

**STRATEGI PEMASARAN KOMPREHENSIF 7P PADA
BISNIS STARTUP TEKNOLOGI ELEKTRO
VOLTCREW**

Disusun sebagai Tugas Kewirausahaan

Disusun oleh:

Hazell Adria Islami Fasya

41424010025

Teknik Elektro

Juli 2026

STRATEGI PEMASARAN KOMPREHENSIF 7P PADA BISNIS STARTUP TEKNOLOGI ELEKTRO VOLTCREW

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Produk/Jasa

VoltCrew adalah startup teknologi elektro yang didirikan oleh mahasiswa teknik elektro dengan visi mengubah ide-ide kreatif menjadi solusi nyata bagi masyarakat Indonesia. Di era digitalisasi dan Industri 4.0, kebutuhan akan solusi kelistrikan pintar, otomasi berbasis Internet of Things (IoT), serta edukasi teknologi semakin meningkat, terutama di kalangan generasi muda, mahasiswa, dan pelajar yang ingin mengembangkan kompetensi di bidang elektronika dan sistem embedded. Berdasarkan data pasar terkini, pasar smart home di Asia Pasifik diperkirakan mencapai USD 42,46 miliar pada tahun 2026 dengan pertumbuhan tertinggi di atas 28% CAGR. Indonesia memegang pangsa pasar terbesar di ASEAN sebesar 30,55% pada tahun 2025, didorong oleh populasi 270 juta jiwa dan penetrasi smartphone serta internet yang terus meningkat. Hal ini menciptakan peluang besar bagi VoltCrew untuk menawarkan layanan instalasi kelistrikan, smart home dan IoT, workshop elektronika, dan konsultasi proyek dengan pendekatan yang inovatif dan harga yang kompetitif. Namun demikian, persaingan di sektor teknologi elektro dan IoT semakin ketat dengan hadirnya berbagai penyedia layanan besar maupun startup sejenis. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang komprehensif berbasis konsep 7P yang meliputi Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence agar VoltCrew dapat membedakan diri, meningkatkan daya saing, dan meraih pangsa pasar yang lebih luas.

1.2 Tujuan Analisis

Analisis ini memiliki beberapa tujuan utama yang saling berkaitan. Pertama, mengidentifikasi kondisi pasar dan karakteristik target konsumen VoltCrew secara mendalam. Kedua, menganalisis strategi pemasaran saat ini yang telah diterapkan oleh

VoltCrew untuk mengetahui kekuatan dan kelemahannya. Ketiga, merancang rencana pengembangan strategi pemasaran baru yang lebih efektif dan inovatif berbasis konsep 7P. Keempat, memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis VoltCrew dalam jangka menengah dan panjang. Dengan tujuan tersebut, diharapkan VoltCrew dapat memperkuat posisinya di pasar startup teknologi elektro Indonesia dan berkontribusi pada pengembangan ekosistem teknologi nasional.

1.3 Gambaran Umum Pasar Sasaran

Target pasar VoltCrew terdiri dari beberapa segmen yang saling melengkapi. Segmen utama adalah mahasiswa teknik elektro dan pelajar SMA sederajat yang membutuhkan workshop hands-on dan konsultasi proyek untuk mendukung pembelajaran mereka. Segmen sekunder adalah pemilik rumah, kost-kostan, dan apartemen di perkotaan yang ingin mengupgrade sistem kelistrikan dan otomasi rumah pintar dengan biaya terjangkau. Segmen tersier adalah startup teknologi, UMKM, dan institusi pendidikan yang membutuhkan solusi IoT terintegrasi dan pelatihan teknis untuk kebutuhan operasional dan pengembangan SDM. Karakteristik target konsumen secara umum cenderung price-sensitive namun tetap mengutamakan kualitas, familiar dengan teknologi digital, aktif di media sosial, dan mencari solusi yang dapat diandalkan dengan dukungan pasca-layanan yang baik. Pemahaman mendalam terhadap karakteristik ini menjadi dasar dalam penyusunan strategi pemasaran 7P yang relevan dan efektif.

BAB II ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 7P

2.1 Product (Produk)

VoltCrew menawarkan empat layanan utama yang saling terintegrasi. Layanan pertama adalah instalasi listrik yang mencakup jasa instalasi dan perbaikan kelistrikan rumah, kantor, dan industri dengan standar keamanan tinggi. Layanan kedua adalah smart home dan IoT yang berfokus pada transformasi rumah menjadi rumah pintar dengan sistem otomasi berbasis IoT yang terintegrasi dan dapat dikendalikan dari smartphone. Layanan

ketiga adalah workshop elektronika berupa pelatihan hands-on pembuatan proyek elektronika, robotika, dan embedded system untuk mahasiswa dan pelajar. Layanan keempat adalah konsultasi proyek yang memberikan bimbingan teknis untuk proyek tugas akhir, penelitian, dan inovasi di bidang teknik elektro. Keunggulan utama VoltCrew terletak pada penyediaan solusi end-to-end dari perencanaan hingga implementasi dan maintenance, harga yang kompetitif dengan kualitas profesional yang cocok untuk anggaran mahasiswa dan startup, sistem IoT yang dilengkapi dashboard monitoring real-time via aplikasi mobile, serta garansi dan dukungan teknis pasca-implementasi untuk setiap proyek.

Dari sisi inovasi produk, VoltCrew mengembangkan diferensiasi yang signifikan dibandingkan kompetitor. Pertama, penggunaan sistem IoT proprietary berbasis mikrokontroler ESP8266 dan Raspberry Pi untuk menciptakan solusi smart home yang customizable dan terjangkau dibandingkan solusi komersial seperti Google Nest atau Samsung SmartThings. Kedua, platform edukasi terintegrasi dengan modul workshop yang dirancang berbasis project-based learning dengan kurikulum yang selalu diperbarui mengikuti perkembangan teknologi terkini. Ketiga, paket bundling yang mengombinasikan layanan instalasi listrik, smart home, dan pelatihan penggunaan dalam satu penawaran yang tidak ditawarkan oleh kompetitor konvensional. Inovasi-inovasi ini memposisikan VoltCrew tidak hanya sebagai penyedia jasa, tetapi juga sebagai enabler teknologi yang memberdayakan konsumen untuk memahami dan mengelola solusi teknologi yang mereka gunakan.

2.2 Price (Harga)

VoltCrew menerapkan kombinasi strategi penetapan harga yang disesuaikan dengan karakteristik setiap segmen pasar. Strategi penetration pricing diterapkan dengan menetapkan harga awal yang lebih rendah dari kompetitor untuk memperoleh pangsa pasar, terutama untuk layanan workshop dan konsultasi proyek. Strategi value-based pricing diterapkan untuk layanan smart home dan IoT dengan penetapan harga berdasarkan nilai yang dirasakan konsumen, yaitu efisiensi energi dan kenyamanan jangka panjang. Strategi bundling pricing diterapkan dengan menawarkan paket hemat untuk kombinasi layanan seperti instalasi listrik ditambah smart home basic dan training penggunaan dengan diskon 15 hingga 20 persen dibandingkan pembelian terpisah. Kesesuaian harga dengan segmen pasar sangat tinggi. Untuk mahasiswa dan pelajar, workshop elektronika dihargai terjangkau mulai dari Rp 50.000 hingga Rp 150.000 per sesi dengan opsi grup discount. Untuk pemilik rumah dan apartemen, paket smart home starter mulai dari Rp 2.500.000 yang jauh di bawah solusi komersial yang umumnya di atas Rp 10.000.000. Untuk startup dan UMKM, konsultasi proyek ditawarkan dengan model pay-per-hour atau project-based yang fleksibel sesuai anggaran. Strategi ini memungkinkan VoltCrew menjangkau segmen price-sensitive tanpa mengorbankan margin keuntungan melalui efisiensi operasional dan penggunaan komponen lokal.

2.3 Place (Distribusi)

VoltCrew menerapkan model hybrid distribution yang menggabungkan saluran online dan offline secara sinergis. Saluran online meliputi website resmi di voltcrewarea.netlify.app, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn, serta marketplace teknologi seperti Tokopedia dan Shopee untuk pemesanan layanan dan pembelian komponen. Saluran offline meliputi workshop dan konsultasi langsung di kampus-kampus teknik, coworking space, dan layanan door-to-door untuk survey dan instalasi di lokasi proyek klien. Keunggulan lokasi VoltCrew terletak pada kedekatan dengan kampus dengan fokus pada kampus-kampus teknik di kota besar untuk menjangkau mahasiswa dan dosen. Mobilitas tinggi tim teknis memungkinkan kunjungan

langsung ke lokasi klien untuk survey dan instalasi. Sistem booking online dan konsultasi virtual memungkinkan jangkauan nasional tanpa batasan geografis. Rencana pengembangan ke depan adalah membuka mini-hub atau learning center di tiga kampus besar pada tahun 2027 untuk meningkatkan presence fisik dan memudahkan akses workshop bagi komunitas mahasiswa.

2.4 Promotion (Promosi)

Strategi promosi VoltCrew berbasis digital-first dengan pendekatan yang beragam. Content marketing dilakukan melalui publikasi tutorial elektronika, tips smart home, dan showcase proyek di Instagram, TikTok, dan YouTube untuk membangun authority dan brand awareness. Social media marketing dijalankan dengan posting reguler sebanyak 5 hingga 7 konten per minggu menggunakan hashtag strategis seperti VoltCrew, SmartHomeIndonesia, dan IoTIndonesia. Influencer dan KOL collaboration dilakukan dengan bekerja sama dengan micro-influencer di bidang teknologi dan edukasi untuk review produk dan endorsement. Event dan community building dilakukan melalui penyelenggaraan workshop gratis, webinar IoT, dan hackathon elektronika untuk membangun komunitas dan generate leads. Referral program ditawarkan dengan diskon 10 persen bagi pelanggan yang berhasil mereferensikan teman untuk menggunakan layanan VoltCrew.

Evaluasi efektivitas promosi menunjukkan bahwa strategi saat ini memiliki kekuatan di bidang content marketing yang sesuai dengan target generasi Z dan milenial. Namun demikian, terdapat beberapa celah yang perlu diperbaiki. Pertama, SEO dan website traffic perlu dioptimalkan agar website lebih mudah ditemukan calon klien melalui mesin pencari. Kedua, paid advertising seperti Google Ads dan Meta Ads belum dimanfaatkan secara optimal untuk mempercepat jangkauan pasar. Ketiga, email marketing belum dimanfaatkan untuk nurturing leads dan retensi pelanggan. Rekomendasi yang diajukan adalah mengalokasikan 15 hingga 20 persen dari revenue untuk digital marketing dengan fokus pada Instagram Ads dan Google Local Service Ads untuk meningkatkan conversion rate secara signifikan.

2.5 People (Sumber Daya Manusia)

Tim VoltCrew terdiri dari mahasiswa teknik elektro yang memiliki keahlian teknis terkini dan semangat kewirausahaan. Technical team bertanggung jawab atas eksekusi proyek instalasi, pengembangan sistem IoT, dan kurikulum workshop. Customer relations menangani inquiry, scheduling, dan after-sales support dengan pendekatan personal yang hangat. Marketing dan content team mengelola media sosial dan pembuatan konten edukatif yang relevan. Keunggulan tim mahasiswa adalah kemampuan berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dipahami sesama generasi muda, menciptakan ikatan emosional dan kepercayaan yang kuat dengan target konsumen. Untuk meningkatkan kualitas layanan, VoltCrew perlu menerapkan standardized training program berupa pelatihan teknis berkala setiap tiga bulan mengenai teknologi terbaru seperti Matter protocol, AIoT, dan edge computing. Soft skills training perlu diberikan untuk melatih komunikasi, problem-solving, dan customer service bagi seluruh tim. Sertifikasi kompetensi perlu didorong dengan mengikuti sertifikasi di bidang kelistrikan dan IoT untuk meningkatkan kredibilitas. Mystery shopper program dapat diimplementasikan sebagai evaluasi berkala terhadap kualitas pelayanan untuk identifikasi area perbaikan.

2.1 Process (Proses Layanan)

Alur layanan VoltCrew terdiri dari delapan tahap yang sistematis. Tahap pertama adalah inquiry di mana klien menghubungi via WhatsApp, DM Instagram, atau form website. Tahap kedua adalah konsultasi awal berupa diskusi kebutuhan, estimasi scope, dan penjelasan teknis. Tahap ketiga adalah site survey berupa kunjungan ke lokasi untuk assessment teknis khusus untuk layanan instalasi. Tahap keempat adalah quotation berupa penyampaian proposal dan penawaran harga detail. Tahap kelima adalah konfirmasi dan down payment berupa persetujuan kontrak dan pembayaran uang muka sebesar 30 hingga 50 persen. Tahap keenam adalah eksekusi berupa implementasi proyek sesuai timeline yang disepakati. Tahap ketujuh adalah testing dan handover berupa uji coba sistem, pelatihan penggunaan, dan serah terima. Tahap kedelapan adalah after-sales berupa dukungan teknis, maintenance, dan evaluasi kepuasan pelanggan.

Keunggulan proses VoltCrew terletak pada response time inquiry di bawah dua jam pada jam kerja, transparansi progress proyek yang dapat dilihat klien secara real-time melalui grup komunikasi, serta fleksibilitas sistem pembayaran yang dapat dicicil untuk proyek besar. Area perbaikan yang diidentifikasi meliputi implementasi CRM atau Customer Relationship Management untuk tracking leads dan otomatisasi follow-up, dokumentasi Standard Operating Procedure untuk setiap jenis layanan guna memastikan konsistensi kualitas, serta feedback loop berupa survei kepuasan pelanggan post-service untuk continuous improvement. Dengan perbaikan di area ini, proses layanan VoltCrew akan semakin efisien dan scalable seiring pertumbuhan bisnis.

2.2 Physical Evidence (Bukti Fisik)

Bukti fisik yang mendukung citra VoltCrew meliputi beberapa elemen penting. Website profesional di voltcrewarea.netlify.app dengan desain modern, navigasi jelas, dan informasi lengkap mengenai layanan, portofolio, dan kontak menjadi pintu gerbang utama interaksi dengan calon klien. Branding visual yang konsisten meliputi logo, warna dominan kuning atau amber yang merepresentasikan energi listrik, dan typography yang seragam di seluruh platform digital. Seragam tim dan ID card saat kunjungan ke lokasi klien membangun kesan profesionalisme dan keamanan. Dokumentasi proyek berupa foto dan video before-after setiap proyek yang diunggah di media sosial berfungsi sebagai portofolio yang meyakinkan. Report teknis untuk setiap proyek IoT mencakup diagram sistem, spesifikasi komponen, dan manual penggunaan yang menunjukkan profesionalisme dan accountability.

Untuk memperkuat trust dari calon konsumen, VoltCrew perlu mengembangkan beberapa bukti nyata tambahan. Kumpulan testimoni klien dalam bentuk video dan tulisan perlu ditampilkan di website secara terstruktur. Sertifikasi keahlian dan izin usaha perlu ditampilkan di website untuk membangun kredibilitas legal. Kartu garansi dan stiker Powered by VoltCrew pada setiap instalasi berfungsi sebagai bukti autentik dan promosi

organik. Showroom virtual berupa tour 360 derajat atau demo interaktif di website dapat menampilkan contoh implementasi smart home secara immersive. Dengan bukti fisik yang kuat, VoltCrew dapat mengurangi perceived risk bagi calon konsumen dan mempercepat keputusan pembelian.

BAB III KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

3.1 Ringkasan Hasil Analisis

Berdasarkan analisis strategi pemasaran 7P secara komprehensif, VoltCrew memiliki fondasi bisnis yang kuat dengan keunggulan di bidang teknis, harga kompetitif, dan pendekatan yang sesuai dengan target generasi muda. Pasar smart home dan IoT di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat positif dengan CAGR di atas 28 persen, memberikan peluang besar bagi VoltCrew untuk berkembang dan berkontribusi pada ekosistem teknologi nasional. Namun demikian, terdapat beberapa area yang memerlukan perbaikan strategis. Digital presence perlu diperkuat melalui SEO, paid advertising, dan email marketing. Operasional perlu dioptimalkan dengan implementasi CRM dan SOP untuk mendukung skalabilitas. Branding perlu dikembangkan dengan bukti fisik dan social proof untuk meningkatkan trust. Ekspansi fisik perlu direncanakan dengan pembukaan physical presence di kampus-kampus strategis untuk memperkuat community engagement.

3.2 Rekomendasi Strategi Pemasaran

Rekomendasi pertama adalah pengembangan platform digital berupa launching aplikasi mobile VoltCrew untuk booking layanan, monitoring proyek, dan mengakses konten edukasi. Aplikasi ini akan meningkatkan engagement dan retensi pelanggan secara signifikan. Rekomendasi kedua adalah program subscription IoT yang mengubah model bisnis smart home dari one-time project menjadi recurring revenue melalui paket maintenance dan monitoring bulanan mulai dari Rp 150.000 hingga Rp 300.000 per bulan. Rekomendasi ketiga adalah kolaborasi strategis dengan kampus, laboratorium teknik, dan distributor komponen elektronika untuk memperluas jangkauan dan mengurangi biaya supply chain. Rekomendasi keempat adalah sertifikasi dan standarisasi dengan mengupayakan sertifikasi ISO 9001 untuk manajemen mutu dan sertifikasi kompetensi teknis dari lembaga resmi seperti LSP untuk meningkatkan kredibilitas. Rekomendasi kelima adalah content dan community building melalui pengembangan YouTube channel dan podcast teknologi untuk membangun thought

leadership dan komunitas yang loyal. Rekomendasi keenam adalah go-regional dengan mengekspansi layanan ke kota-kota besar lain seperti Surabaya, Bandung, dan Yogyakarta melalui model franchise atau partnership dengan mahasiswa teknik di kota tersebut. Dengan implementasi rekomendasi ini, VoltCrew diharapkan dapat meningkatkan daya saing secara berkelanjutan dan mencapai visi menjadi startup teknologi elektro terdepan di Indonesia.

BAB IV DAFTAR PUSTAKA

Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of services* (pp. 47-51). American Marketing Association.

Grand View Research. (2026). Smart home market size, share & growth report 2026-2033 (Report ID: GVR-4-68038-941-8).
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/smart-homes-industry>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Mordor Intelligence. (2026). ASEAN smart homes market size & share analysis (Report ID: MOR-106-2026).
<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/asean-smart-homes-market>