

# Strategi Pemasaran Automation Weapon Rack Dengan Menggunakan Metode *Segmenting Targeting & Positioning* (STP) Tahun 2024

1<sup>st</sup> Muhammad Hibran Rabbani  
Ilmu Terapan  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
hibranrabbani@student.telkomuniversity.ac.id

2<sup>nd</sup> Leni Cahyani  
Ilmu Terapan  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
lenicahyani@student.telkomuniversity.ac.id

3<sup>rd</sup> Sampurno Wibowo  
Ilmu Terapan  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
sampurnowibowo@student.telkomuniversity.ac.id

**Abstrak** — Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran Automation Weapon Rack (AWR) melalui penerapan metode Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan terkait dan analisis dokumen terkait industri Automation Weapon Rack. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan metode STP mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik pasar Automation Weapon Rack dan preferensi konsumen. Segmentasi pasar mengidentifikasi kelompok konsumen potensial berdasarkan karakteristik perilaku, dan kebutuhan mereka terkait Automation Weapon Rack. Proses Targeting memilih segmen pasar yang paling menjanjikan untuk dituju oleh strategi pemasaran. Sedangkan, Positioning memungkinkan Automation Weapon Rack untuk membedakan dirinya dari pesaing dan menempatkan produknya dengan cara yang menarik bagi segmen pasar yang ditargetkan. Implementasi strategi pemasaran yang ditingkatkan melalui metode STP telah berhasil meningkatkan kesadaran merek, kepuasan pelanggan, dan peningkatan penjualan Automation Weapon Rack. Temuan ini menyediakan panduan praktis bagi perusahaan yang ingin meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka melalui pendekatan STP

**Kata kunci**— Automation Weapon Rack , Segmentation, Targeting, Positioning

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sustainable Technologies and Applied Sciences Research Group (STAS-RG) di Fakultas Ilmu Terapan Telkom University merupakan unit penelitian yang fokus pada pengembangan teknologi berkelanjutan dan ilmu terapan. Di bawah koordinasi Wakil Presiden Bidang Riset, Inovasi, dan Kolaborasi, STAS-RG memberikan layanan seperti penelitian, konsultasi, pelaksanaan proyek, magang, sertifikasi, dan pelatihan. Produk dan layanan STAS-RG dirancang untuk berbagai sektor, termasuk industri, pendidikan, dan pertahanan, dengan fokus pada kepatuhan terhadap peraturan dan standar kualitas tinggi. Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran produk "Automation Weapon Rack" yang bertujuan untuk meningkatkan penetrasi pasar

dan memperkuat posisi STAS-RG sebagai penyedia solusi teknologi berkelanjutan. Sebagai negara kepulauan dengan ribuan pulau, Indonesia menghadapi tantangan khusus dalam menjaga keamanan nasional. Mengingat luasnya wilayah dan beragamnya ancaman keamanan, termasuk potensi konflik bersenjata dan ancaman terorisme, maka kebijakan penyimpanan senjata yang aman dan efektif merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari untuk melindungi kedaulatan nasional dan keamanan masyarakat. Penyimpanan senjata TNI merupakan salah satu aspek penting dalam menjaga keamanan dan kesiapan militer. Pemeriksaan inventaris senjata api secara berkala dilakukan untuk memastikan setiap senjata api terdaftar dan dalam kondisi kerja yang optimal. Selain itu, sistem manajemen logistik yang efisien juga diterapkan untuk memastikan perputaran stok dan pemeliharaan rutin. Automation Weapon Rack adalah contoh penerapan teknologi ini. Automation Weapon Rack merupakan prototipe sistem penyimpanan senjata otomatis dengan sistem penguncian otomatis menggunakan teknologi RFID. Produk ini dirancang khusus untuk mengatasi berbagai tantangan pengendalian senjata di lingkungan militer seperti Yonzipur 3 Pengalengan. Automation Weapon Rack lebih dari sekedar lemari penyimpanan tradisional. Fitur ini memungkinkan Anda mengakses senjata dengan cepat saat Anda membutuhkannya tanpa mengorbankan aspek keamanan sehari-hari. Meskipun teknologi dan Automation Weapon Rack menjanjikan, penerimaan dan kesuksesan produk akan sangat bergantung pada strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran rak senjata otomatis dengan menggunakan teknik segmentasi, targeting, dan positioning. Metode STP dianggap sebagai pendekatan yang sistematis dan efektif untuk memahami pasar, mengidentifikasi segmen pelanggan yang paling potensial, dan menentukan strategi komunikasi yang tepat untuk memposisikan produk ini secara optimal di pasar

### B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah terkait dengan penelitian ini yaitu bagaimana mengidentifikasi strategi pemasaran

Automation Weapon Rack dengan menggunakan metode Segmenting, Targeting dan Positioning

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Pemasaran

Menurut Kotler, Keller, dan Chernev (2021:29), pemasaran adalah proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang sejalan dengan tujuan organisasi. Sementara itu, Sedjati, seperti yang dikutip oleh Nurjannah (2021), mendefinisikan pemasaran sebagai semua upaya atau kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menyampaikan barang atau jasa kepada konsumen, guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, yang dalam prosesnya melibatkan barter atau pertukaran.

### B. Bauran Pemasaran

Menurut Kotler & Armstrong (2019:58) Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran taktis yang terkendali seperti (produk, harga, promosi, dan lokasi) atau yang biasa dikenal dengan 4P, elemen tersebut dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Menurut buku Pemasaran Kontemporer (2021:20), Neil Borden, seorang Profesor Marketing di Harvard, pertama kali memperkenalkan konsep bauran pemasaran (marketing mix) pada tahun 1948. Bauran pemasaran ini terdiri dari empat elemen utama yang biasa dikenal sebagai 4P: Product (Produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (Promosi). Elemen-elemen ini merupakan komponen-komponen kunci yang harus dikelola dengan baik oleh perusahaan untuk mencapai target sasaran pemasaran yang diinginkan. Seiring perkembangan waktu, teori bauran pemasaran mengalami beberapa modifikasi oleh berbagai ilmuwan. Saat ini, konsep tersebut sudah berkembang dengan menjadi 7P, dengan tambahan tiga elemen baru: people, process, dan physical evidence.

### C. STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning)

Wibowo (2009:166) menyatakan bahwa inti dari pemasaran strategis modern melibatkan tiga langkah utama, yaitu segmentasi, penentuan pasar sasaran, dan positioning, yang secara umum dikenal sebagai STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Menurut Kotler dan Keller (2022) dalam buku mereka yang berjudul "Marketing Management," segmentasi pasar mengacu pada pembagian pasar menjadi bagian-bagian yang terdefinisi dengan jelas. Segmen pasar adalah kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang serupa. Tugas pemasar adalah mengidentifikasi jumlah dan sifat segmen pasar yang tepat dan memutuskan segmen mana yang akan ditargetkan. Menurut Kotler dan Keller (2022), penargetan merupakan tahap yang mengikuti segmentasi pasar. Pada tahap ini, pemasar mengevaluasi setiap segmen pasar yang telah diidentifikasi, lalu memilih satu atau lebih segmen untuk dijadikan target. Penargetan melibatkan analisis mendalam untuk menentukan segmen yang paling potensial dan layak menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2022) dalam buku mereka "Marketing Management" mendefinisikan posisi pasar sebagai tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar menempati

tempat yang unik di benak pasar sasaran. Posisi pasar melibatkan penciptaan persepsi yang berbeda dan menguntungkan mengenai produk atau merek di pikiran konsumen, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif

### D. Automation Weapon Rack

Automation Weapon Rack, merupakan sebuah prototipe sistem penyimpanan senjata otomatis yang dirancang dengan sistem penguncian otomatis menggunakan teknologi RFID (Radio-Frequency Identification). Produk ini dirancang untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan gudang senjata, khususnya di lingkungan militer seperti Yonzipur 3 Pengalengan. Automation Weapon Rack bukan sekadar lemari penyimpanan konvensional. Dengan sistem penguncian otomatis berbasis RFID, alat ini memberikan keamanan yang lebih baik dibandingkan metode penguncian manual. Teknologi RFID memungkinkan identifikasi dan akses yang lebih cepat dan akurat, mengurangi risiko akses tidak sah atau kesalahan manusia. Selain itu, sistem ini dilengkapi dengan fitur perekaman pemakaian senjata melalui sistem database, serta papan informasi yang memudahkan monitoring dan manajemen inventaris senjata. Automation Weapon Rack juga mempunyai fitur Emergency Forcing Button, yang dirancang untuk membuka semua unit rak secara cepat dan bersamaan dalam situasi darurat.

### E. Kerangka Pemikiran



## III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan mendalam mengenai keadaan atau permasalahan yang dihadapi. Sugiyono (2020:9) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

## IV. HASIL PENELITIAN

Pendekatan kualitatif mengharuskan peneliti untuk mengumpulkan data berdasarkan pernyataan, tindakan, dan pengalaman sumber data yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks dan makna dari fenomena yang sedang diteliti secara mendalam. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, peneliti akan

mengekspos, menjelaskan, dan menggambarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan informan. Wawancara ini dilakukan dengan tiga narasumber yang berbeda untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif dan mendalam. Narasumber pertama, Giva Andriana M., S.T., M.T., Ph.D, Wildan Muhammad Yasin Fadillah., A.MdT, Muhammad Rizqy Alfarisi, S.ST, M.T. Wawancara ini dilakukan dengan pendekatan yang santai dan fleksibel, sehingga memungkinkan narasumber untuk berbicara dengan bebas dan jujur tentang topik yang sedang diteliti

#### A. Segmenting

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Pada tahap awal perancangan Automation Weapon Rack, telah dilakukan pertimbangan awal terhadap segmentasi pasar yang akan menjadi target. Fokus utama awalnya adalah pada yonzipur 3 di Pengalengan Dimana pada batalyon ini, dalam hal penyimpanan senjatanya masih menggunakan metode manual baik dari penyimpanan maupun administrasinya, namun terdapat rencana ekspansi ke segmen militer lainnya seperti batalyon lainnya maupun skala yang lebih besar seperti Tentara Nasional Indonesia . Kebutuhan utama dari segmen pasar yang ditargetkan terhadap sistem penguncian senjata adalah keamanan. Dalam penggunaan senjata, baik penyedia maupun pengguna menempatkan keamanan sebagai prioritas utama. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan umum terkait keamanan dan penyimpanan senjata, sehingga dapat diadopsi di berbagai lokasi tanpa memerlukan pertimbangan geografis yang mendalam. Meskipun dalam era modern peperangan lebih banyak dilakukan dalam bentuk non-fisik, kesiapan untuk menghadapi situasi gencatan senjata, baik dari ancaman internal maupun eksternal, tetap menjadi prioritas.

#### B. Targeting

Berdasarkan hasil wawancara, Produk Automation Weapon Rack saat ini lebih diarahkan untuk penggunaan militer. Namun, ada potensi untuk komersialisasi kepada masyarakat dengan kualifikasi dan izin tertentu, seperti atlet airsoft dan lembaga keamanan swasta. Meskipun kesiapan untuk ekspansi non-militer belum dipertimbangkan secara mendalam, perusahaan membuka peluang untuk kostumisasi berdasarkan permintaan dan pengajuan dari pihak terkait. nilai-nilai atau kebutuhan utama dari target pasar yang mendorong mereka untuk menggunakan produk Automation Weapon Rack adalah peningkatan level keamanan dan peningkatan sisi kedisiplinan baik dari konsumen maupun pengguna. Target pasar ini sangat menghargai sistem yang dapat memastikan bahwa senjata disimpan dengan aman dan terkontrol dengan baik, sehingga mencegah akses yang tidak sah dan mengurangi risiko kecelakaan atau kehilangan. Pertama, penerapan sistem RFID yang familiar digunakan akan mempermudah pengguna dalam mengoperasikan dan mengontrol akses senjata. Kedua, build quality yang bagus dan proses quality control yang ketat memastikan produk yang dihasilkan memiliki standar yang tinggi dan dapat diandalkan

#### C. Positioning

Automation Weapon Rack memiliki beberapa keunggulan signifikan dibandingkan produk sejenis di pasaran. sistem ini dilengkapi dengan kemampuan kustomisasi pembacaan

perpindahan senjata dari satu lokasi ke lokasi lain, yang meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan senjata. Selain itu, terdapat fitur pengaman berat yang dirancang untuk mencegah adanya peluru yang tersisa dalam senjata, sehingga meningkatkan keselamatan pengguna. Mekanisme pengunci ganda juga disematkan untuk mencegah pencurian atau pembongkaran senjata secara tidak sah. Namun, dengan pelatihan dan pembiasaan, pengguna akan mampu mengoperasikan sistem ini secara efisien dan efektif. Posisi produk ini dalam hal penggunaan dan aplikasi menunjukkan bahwa meskipun memiliki kompleksitas teknis, sistem ini dirancang untuk menjadi user-friendly dengan kurva pembelajaran yang dapat diatasi. Perusahaan menempatkan harga dan kualitas Automation Weapon Rack berdasarkan kualitas konstruksi yang tinggi dan sistem yang kompleks. Harga produk ini ditentukan dengan mempertimbangkan material berkualitas superior serta fitur-fitur canggih yang memudahkan penggunaan dan pengelolaan senjata. Salah satunya adalah kerjasama dengan PT. LEN Industri dan PT. Pindad untuk bagian pemasaran. Selain itu, pihak pertama yang memerlukan produk ini, yaitu Yonzipur, juga memiliki potensi untuk memperluas bidang penjualan.

### V. KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung, peneliti dapat menyusun strategi Segmenting, Targeting dan Positioning pada alat Automation Weapon Rack yaitu:

1. Penekanan pada keamanan sebagai kebutuhan utama serta fleksibilitas, Dimana pada segmen militer hal ini saat ini penting untuk diperhatikan. penggunaan tanpa pertimbangan geografis khusus menjadikan produk ini relevan untuk berbagai pengguna. Penetapan segmen pasar yang tepat akan berdampak positif terhadap volume penjualan dan efektivitas produk di pasaran.
2. Hasil wawancara menunjukkan bahwa produk Automation Weapon Rack sangat cocok untuk memenuhi kebutuhan pasar spesifik, terutama dalam aspek keamanan dan kedisiplinan. Meskipun saat ini produk lebih diarahkan untuk penggunaan militer, fleksibilitas dalam kostumisasi membuka peluang untuk ekspansi ke pasar non-militer dengan izin dan kualifikasi tertentu kedepannya. Penggunaan teknologi RFID dan kualitas produk yang tinggi menjadi nilai tambah yang signifikan, memastikan bahwa target pasar yang ditetapkan sudah sangat tepat. Fokus pada segmen yang memerlukan solusi keamanan ini akan meningkatkan penerimaan dan kepercayaan pengguna terhadap produk.
3. Automation Weapon Rack memosisikan sebagai lemari penyimpanan senjata otomatis pertama di Indonesia. menawarkan sejumlah keunggulan yang membuatnya menonjol di

pasar pengelolaan senjata, termasuk kemampuan kustomisasi pembacaan perpindahan senjata, fitur pengaman berat untuk mencegah peluru tersisa, dan mekanisme pengunci ganda untuk meningkatkan keamanan. Produk ini diposisikan sebagai produk premium dengan kualitas konstruksi tinggi dan sistem kompleks yang memudahkan penggunaannya. Meskipun memerlukan penyesuaian awal, sistem ini dirancang agar mudah digunakan setelah familiarisasi. Kerjasama strategis dengan PT. LEN industry pada bagian keamanan dan PT. Pindad untuk pemasaran, serta potensi perluasan distribusi oleh Yonzipur, memperkuat jangkauan pasar produk ini. Dengan kombinasi keunggulan teknologi, kualitas, kemudahan penggunaan, dan jaringan distribusi yang luas, Automation Weapon Rack diharapkan menjadi pilihan utama bagi pengguna yang membutuhkan solusi pengelolaan senjata yang canggih dan aman.

## B. Saran

1. Mengingat Automation Weapon Rack merupakan produk dengan segmen terbatas, yaitu pada segmen militer, alangkah baiknya STAS RG memfokuskan pemasaran ke segmen tersebut dibanding untuk memperluas ke segmen lain. Untuk saat ini, STAS RG dapat memperkuat target yang ada di segmen militer Tentara Nasional Indonesia, di mana saat ini Automation Weapon Rack hanya ditujukan kepada Yonzipur 3 Pengalengan. Dengan fokus yang lebih tajam pada segmen militer, STAS RG dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, memperkuat hubungan dengan klien militer yang sudah ada, dan meningkatkan pengenalan produk di kalangan institusi pertahanan.
2. Selain itu, pengembangan kerjasama strategis dengan lembaga-lembaga tersebut dapat membuka peluang baru untuk implementasi dan pengujian produk dalam lingkungan militer yang beragam, memberikan umpan balik yang berharga untuk pengembangan produk lebih lanjut.
3. Sementara itu, potensi ekspansi ke pasar non-militer tidak harus diabaikan sepenuhnya. Dalam jangka panjang, STAS RG dapat mulai merencanakan strategi untuk masuk ke pasar produsen dan konsumen senjata hobi serta segmen senjata militer di luar kemiliteran tradisional. Lalu, dengan memposisikan Automation Weapon Rack sebagai lemari penyimpanan senjata otomatis pertama di Indonesia, STAS RG dapat memanfaatkan posisi tersebut untuk meraih pasar yang lebih luas. Menjadi yang pertama di pasar memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan, karena STAS RG dapat membangun citra merek yang kuat sebagai pelopor dalam teknologi penyimpanan senjata otomatis. Hal ini dapat menarik perhatian tidak hanya dari segmen militer, tetapi juga dari lembaga keamanan lainnya, seperti perusahaan keamanan swasta dan organisasi kepolisian di berbagai daerah. Dengan menekankan keunggulan-keunggulan unik dari Automation Weapon Rack, STAS RG dapat membedakan produknya dari kompetitor potensial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- BUKU PUTIH pertahanan Indonesia*. (2015). Jakarta: Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan pada Ilmu Pendidikan, Sosial Humaniora*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke13*. Jakarta: Erlangga.
- Hamzah, D. A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Ismail, M. I., & Ilyas, N. I. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Yudianto, C., Rivai, M., & Tasripan. (2018). *Sistem Pengamanan Gudang Senjata menggunakan RFID dan Sidik Jari*.
- Cahyani, L., Sudirman, A., Sholihah, D. R., Putra, D. S., Trenggana, A. F., Sugesko, . . . Martini, E. (2021). *PEMASARAN KONTEMPORER ((SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. I. (2021). *Manajemen Pemasaran 16th edition*. Harlow: Pearson Education.
- Nurjannah, A. Y., & Cahyani, L. (2021). *PENGARUH PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PRODUK*

ARRUM HAJI GUNA MENARIK MINAT BELI PERIODE 2020/2021 PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NGANJUK. *Universitas Telkom*, 2536.

Yudianto, C., & Rivai, M. (2018). Sistem Pengamanan Gudang Senjata Menggunakan *RFID* dan Sidik Jari. *Jurnal teknik ITS*..

Wibowo, S. (2009). *PENGANTAR MANAJEMEN BISNIS*. Bandung: Politeknik Telkom.

