

2. IDENTIFIKASI

2.1. Deskripsi Perusahaan

Identifikasi data adalah rincian data produk seperti nama produk, pengelola atau produsen produk, dan potensi produk. Sedangkan data pemasaran merupakan informasi mengenai keadaan pasar pelumas Indonesia seperti potensi produk di pasaran, jenis produk yang dipasarkan, kedudukan atau posisi produk di pasaran, juga pesaing.

2.1.1. Data Produk

a. Nama produk: PENLUBE dengan spesifikasi merek sebagai berikut:

- Penlube Optimus SAE 20W50, API SG/CD (mobil bensin)
- Penlube Cruiser SAE 15W40, API CF-4/SG (mobil diesel)

b. Pengelola: PT Nusaraya PutraMandiri

c. Lokasi:

- Kantor Pusat:
Jl. Lautze No. 133
Jakarta 10740
(62-21) 601 1175 (hunting)
Fax. (62-21) 629 4450
- Factory:
Krakatau Industrial Estate Cilegon
Jl. Eropa II Kav. C-3
Banten 42443
(62-254) 310 715 (hunting)
Fax. (62-254) 310 714
- Homepage: www.nusarayamandiri.com

d. Potensi Produk

- Features

- Kemasan plastik berwarna dominan hitam dengan tutup dan segel berwarna jingga
- terdiri atas kemasan 1 liter, 4 liter, 5 liter
- Benefit
 - untuk Optimus mengandung anti oksidan dan untuk Cruiser mengandung base neutraliser yang berfungsi untuk mencegah mesin mudah berkarat.
 - mengandung detergen yang berfungsi untuk membersihkan kotoran pada mesin.
 - bahan baku tidak daur ulang atau minyak mentah dan biasa disebut virgin base oil
 - zat additive mempunyai mutu internasional karena sudah mendapatkan pengakuan dari API (American Petroleum Institute) dan SAE (Society of Automobile Engineers)
 - Penlube berkualitas internasional tetapi dengan harga lokal, karena termasuk dalam produk pelumas *local blend*.

e. Positioning Produk

Penlube memposisikan dirinya sebagai pelumas lokal dengan kualitas internasional. Artinya Penlube adalah pelumas yang harganya relatif murah, karena diproduksi di Indonesia, namun bahan-bahan yang digunakan adalah bahan-bahan impor yang sudah diakui secara internasional.

f. Keyword Produk

Pelumas Handal X-TRA Protection

2.1.2. Data Pemasaran

a. Potensi Pasar

- Adanya kebutuhan akan pelumas sebesar 600.000 MT per tahun
- Adanya karakteristik masyarakat pengguna mobil yang menginginkan kualitas tetapi juga menginginkan harga yang relatif murah
- Adanya kebijaksanaan pemerintah yang mengizinkan pihak swasta untuk memproduksi pelumas *local blend*.

b. Produk Yang Dipasarkan

Produk yang dipasarkan adalah pelumas mineral atau biasa disebut oli mineral untuk mobil dan sepeda motor, berdasarkan spesifikasi SAE, seperti:

- Penlube Optimus SAE 20W50, API SG/CD (mobil bensin)
- Penlube Cruiser SAE 15W40, API CF-4/SG (mobil diesel)
- Penlube Diesel SAE 30, API CD/SF
- Penlube Diesel SAE 40, API CD/SF
- Penlube Diesel SAE 50, API CD/SF
- Penlube Diesel SAE 30, API CD/SE
- Penlube Diesel SAE 40, API CD/SE
- Penlube Diesel SAE 50, API CD/SE
- Penlube Synergy 4T, SAE 20W50, API SF/CC
- Penlube Synergy 2T, API TC
- Penlube 2T API TB
- Penlube Master 2T, Jaso FC

b. Posisi Produk

Gb. 2.1. Posisi Produk Di Pasaran

atas-atas	: Fina
atas-menengah	: Repsol, STP
atas-bawah	: Shell, Adnoc
menengah-atas	: TopOne, Pennzoil
menengah-menengah	: Penlube
menengah-bawah	: Mesran, Federal

(Sumber: bengkel-bengkel dan toko oli di Jakarta dan Surabaya)

Penlube menempatkan dirinya di atas pelumas produksi Pertamina, yaitu pada kelas menengah-menengah berdasar penggunaan merek mobil. Dengan sasaran utamanya adalah pengguna mobil merek Jepang.

c. Pesaing

Pesaing Penlube adalah semua produk pelumas *local blend* seperti Agip, Federal, Pennzoil. Tetapi yang menjadi pesaing utama adalah pelumas Mesran yang pada saat ini menguasai 60% pasar pelumas di Indonesia. Produk Pertamina merek Mesran dijadikan pesaing utama karena dari segi harga, dan kategori produk mempunyai banyak kesamaan dengan Penlube. Dari segi harga Mesran SAE 20W50 perliter dijual di pasaran dengan kisaran harga antara Rp 14.000,- sampai Rp 16.000,- rupiah tidak jauh dari harga Penlube Optimus SAE 20W50 yang akan memasang harga dengan kisaran antara Rp 14.500,- sampai Rp 16.500,-. Dari kategori produk

Tabel 2.1. Perbandingan Produk

No.	Perbedaan	Pertamina	Penlube
1.	-untuk mobil bensin -untuk mobil disel	- Rp 14.000 – Rp 16.000 - Rp 14.000 – Rp 16.000	- Rp 14.500 – Rp 16.500 - Rp 14.500 – Rp 16.500
2.	Kekurangan	Kualitas dengan sudut deviasi yang besar	Tidak ada <i>brandawareness</i>
3.	Kelebihan	- Harga relatif murah - Adanya <i>brandawareness</i> - Jalur distribusi yang luas	-harga tidak jauh berbeda dengan harga pelumas produksi Pertamina -kualitas terjaga -dari minyak mentah langsung.

Mesran termasuk dalam kategori produk oli mineral produksi, sama dengan Penlube yang juga oli mineral karena dioleh dari minyak mentah langsung.

2.2. Analisis Data

Analisis data berisi tentang analisis data produk dan data pemasaran yang berguna untuk membantu dalam menetapkan konsep metode perancangan. Analisis data terdiri atas tinjauan teoritis analisis, dan kesimpulan analisis data. Tinjauan teoritis analisis membahas tentang uraian metode apa yang digunakan untuk menganalisis data. Sedangkan kesimpulan analisis data berisi tentang hasil kesimpulan analisis data produk dan data pemasaran.

2.2.1. Tinjauan Teoritis Analisis

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode TOWS, yang merupakan kebalikan dari metode SWOT. Metode TOWS digunakan karena Penlube adalah produk baru yang harus mampu melihat kondisi pasar pelumas Indonesia yang sudah terdiri dari sekian merek pesaing. Dengan adanya persaingan yang ketat ini, Penlube sebagai produk lokal membalik strategi dengan terlebih dahulu melihat kekurangan dan tantangan yang ada untuk dapat memasuki pasar pelumas Indonesia. Rincian TOWS adalah sebagai berikut:

a. Threat

Tantangan yang ada di pasar sehingga memungkinkan untuk mengeluarkan produk dengan merek baru. Dan tantangan Penlube adalah:

- Banyaknya merek pelumas di pasaran yang sudah lebih dahulu ada dan membangun citra.
- Pertamina yang dianggap sebagai pesaing utama sedang memperbaiki citra (Otomotif26/XI,2001:21)

b. Opportunity

Kesempatan yang ada di pasar yang memungkinkan bagi Penlube untuk bersaing dengan pelumas merek lain.

- Adanya tata niaga tentang pelumas (Otomotif 40/XI, 2001:5)
- Pasar Indonesia yang cukup besar yaitu 600.000 MT/tahun
- Adanya karakteristik konsumen yang menginginkan mutu tetapi juga menginginkan harga yang relatif murah

c. Weakness

Yaitu kelemahan produk bila dibandingkan dengan produk serupa di pasaran.

- Merek Penlube yang belum dikenal di antara banyak merek pelumas
- Belum adanya kesadaran dari konsumen tentang merek pelumas baru

d. Strength

Keunggulan Penlube sebagai pelumas baru yang bisa dijadikan daya jual, seperti:

- mengandung bahan aditif anti oksidan yang mencegah mesin mobil cepat berkarat

- bahan baku virgin base oil
- detergen sebagai pembersih kotoran dalam mesin mobil
- aroma atau bau
- Merupakan pelumas dengan kualitas internasional sesuai standar API, SAE, namun bisa didapat dengan harga yang relatif murah.

2.2.2. Simpulan Analisis Data

Penlube adalah produk pelumas merek baru yang terbuat dari bahan baku impor dan diolah di Indonesia, atau lebih dikenal dengan istilah *local blend*.

Penlube memiliki kelebihan untuk bisa bersaing dengan pelumas merek lain yang sudah ada di pasaran. Kelebihan itu di antaranya adalah Penlube bisa didapat dengan harga yang hampir sama dengan pelumas produksi Pertamina, namun dengan harga tersebut Penlube memberikan kualitas yang setara dengan pesaing yang berada di kelas atasnya seperti Top One, Pennzoil, Evalube, Agip.

Tabel 2.2. Perbandingan Harga

No.	Kategori Produk	Pertamina	Penlube
1.	Pelumas mobil bensin	Rp 14.000 - Rp 16.000,-	Rp 14.500 – Rp 16.500
2.	Pelumas mobil disel	Rp 14.000 - Rp 16.000,-	Rp 14.500 – Rp 16.500

Selain kelebihan, Penlube juga memiliki kelemahan dan tantangan yang harus dihadapi untuk bisa bersaing di pasaran, yaitu tidak adanya *brand awareness*.