

DAFTAR ISI

I.	PENDAHULUAN	2
II.	SPESIFIKASI BOKS.....	3
2.1.	Spesifikasi Terminal Kiosk dan Ekstensi.....	3
2.2.	Spesifikasi Kartu.....	3
III.	OPERASIONAL.....	5
IV.	PERENCANAAN PEMASARAN.....	6
4.1.	Deskripsi Sektor.....	6
4.2.	Analisis STP	6
4.3.	Analisis Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	7

PT. FUSI GLOBAL TEKNOLOGI

I. PENDAHULUAN

Electronic commerce atau yang populer dikenal sebagai *e-commerce* merupakan sistem perdagangan, pemesanan, pembelian, dan penjualan barang dan layanan jasa menggunakan media elektronik Internet. Analisis kondisi pasar *e-commerce* di Indonesia banyak dilakukan oleh berbagai instansi dan menghasilkan berbagai perkiraan tentang perkembangan *e-commerce* ke depannya.

Berdasarkan data dari Bolton Consulting Group, pada tahun 2013 golongan kelas menengah di Indonesia sudah mencapai angka 74 juta orang dan diprediksi pada tahun 2020, angka ini naik menjadi 141 juta orang atau sekitar 54% dari total penduduk di Indonesia. Melihat dari data ini, sudah jelas dan bisa dipastikan bahwa potensi pasar *e-commerce* di Indonesia sangatlah besar.

Salah satu potensi bisnis yang muncul sebagai dampak dari perkembangan bisnis *e-commerce* adalah perusahaan layanan jasa pengiriman barang atau yang lebih sering dikenal sebagai perusahaan ekspedisi barang seperti: JNE, TIKI, PT. POS. Hal ini terbukti dengan banyaknya masyarakat yang memanfaatkan jasa perusahaan tersebut sebagai sarana untuk mengantarkan barang yang mereka beli secara online. Pemerintah mencatat pertumbuhan bisnis perusahaan ekspedisi mencapai kisaran 15-20 persen pertahunnya dengan total pasar transportasi dan logistik mencapai nilai Rp 1.849 triliun.

Potensi bisnis yang tinggi dari perusahaan ekspedisi memerlukan dukungan maksimal di setiap tahapan proses bisnisnya. BOKS sebagai salah satu teknologi yang didesain oleh PT. FUSI Global Teknologi hadir untuk menjawab tantangan tersebut. BOKS merupakan sistem loker cerdas berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang yang terintegrasi secara online. BOKS dapat dijadikan sebagai alamat titik akhir pengiriman barang ketika dibutuhkan oleh pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan ekspedisi namun tetap juga bisa sebagai sebuah tempat privat dalam ruang publik yang bisa digunakan untuk berbagai keperluan penyimpanan/penitipan barang.

II. SPESIFIKASI BOKS

BOKS adalah sebuah sistem loker cerdas yang bermanfaat sebagai alamat virtual bagi pengguna sekaligus juga sebagai ruang privat untuk keperluan penyimpanan/penitipan barang. BOKS terdiri dari sebuah terminal kiosk sebagai komponen utama yang akan berinteraksi langsung dengan pengguna dan juga lemari penyimpanan yang bersifat ekstensi. Spesifikasi teknis terdiri dari spesifikasi terminal kiosk dan ekstensi serta spesifikasi kartu.

2.1. Spesifikasi Terminal Kiosk dan Ekstensi

Rangka dan Tubuh	:	ABS Steel
Warna	:	Dapat dikustomisasi
Ukuran	:	Tersedia dalam 3 ukuran (besar, sedang, kecil)
Kunci	:	Solenoid dengan ketahanan beban sampai 220 Kg
Tipe Buka Kunci	:	Kartu dan <i>Dynamic Key Lock</i> (PIN/Barcode yang dapat berubah-ubah secara dinamis)
<i>Controller</i>	:	<i>Mainboard</i> dengan daya tampung 64 loker
Sistem Data	:	Terintegrasi dengan <i>cloud</i>

2.2. Spesifikasi Kartu

Kartu yang dimaksud pada hal ini adalah Kartu Pintar (*Smartcard*) dengan spesifikasi sebagai berikut:

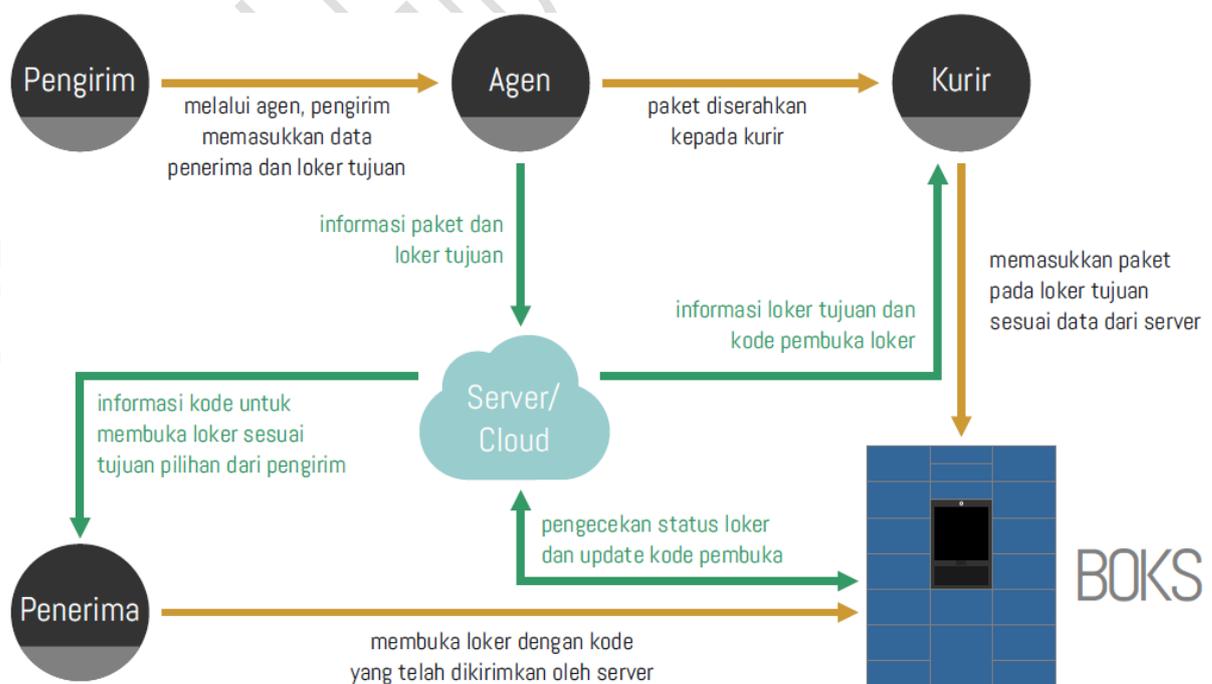
Kartu NFC	:	Ukuran non-volatile memory sebesar 4KB Umur penyimpanan data 10 tahun Umur baca/tulis 500.000 Cycle Kecepatan pemindahan data 848 kbit/s Jarak baca/tulis 10 cm Frekuensi operasi 13,56 MHz Ukuran identifier (UUID) 7 byte Protokol ISO/IEC 14443A Interface ISO/IEC 7816
-----------	---	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



III. OPERASIONAL

BOKS sebagai sistem loker cerdas didesain memiliki layanan yang mudah digunakan oleh pihak yang berinteraksi langsung dengan sistem. Berikut penjelasan pengguna yang berinteraksi langsung dengan BOKS sistem loker cerdas:

1. Pengirim, merupakan pengguna sistem BOKS yang melakukan inisiasi peminjaman loker BOKS. Pengirim memasukkan data penerima barang yang dihubungkan dengan alamat loker tertentu yang berada di dalam sistem BOKS.
2. Agen, merupakan pengguna sistem BOKS yang melakukan validasi dan verifikasi data pengirim dan penerima barang sesuai dengan alamat loker pada sistem BOKS. Agen memerintahkan kurir untuk melakukan pengiriman barang ketika data telah terverifikasi.
3. Kurir, merupakan pengguna sistem yang berinteraksi langsung dengan loker BOKS. Kurir memasukkan barang yang dikirimkan ke dalam loker sesuai dengan data dan kunci yang dibuat oleh sistem BOKS.
4. Penerima, merupakan pengguna sistem yang berinteraksi langsung dengan loker BOKS. Penerima mengambil barang yang telah diletakkan oleh kurir sesuai dengan data dan kunci yang dibuat oleh sistem BOKS.

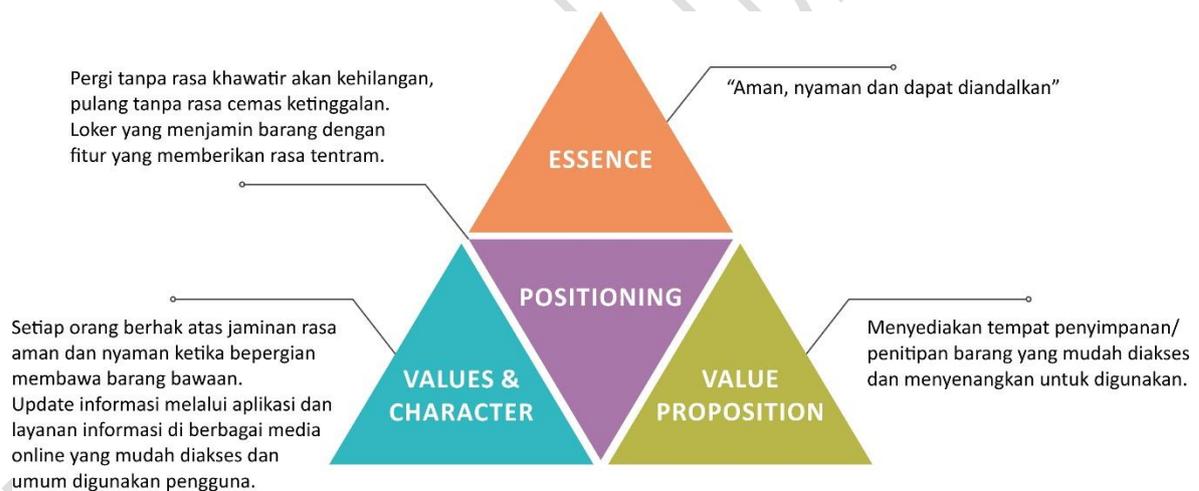


IV. PERENCANAAN PEMASARAN

4.1. Deskripsi Sektor

Secara umum, produk inovasi BOKS ini dapat diimplementasikan secara sektoral sebagai berikut:

- Fasilitas Ruang Publik: Ruang Terbuka Hijau (RTH), Pusat Olahraga, Alun-alun Pemerintahan Kota/Kabupaten.
- Fasilitas Umum: Terminal, Stasiun, Bandara, Mall, dan Objek Wisata.
- Fasilitas Perumahan/Apartemen: Kawasan perumahan terpadu maupun terbuka serta dapat dimanfaatkan oleh apartemen-apartemen yang ada sebagai kotak penerimaan surat/barang.
- Fasilitas Pendidikan: Kawasan pendidikan semisal sekolah dan kampus, baik di koridor, kantin, taman maupun perpustakaan.
- Fasilitas Layanan Pemerintah: Kelurahan, Kecamatan, Perpustakaan Daerah, Perpustakaan Nasional, dan juga gedung-gedung pemerintahan.



Gambar 1: Branding Essentials

4.2. Analisis STP

- Segmentasi (*Segmenting*): Fasilitas publik yang sangat memerlukan media penyimpanan namun sekaligus juga dapat diakses oleh mitra kurir dalam proses bisnis *e-commerce*.

Terdapat beberapa segmen pasar yang dapat dijadikan sasaran langsung sebagai pengguna, yaitu:

- Pengendara sepeda motor yang parkir dan mau menyimpan helm, jaket, barang bawaannya ketika meninggalkan motor.
- Pengunjung taman/sarana olahraga publik yang mau menyimpan tas, gadget, barang bawaannya ketika melakukan aktivitas olahraga.

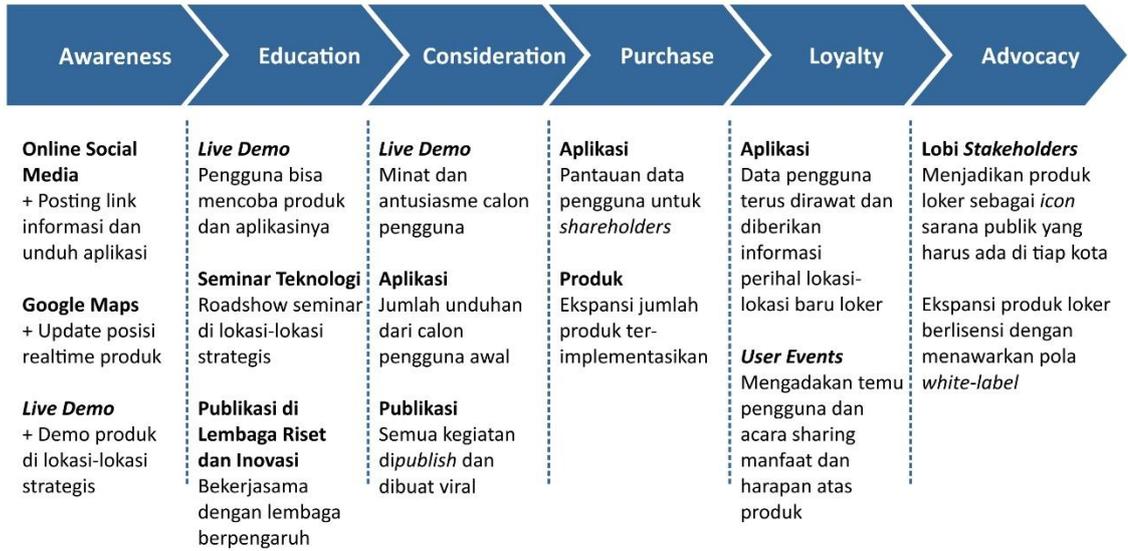
- iii. Pembeli barang ritel yang lelah menunggu antrian kassa, pembeli di ritel online yang lelah menunggu barang pesanan tiba
- iv. Pengunjung wahana bermain yang ingin menikmati keseluruhan waktu di beberapa wahana dengan nyaman tanpa harus cemas soal barang bawaannya.

Terdapat juga beberapa segmen sebagai sasaran mitra sebagai berikut:

- i. Pengelola tempat parkir bersistem yang ingin mengintegrasikan sistem parkirnya dengan sistem loker cerdas.
 - ii. Pengelola taman/saranan olahraga publik yang ingin memberikan fasilitas terbaik bagi pengunjungnya.
 - iii. Penjual barang ritel yang menggunakan model penjualan dan pengiriman barang *online-to-offline*.
 - iv. Pengelola wahana bermain yang menginginkan sistem loker cerdas sebagai layanan bagi para pengunjung tempatnya.
- b) Sasaran (*Targeting*): Kampus, secara khusus dapat ditempatkan di Perpustakaan.
- c) Posisi (*Positioning*): Kemudahan penyimpanan/penitipan barang dan juga layanan langsung terhadap mahasiswa sebagai salah satu calon pembeli paling potensial dalam *e-commerce*.

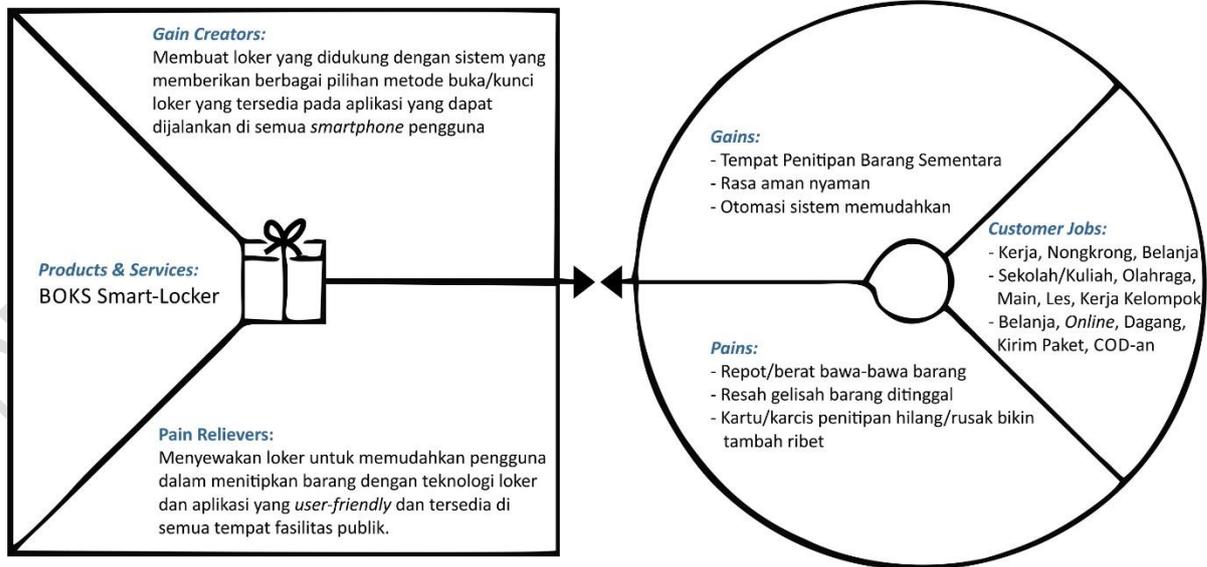
4.3. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

- a) Produk (*Products*): BOKS adalah sebuah sistem loker cerdas yang ditujukan sebagai tempat yang juga dapat digunakan sebagai alamat virtual sebagai tujuan pengiriman barang dari proses transaksi jual-beli secara *online (e-commerce)*
- b) Harga (*Price*): harga untuk layanan penyimpanan ini didasarkan pada ukuran loker yang digunakan dan lamanya waktu penyimpanan. Informasi mengenai tarif akan disampaikan pada layar yang tersedia di loker. Apabila telah terintegrasi dengan layanan *e-commerce* maka tarif yang diberlakukan akan dapat ditampilkan pada saat transaksi jual-beli.
- c) Promosi (*Promotion*): Untuk melakukan promosi dengan tujuan peningkatan pengguna BOKS di kalangan pengguna, maka promosi langsung di tempat-tempat yang menjadi target pemasaran semisal kampus adalah suatu yang harus dilakukan. Untuk menopang itu juga, dilakukan promosi secara langsung melalui media daring *e-commerce*, sehingga pengguna dapat langsung mengetahui bahwa ada layanan terbaru yang bisa mereka pergunakan untuk dapat menerima barang yang mereka pesan, khususnya bagi para mahasiswa sebagai posisi peruntukkan produk inovasi tersebut.



Gambar 2: Marketing Plan

d) Tempat (*Place*): Perpustakaan Kampus, Daerah maupun Nasional adalah tempat utama yang dijadikan sasaran karena dapat memenuhi konsep inovasi yang ada pada produk BOKS ini, dimana kebutuhan penyimpanan/penitipan barang cukup tinggi dan juga tempat keberadaan mahasiswa sebagai posisi pengguna paling potensial.



Gambar 3: Product-Market Fit