience

Followers

NEW



Add location



Jakarta, Indonesia

Pademangan, Jawa Barat, Indon...

Share

Gambar 3. 15 Membuat Caption pada Laman Konten Instagram Ngecass

Sumber: <https://www.instagram.com/ngecass.id/>

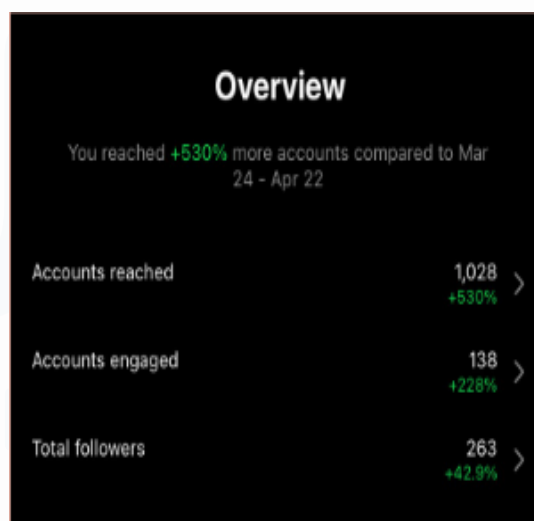
Digital marketing dan media sosial adalah komponen penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu produk, termasuk aplikasi pencarian stasiun pengisian daya kendaraan listrik. Yulian dan Silviani (2022)

menguraikan bahwa strategi digital yang efektif, jika diterapkan dengan tepat, dapat membantu bisnis meningkatkan omset melalui keterlibatan konsumen yang lebih tinggi dan akses yang luas di platform online (Yulian & Silviani, 2022). Pendekatan ini relevan untuk mempromosikan aplikasi inovatif kepada pengguna yang aktif di media digital.

Penulis melakukan pengelolaan konten media sosial guna untuk meningkatkan kualitas, pemasaran serta memperkenalkan produk Ngecass kepada masyarakat dan meningkatkan *Brand Awareness*. Penulis diberi tanggung jawab untuk mengelola Instagram milik Ngecass seperti berinteraksi dengan pengguna melalui chat, dan melakukan interaksi dengan calon *customer* melalui komentar pada konten Instagram yang telah dibuat.

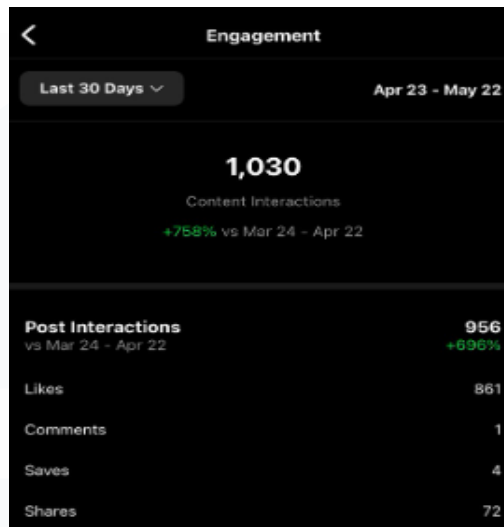
Penulis membuat *caption* dengan persetujuan oleh tim Ngecass, hal ini dilakukan demi mencapai target penulis yaitu membuat para calon *customer aware* akan adanya *Brand* Ngecass, *caption* merupakan hal yang penting karena penggunaan kata-kata yang menarik dan *simple* akan menarik perhatian calon *customer* untuk melirik produk Ngecass.

Beriku merupakan perkembangan dari hasil pemasaran yang dilakukan di media sosial Instagram :



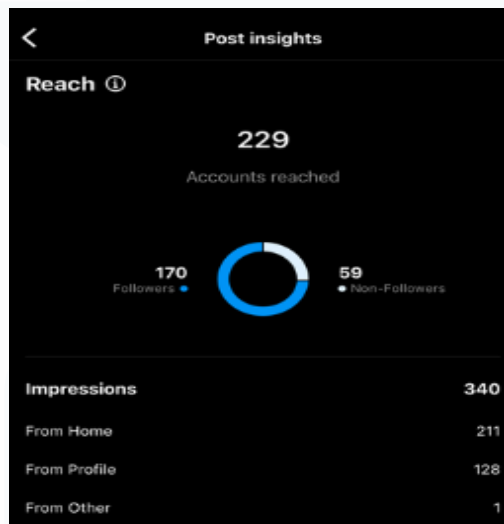
Gambar 3. 16 Peningkatan Overview Instagram Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3. 17 Peningkatan Engagement Instagram Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3. 18 Peningkatan Insight Instagram Ngecass

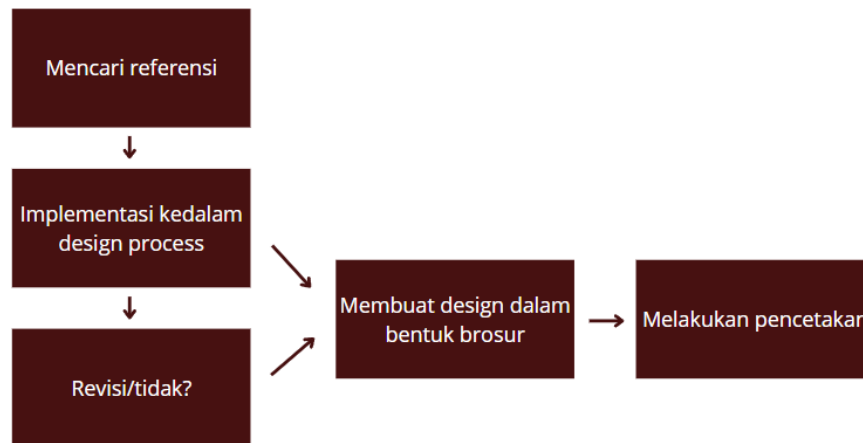
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan yang signifikan terhadap Instagram milik Ngecass, hal ini menunjukkan bahwa calon

pengguna mulai melirik produk Ngecass sebagai produk yang dapat digunakan untuk membantu mereka mencari stasiun pengisian kendaraan daya Listrik.

3.2.7 Membuat Dan Mencetak Brosur Sebagai Pemasaran

Setelah desain sebagai alat promosi disetujui oleh seluruh tim Ngecass, selanjutnya penulis melakukan pencetakan terhadap desain yang telah dibuat kedalam bentuk fisik nyata yang nantinya akan dibagikan kepada orang-orang dalam rangkaian acara tertentu.



Gambar 3. 19 Diagram Alir Pembuatan Brosur

Sumber: Dokumentasi Penulis

Ryan dan Jones (2009) menjelaskan bahwa memahami strategi pemasaran digital sangat penting untuk menciptakan keterlibatan yang kuat dengan audiens digital, sehingga memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dan terarah (Ryan & Jones, 2009). Hal ini mendukung efektivitas promosi aplikasi melalui kanal digital yang tepat sasaran.

Pendekatan yang dilakukan oleh Ngecass yaitu melakukan promosi dalam bentuk penyebaran brosur merupakan salah satu upaya dalam menekan biaya promosi yang direncanakan, pada brosur yang mudah didapatkan penulis meyakini bahwa dengan brosur maka *brand awareness* yang didapatkan oleh

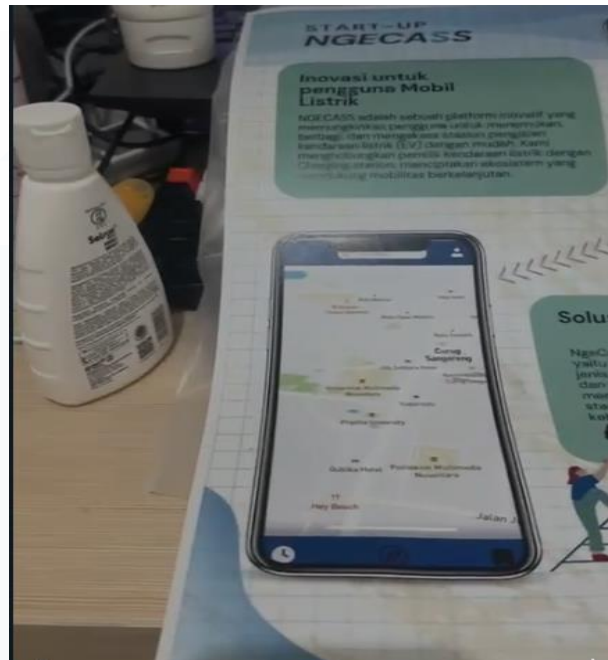
masyarakat lebih besar dibanding hanya sekedar konten melalui sosial media seperti Instagram karena brosur memiliki bentuk fisik yang nyata dan dapat dibagikan kepada calon customer disaat terdapat event/rangkaian acara tertentu. Selain itu, brosur dapat didistribusikan dengan mudah di berbagai tempat, mulai dari toko, pameran, acara komunitas, hingga melalui pos atau email. Hal ini memungkinkan produk untuk dikenal oleh lebih banyak orang dengan biaya distribusi yang relatif rendah. Dengan demikian, brosur merupakan alat yang efektif dalam memperkenalkan, menginformasikan, dan mempromosikan produk kepada target pasar yang relevan.



Gambar 3. 20 Perencanaan Pencetakan Brosur

Sumber: Dokumentasi Penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 21 Proses Pencetakan Brosur

Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 22 Proses Pencetakan Lampu Hias untuk Persiapan Booth Kedepannya

Sumber: Dokumentasi Penulis

3.2.8 Melakukan Interview Mengenai Produk Kepada Calon Pengguna

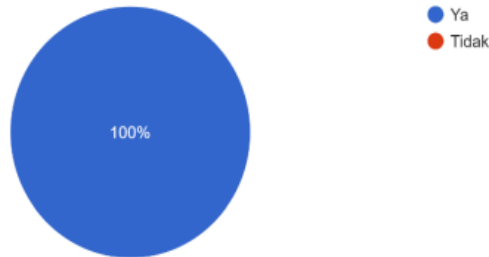
Setelah melakukan tahapan pengerjaan tugas yang diarahkan oleh tim Ngecass dan Pak Hoky sebagai Supervisor Program Officer, tahapan terakhir yang dilakukan oleh Penulis dan rekan Ngecass yaitu mencari sumber informasi melalui calon pengguna, hal ini dilakukan dengan tujuan agar tim Ngecass dapat mengetahui bagaimana potensial Ngecass sebagai bisnis digital setelah digunakan untuk trial calon pengguna Ngecass.

Adapun kebutuhan lain oleh tim Ngecass melakukan interview kepada calon pengguna antara lain:

- a. Wawancara dengan calon pengguna memungkinkan bisnis Ngecass untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang kebutuhan, masalah, dan tantangan yang dihadapi oleh target pasar. Informasi ini sangat berharga dalam merancang produk atau layanan yang lebih relevan dan bermanfaat bagi pengguna.
- b. Dengan berkomunikasi langsung dengan calon pengguna, bisnis Ngecass dapat mengidentifikasi fitur atau fungsi yang paling diinginkan atau dianggap penting oleh pasar. Hal ini memungkinkan pengembang untuk fokus pada pengembangan fitur yang paling bernilai dan relevan.
- c. Wawancara dengan calon pengguna memberikan kesempatan untuk mendapatkan umpan balik langsung tentang produk atau layanan yang diajukan. Umpan balik ini dapat membantu bisnis untuk melakukan perbaikan atau penyesuaian yang diperlukan sebelum produk diluncurkan ke pasar secara luas.

Berdasarkan hasil dari riset pasar yang telah dilakukan melalui formulir pengisian dari Google Form adalah sebagai chart berikut :

Apakah anda tertarik untuk menggunakan aplikasi layanan penyedia informasi dan navigasi SPKLU Ngecass?
38 responses



Gambar 3. 23 Hasil Riset Pasar mengenai ketertarikan Pelanggan akan produk Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apa yang Anda ketahui tentang Stasiun Pengisian Daya Kendaraan Listrik Umum (SPKLU)?
14 responses

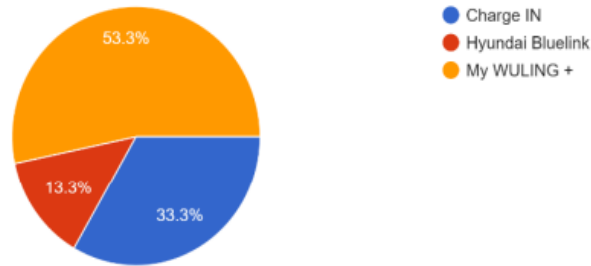


Gambar 3. 24 Hasil Riset Pasar mengenai pengetahuan Pelanggan akan SPKLU

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apakah Anda pernah mendengar platform-platform aplikasi dibawah ini?

15 responses

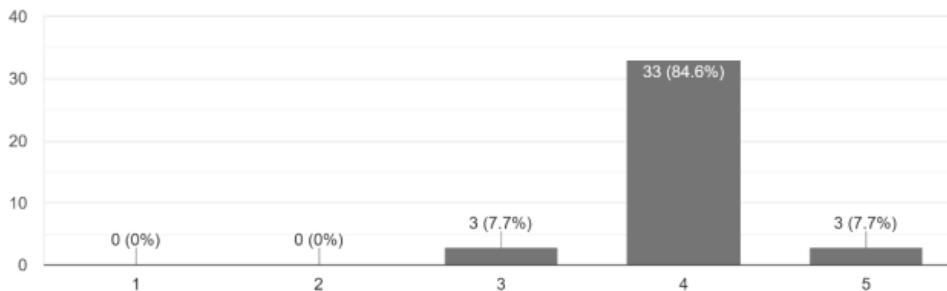


Gambar 3. 25 Hasil Riset Pasar mengenai pengetahuan Pelanggan akan aplikasi penyedia informasi SPKLU

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Bagaimana menurut Anda menilai nilai yang Anda dapatkan dari berlangganan/subscription aplikasi Ngecass?

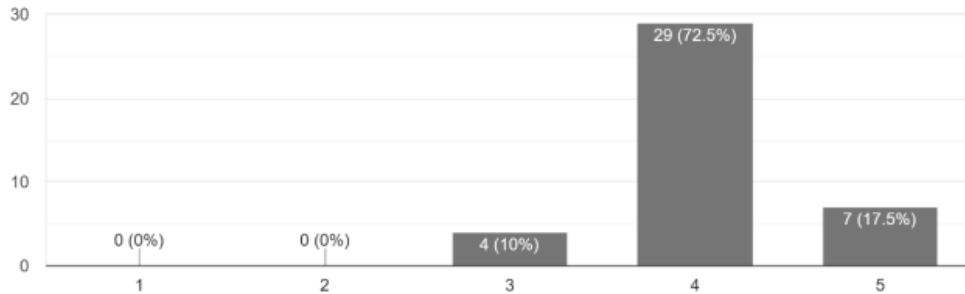
39 responses



Gambar 3. 26 Hasil Riset Pasar mengenai value dari aplikasi Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

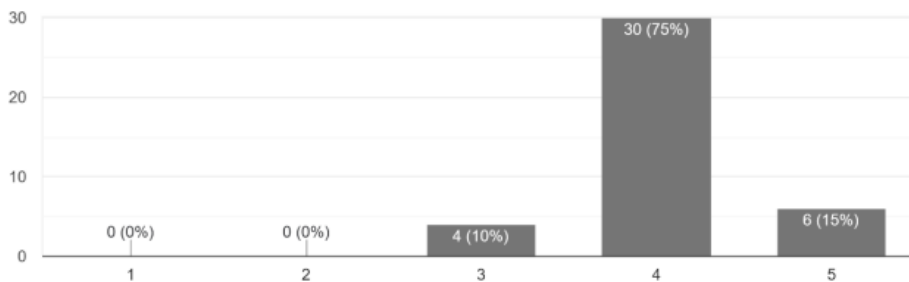
Seberapa penting bagi anda untuk memiliki aksesibilitas yang mudah ke stasiun pengisian baterai?
40 responses



Gambar 3. 27 Hasil Riset Pasar mengenai aksesibilitas terhadap SPKLU

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Seberapa penting bagi Anda untuk memiliki fitur tambahan seperti aplikasi untuk memantau pengisian dan melacak riwayat penggunaan?
40 responses

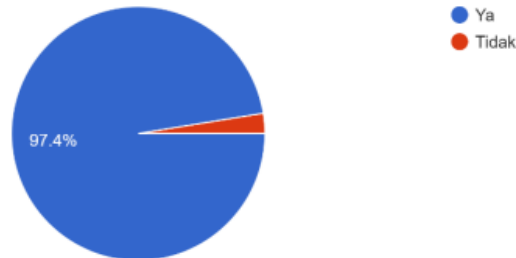


Gambar 3. 28 Hasil Riset Pasar mengenai fitur tambahan dari aplikasi Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apakah Anda tertarik dengan fitur tambahan aplikasi seperti memantau pengisian kendaraan listrik secara real time atau bookmark untuk mempermudah mencari SPKLU?

39 responses

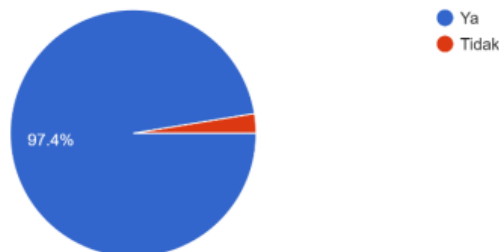


Gambar 3. 29 Hasil Riset Pasar mengenai fitur tambahan dari aplikasi Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apakah Anda tertarik dengan program referral atau insentif lainnya untuk merekomendasikan Ngecass kepada kerabat?

39 responses

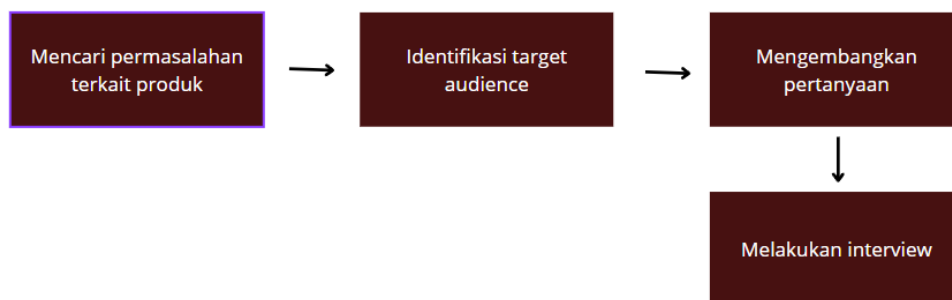


Gambar 3. 30 Hasil Riset Pasar mengenai ketertarikan Pelanggan akan program referral aplikasi Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Berdasarkan hasil dari wawancara yang di dapat dari responden, diketahui bahwa potensi pesaing dari aplikasi Ngecass di Indonesia adalah aplikasi ChargeIn, MyWuling+ dan Hyundai Bluelink. Responden memberikan masukan yang penting bahwa aplikasi-aplikasi tersebut tidak memiliki kelebihan yang aplikasi Ngecass berikan, seperti memberikan informasi mengenai SPKLU yang lengkap dan tidak terbatas SPKLU yang mereka layankan saja. Seperti aplikasi ChargeIn yang hanya

memberikan informasi mengenai SPKLU yang disediakan oleh PLN saja. Selibhnya, tampilan dari aplikasi Ngecass dibuat untuk meningkatkan ketertarikan para pengguna dengan memberikan tampilan dan Experience yang lebih baik dibandingkan kompetitor lainnya. Dapat disimpulkan bahwa asumsi yang sebelumnya diambil sebagai basis dari kebutuhan pengguna Electrical Vehicle akan sebuah aplikasi yang dapat mengumpulkan semua informasi stasiun pengisian secara lengkap dan penampilan yang menarik memiliki bukti secara jelas dan memastikan bahwa solusi yang Ngecass berikan adalah hal yang menarik bagi para pengguna Electrical Vehicle.



Gambar 3. 31 Diagram Alir Pembuatan Interview

Sumber: Dokumentasi Penulis

Narasumber : Jeffrey Tan

Informan : Malvin

A : Jeffrey Tan

B : Malvin

Halo, nama saya Jeffrey Tan. Kami saat ini sedang melakukan sebuah riset yang terkait dengan kenyamanan pengguna kendaraan listrik (EV) untuk program wirausaha Merdeka sebagai tugas perkuliahan kami. Dan kami berharap Kak Irfan dapat meluangkan waktu beberapa menit untuk membantu kami mendapatkan sedikit wawasan mengenai pengalaman Kak Irfan dalam menggunakan kendaraan listrik (EV).]

A : Selama anda menggunakan kendaran listrik, bagaimana anda dapat mengetahui charging station untuk mengecas kendaraan listrik tersebut.

B : Untuk lokasi charging dicari lewat google maps dan biasanya semua charging station compatible.

A : Jika anda menggunakan aplikasi seperti [spky](#), wuling, hyundai atau lainnya apakah anda merasa keberatan apakah aga ribet menggunakan satu, dua atau bahkan tiga aplikasi untuk mencari stasiunnya

B : Kedua-duanya masih jelek sih karena server yang kurang baik, sering gak bisa ngecas jadinya, dan beberapa charging station dari mereka juga rusak dan tidak ada petugas yang bisa membantu di lokasi. Oh iya, dan aplikasi charging [evcu2z](#) tidak bisa menarik uang [topup](#) kembali.

A : Akankah lebih mudah bagi anda atau pengguna EV lainnya jika hanya ada satu aplikasi yang mencakup setiap stasiun pengisian daya EV untuk anda temukan?

B : Akan sangat mempermudah asalkan bisa menarik saldo, server bagus, dan ada petugas di setiap charging station

Gambar 3. 32 Proses Pembuatan Pertanyaan Wawancara

Sumber: Dokumentasi Penulis





Gambar 3. 33 Proses Wawancara dengan Pengguna Mobil Listrik

Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 34 Pelaksanaan Wawancara dengan Pengguna Mobil Listrik

Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 3. 35 Pelaksanaan Proses Interview Dengan Sales Marketing Mercedes

Sumber: Dokumentasi Penulis



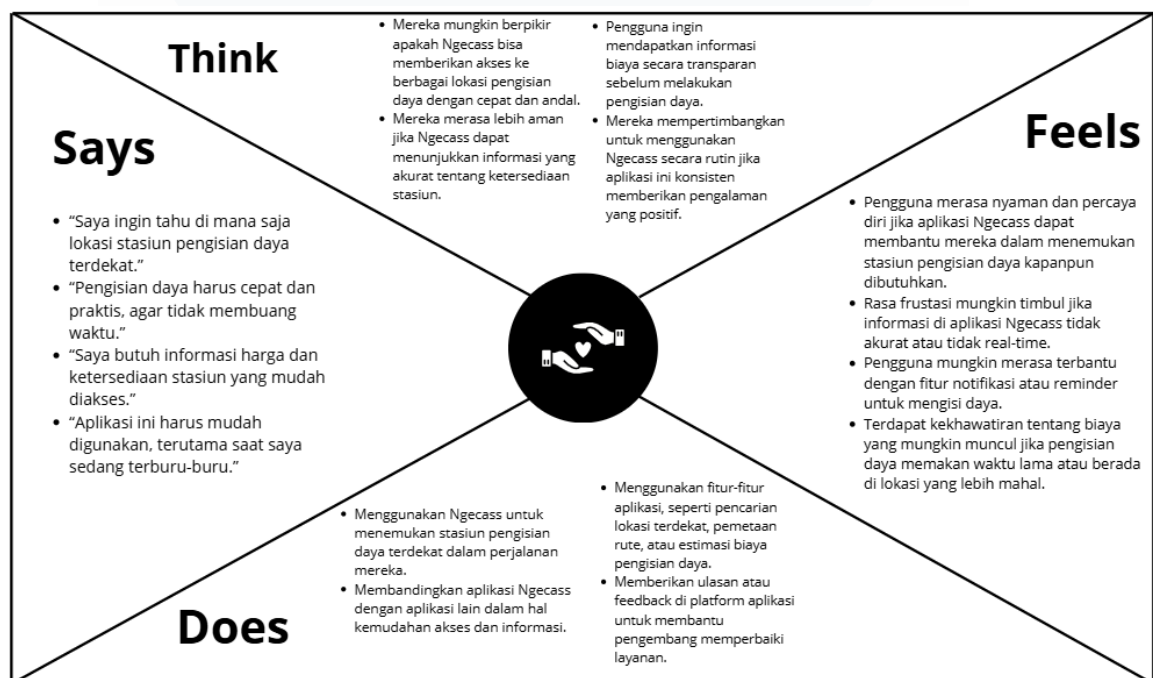
Gambar 3. 36 Pelaksanaan Interview dengan Pengguna Mobil Listrik

Sumber: Dokumentasi Penulis

Memahami perilaku konsumen generasi Y dan Z penting dalam menyusun strategi pemasaran digital. Noviolita, Isyanto, dan Romli (2020) mengungkap bahwa faktor-faktor tertentu memengaruhi pembelian impulsif pada konsumen, terutama di era digital (Noviolita, Isyanto, & Romli, 2020). Hal ini berguna dalam mempromosikan aplikasi pencarian stasiun pengisian daya kendaraan listrik.

Dengan demikian setelah tim Ngecass melakukan interview dengan calon pengguna, tim dapat menyeleksi dan mengetahui akan kebutuhan pelanggan serta mengetahui apa yang menjadi keunggulan pada aplikasi Ngecass yang dapat membantu permasalahan calon pengguna kedepannya.

Berikut merupakan hasil *emphaty map* Ngecass yang penulis dapatkan dari hasil interview :



Gambar 3. 37 Emphaty Map Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Pada gambar diatas, penulis mendapatkan 4 unsur emphaty map untuk Ngecass antara lain :

1. Says:

- “Saya ingin tahu di mana saja lokasi stasiun pengisian daya terdekat.”
- “Pengisian daya harus cepat dan praktis, agar tidak membuang waktu.”
- “Saya butuh informasi harga dan ketersediaan stasiun yang mudah diakses.”
- “Aplikasi ini harus mudah digunakan, terutama saat saya sedang terburu-buru.”

2. Thinks:

- Mereka mungkin berpikir apakah Ngecass bisa memberikan akses ke berbagai lokasi pengisian daya dengan cepat dan andal.
- Mereka merasa lebih aman jika Ngecass dapat menunjukkan informasi yang akurat tentang ketersediaan stasiun.
- Pengguna ingin mendapatkan informasi biaya secara transparan sebelum melakukan pengisian daya.
- Mereka mempertimbangkan untuk menggunakan Ngecass secara rutin jika aplikasi ini konsisten memberikan pengalaman yang positif.

3. Feels:

- Pengguna merasa nyaman dan percaya diri jika aplikasi Ngecass dapat membantu mereka dalam menemukan stasiun pengisian daya kapanpun dibutuhkan.
- Rasa frustrasi mungkin timbul jika informasi di aplikasi Ngecass tidak akurat atau tidak real-time.
- Pengguna mungkin merasa terbantu dengan fitur notifikasi atau reminder untuk mengisi daya.
- Terdapat kekhawatiran tentang biaya yang mungkin muncul jika pengisian daya memakan waktu lama atau berada di lokasi yang lebih mahal.

4. Does:

- Menggunakan Ngecass untuk menemukan stasiun pengisian daya terdekat dalam perjalanan mereka.
- Membandingkan aplikasi Ngecass dengan aplikasi lain dalam hal kemudahan akses dan informasi.
- Menggunakan fitur-fitur aplikasi, seperti pencarian lokasi terdekat, pemetaan rute, atau estimasi biaya pengisian daya.
- Memberikan ulasan atau feedback di platform aplikasi untuk membantu pengembang memperbaiki layanan.

Dengan menggunakan *empathy map* ini, Ngecass dapat lebih memahami keinginan dan kebutuhan pengguna yang sebenarnya. *Insight* dari *empathy map* ini membantu Ngecass dalam merancang fitur dan pengalaman pengguna yang lebih baik. Hal ini juga memungkinkan Ngecass untuk meningkatkan daya saingnya di pasar dengan memberikan solusi yang secara langsung memenuhi kebutuhan emosional dan praktis dari pengguna.

3.3. Kendala yang Ditemukan

Selama masa aktivitas magang, Penulis mengalami beberapa kendala yang sedikit menyulitkan pada beberapa kegiatan. Berikut kendala yang dialami penulis selama masa aktivitas magang:

1. Kurangnya Komunikasi antar tim Ngecass

Selama magang di perusahaan Skystar Ventures, sering kali penulis mengalami kesulitan pada saat berkomunikasi dengan tim Ngecass, hal tersebut terkadang dialami oleh Penulis sehingga berdampak signifikan terhadap pekerjaan kinerja tim, seperti dalam kasus dimana tim Ngecass lebih banyak menghabiskan waktu untuk berkomunikasi dan bekerja sama secara *Online*, hal ini tentu menghambat penulis karena pada saat bekerja secara daring, tidak semua anggota akan terfokus pada pekerjaan Ngecass sehingga membuat Penulis dan anggota

lainnya sulit dalam bertukar pikiran dan sulit untuk memberikan ide. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk belajar bagaimana cara menangani permasalahan ini agar komunikasi dapat tersampaikan dengan baik.

2. Keterbatasan Sumber Daya

Selama magang di perusahaan Skystar Ventures, Penulis memahami bahwa sumber daya merupakan satu aspek yang sangat vital dan sangat penting bagi pertumbuhan Ngecass, Penulis melihat kekurangan pada sumber daya yang dimiliki oleh tim Ngecass dalam hal intelektual maupun profesionalisme. Sehingga tugas sehari-hari yang dikerjakan oleh tim Ngecass terhambat karena kurangnya sumber daya yang dimiliki oleh tim Ngecass. Pada kasus ini, Ngecass mengalami kesulitan dalam memahami aspek teknis mengenai aplikasi untuk menjadi aplikasi digital yang baik. Oleh karena itu, Penulis mencoba untuk menemukan dan mengatasi atas kekurangan sumber daya tersebut.

3. Kurangnya Wadah untuk Promosi

Selama magang di perusahaan Skystar Ventures, penulis sering kali mengalami kesulitan dalam melakukan pekerjaan, seperti pemasaran dan promosi terhadap produk Ngecass. Hal ini menjadi tantangan bagi saya sebagai *Marketing Officer* dalam menyelesaikan tugas yang diberikan karena produk yang dimiliki masih berupa prototipe Figma. Tentu saja, hal ini dapat menghambat kinerja perusahaan dalam melakukan pemasaran di media sosial. Oleh karena itu, penulis akan mencoba menemukan cara sebagai solusi dari permasalahan ini sehingga visi perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Cara menyelesaikan masalah dan menemukan solusi yang ditemui penulis selama masa magang antara lain:

1. Mendorong Komunikasi Informal dan Formal

Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan komunikasi yang kurang antar tim Ngecass yaitu dengan mendorong komunikasi informal maupun

secara formal. Komunikasi informal menciptakan ruang bagi anggota tim untuk berinteraksi di luar konteks pekerjaan. Hal ini membantu membangun hubungan yang lebih baik, menciptakan ikatan antar anggota tim, dan meningkatkan kenyamanan dalam berbagi ide dan masukan, sehingga pada komunikasi formal akan sangat berguna pada saat tim melakukan *Brainstorming* dan bertukar pendapat karena hubungan baik yang diterapkan oleh Ngecass. Oleh karena itu, komunikasi yang kurang dapat teratasi sehingga kinerja perusahaan tidak akan terhambat dan dapat berkembang di masa depan.

2. Melakukan *Outsourcing*

Dengan melakukan *Outsourcing*, tim Ngecass tidak hanya memperoleh efisiensi operasional tetapi juga meningkatkan perhatian pada kegiatan tim inti Ngecass, tim Ngecass dapat menyerahkan Sebagian atau sepenuhnya operasi tertentu kepada pihak eksternal yang lebih baik. Dengan melakukan *outsourcing*, Penulis dan tim Ngecass dapat memperoleh sumber daya yang sebelumnya tidak dimiliki secara internal dengan memanfaatkan keahlian khusus yang dimiliki oleh pihak ketiga atau eksternal yang sudah teruji kemampuannya.

3. Komunitas Awal dan Kampanye

Penulis dapat mengambil beberapa langkah proaktif untuk mengatasi kurangnya wadah untuk melakukan promosi selama magang di Skystar Ventures. Penulis dapat berfokus pada komunitas awal sehingga pada saat peluncuran aplikasi, tim Ngecass hanya perlu melakukan pengumuman kepada komunitas awal yang sudah tahu dan ingin menggunakan aplikasi Ngecass. Selain itu, Penulis juga dapat memanfaatkan antisipasi audiens dengan kampanye “*Coming Soon*” untuk Ngecass. Dengan langkah-langkah ini, Penulis mampu meningkatkan promosi dan pemasaran untuk produk Ngecass kepada calon pengguna.