

## **BAB III**

### **PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Penyajian Data**

Bab ini membahas sajian dan analisis data yang berkaitan dengan strategi *positioning* Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Temuan penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak marketing TechGrid Asia Pte.Ltd., perusahaan yang menjalankan Startup Jobs Asia.

##### **1. Perencanaan *Positioning* Startup Jobs Asia**

Strategi *positioning* menjadi salah satu strategi bagi setiap perusahaan untuk menarik konsumennya. Dengan menjamurnya situs lowongan pekerjaan saat ini, Startup Jobs Asia juga memiliki cara tersendiri dalam membangun strategi *positioning*-nya. Startup Jobs Asia memosisikan dirinya sebagai situs lowongan khusus *startup*, sehingga ketika seseorang berminat bekerja di sebuah perusahaan *startup*, maka ia akan mengunjungi situs Startup Jobs Asia untuk mencari lowongan pekerjaan di berbagai perusahaan *startup*.

Perumusan dan pelaksanaan strategi *positioning* Startup Jobs Asia melibatkan seluruh anggota divisi marketing dan disain. Perumusan strategi ditetapkan oleh pusat di Singapura, namun TechGrid Asia

Yogyakarta akan menyesuaikan strategi yang tepat untuk dilakukan karena berbedanya budaya antara Singapura dan Indonesia.

Seluruh tim *marketing* sih. Perumusan awal itu dari pusat ya, Singapura. Tapi gak semua kita ikuti, kita sesuaikan dulu dengan budaya disini, kan Indonesia sama Singapura budayanya beda kan. Semua selalu kami diskusikan, tidak hanya tentang ini saja ya, setiap hari itu kami selalu berdiskusi lewat telepon dengan pihak Singapura kalau mau menentukan apapun. Sedangkan pelaksanaannya itu kita yang disini dari marketingnya sendiri. Tim disain juga terlibat tapi lebih ke perumusan logo dan disain web. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Sebelum menjalankan strategi *positioning* tersebut, Startup Jobs Asia melakukan sebuah proses perencanaan untuk membangun strategi yang tepat. Dengan perencanaan yang tepat, tujuan *positioning* dalam memenangkan pasar akan tercapai. Proses perencanaan dapat dilakukan dengan menentukan segmentasi dan target pasar yang sesuai dengan produk. Serta melakukan tahap-tahap yang diperlukan dalam membangun *positioning* itu sendiri.

a. Segmentasi

Startup Jobs Asia memiliki dua konsumen yang berbeda, yaitu pelaku *startup* atau perusahaan *startup* yang memasang lowongan pekerjaan dan pengunjung situs yang mencari lowongan pekerjaan di perusahaan *startup*. Startup Jobs Asia menyebut pengunjung situs yang mencari lowongan pekerjaan sebagai talenta. Talenta diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu berdasarkan perbedaan usia, jenis kelamin, pendidikan, psikografi dan geografis.

Berdasarkan jenis kelamin, talenta dikelompokkan menjadi sama rata, yaitu perempuan 50% dan laki-laki 50%. Konsep dan budaya perusahaan yang masih merintis membuat *startup* memiliki kesan yang lebih muda sehingga segmentasinya disasarkan lebih kepada usia produktif kerja seperti mahasiswa yang baru menyelesaikan perkuliahan. Sekitar 70% dari usia 20-30 tahun, dimana usia yang membutuhkan pekerjaan dan bersedia turut merintis dalam perusahaan *startup*. Sekitar 30% dari usia 30-40 tahun, pada usia ini mereka membutuhkan pekerjaan yang stabil atau mapan sehingga perusahaan yang masih merintis bukan jadi prioritas di umur ini.

Kita merata kalau untuk jenis kelamin, talenta perempuan dan laki-laki sama saja. Sedangkan untuk usia ya, kita lebih ke anak muda. Mahasiswa dan umum pada dasarnya bisa bekerja di *startup*, bukan korporasi aja. Ya namanya *startup* kan, merintis. Ya kali umur 40 tahun masih mau ke *startup*, kan mereka diumur segitu udah nyari yang namanya mapan. Kecuali dia yg mau jadi *Vice President* misalnya, atau *Co-Founder*. Jadi dari umur produktif kerja, bisa sekitar 70 % dari 20-30 tahun dan 30% 30-40 tahun. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Selain berdasarkan jenis kelamin dan usia, konsumen juga diklasifikasikan berdasarkan pendidikan. Talenta pendidikan Strata 1 atau Diploma menjadi segmentasi *Startup Jobs Asia* sekitar 80% sedangkan lulusan SMA/K sekitar 20%. Mahasiswa atau lulusan Sarjana dan Diploma menjadi sasaran yang lebih utama bagi *Startup Jobs Asia*.

Paling banyak memang lulusan S1 atau Diploma, karena kan setelah kuliah mereka memang banyak yang nyari pekerjaan. Kalau dipersenin sih sekitar 80%. Kalau anak SMA atau SMK itu juga bisa, karena kita sebenarnya situs yang bisa diakses siapapun kan. Dan yang penting *skill*-nya sih, anak SMK contohnya yang emang siap kerja. Tapi sasaran utama kita memang lebih ke yang anak kuliah. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Startup Jobs Asia sudah memiliki lima *domain*, yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Philipina dan Hong Kong. Kelima negara tersebut merupakan segmentasi Startup Jobs Asia berdasarkan geografis atau wilayah. Para pelaku *startup* dan talenta yang berada di lima negara tersebut, dapat mengunjungi dan menggunakan berbagai fitur yang ada di halaman situs Startup Jobs Asia. Pada *domain* Indonesia, halaman situs ditulis menggunakan bahasa Indonesia, sedangkan empat negara lainnya ditulis menggunakan bahasa inggris.

Kalau geografis itu kita masuk ke negara ya, sesuai dengan *domain* yang kita punya. Kita ada Indonesia, Malaysia, Singapura, Philipina dan Hong Kong. Jadi *startup* manapun, kalau dia dari lima negara itu, dia masuk segmentasi kita, begitu juga untuk talenta. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Sedangkan segmentasi talenta Startup Jobs Asia berdasarkan psikografi, dapat dibagi menjadi dua bagian. Yang pertama adalah talenta yang tertarik untuk bekerja di *startup*. Talenta yang memiliki daya tarik terhadap dunia *startup* cenderung paham akan teknologi dan mengerti akan risiko bekerja di *startup*. Karena *startup* merupakan perusahaan yang masih merintis dan memiliki kemungkinan berhenti

jika tidak berhasil. Yang kedua adalah mereka yang sudah bekerja di korporasi besar namun merasa bosan dan ingin merasakan hal baru dengan bekerja di *startup*.

Pertama memang orang-orang yang tertarik dengan dunia *startup*, mereka yang melek sama kemajuan teknologi. Soalnya kalau gak paham teknologi, gimana pun kita mau jelasin *startup*, mereka susah nyambungnya. Terus juga orang-orang yang udah kerja di korporasi-korporasi besar tapi merasa bosan dan pengen suasana baru, yang akhirnya tertarik untuk mencoba bekerja di *startup*. Karena kan rata-rata *startup* punya budaya kantor yang berbeda seperti lebih bebas dan santai. . (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Beberapa pengelompokan di atas merupakan segmentasi talenta yang telah ditentukan Startup Jobs Asia dalam proses perencanaan *positioning*-nya. Untuk pelaku *startup* tidak ada klasifikasi khusus atau pengelompokan dibuat, karena semua perusahaan yang termasuk kategori *startup* masuk ke dalam target Startup Jobs Asia.

#### b. *Targeting*

Setelah menentukan segmentasi, Startup Jobs Asia menentukan target pasarnya. Dari segmentasi dapat dilihat ukuran pasar yang ditargetkan oleh Startup Jobs Asia. Untuk talenta, target utamanya adalah mahasiswa yang baru lulus atau *fresh graduated* yang membutuhkan pekerjaan dan berminat bekerja di *startup*. Sedangkan untuk pelaku *startup*, Startup Jobs Asia menargetkan seluruh

perusahaan *startup* dengan daerah atau wilayah sesuai dengan lima *domain* yang ada di Startup Jobs Asia. Target pasar tersebut menjadi konsumen yang akan menerima pesan *positioning* Startup Jobs Asia.

c. Tahapan perencanaan positioning

Startup Jobs Asia lahir dari inovasi baru yaitu membuka tempat khusus bagi *startup* untuk memasang lowongan pekerjaannya. Dengan adanya situs Startup Jobs Asia, diharapkan para pelaku *startup* tidak lagi bingung harus mempublikasikan lowongan pekerjaannya dimana. Pelaku *startup* juga tidak perlu bersaing dengan korporasi-korporasi besar jika memasang lowongan pekerjaannya di Startup Jobs Asia. Begitu pula dengan para talenta, mereka telah memiliki wadah untuk mencari pekerjaan-pekerjaan di perusahaan *startup*. Maka dari itu, Startup Jobs Asia membangun *positioning* dengan tujuan agar dapat dikenal oleh konsumen sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*.

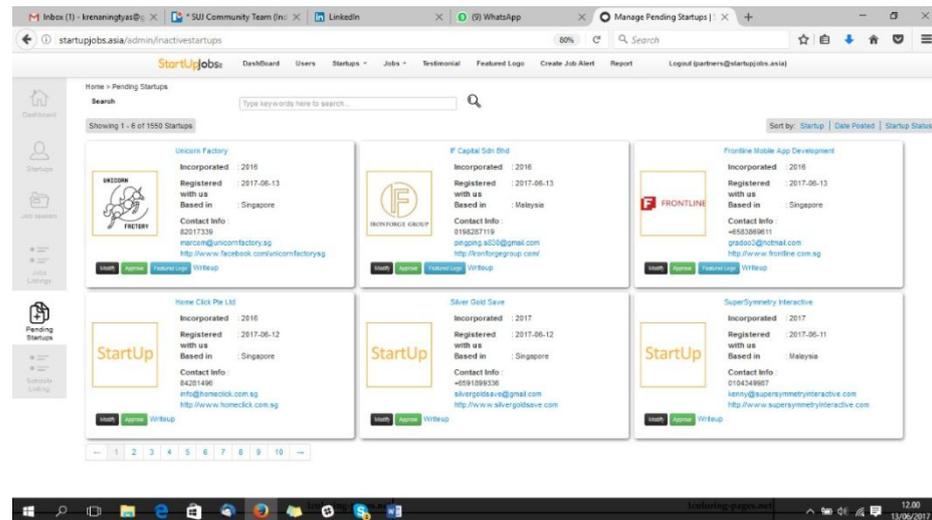
Jadi selama ini, kebanyakan lowongan pekerjaan untuk *startup* sendiri mereka kan seringkali posting di facebook, twitter, *random* gitu lo. Gak ada satu tempat khusus dimana startup itu ingin dilihat oleh audiens yang cari startup dan isinya hanya untuk startup, itu belum ada. Jadi dengan Startup Jobs Asia kita harap mereka bisa ingat kita sebagai situs khusus *startup*. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Tujuan yang dimiliki oleh Startup Jobs Asia sekaligus menjadi identitasnya, yaitu situs lowongan pekerjaan khusus *statup*. Tujuan

dan identitas tersebut menjadi tahapan awal dan acuan bagi Startup Jobs Asia dalam melaksanakan *positioning*-nya. Setelah itu Startup Jobs Asia membangun keunggulan-keunggulan yang akan mendukung *positioning* tersebut.

Keunggulan yang pertama adalah adanya proses verifikasi data pada setiap pemasangan lowongan kerja di Startup Jobs Asia. Lowongan pekerjaan yang akan di-*posting* oleh perusahaan *startup* di situs tidak akan terpasang langsung, melainkan akan ada proses verifikasi secara manual oleh pihak Startup Jobs Asia. Startup Jobs Asia akan melihat apakah perusahaan yang memasang lowongan tersebut benar-benar *startup* atau bukan. Dengan proses ini, Startup Jobs Asia dapat dipercaya menjadi situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Berbeda dengan situs lowongan pekerjaan yang lain seperti Tech in Asia, yang melakukan verifikasi hanya dengan melihat *email* resmi perusahaan.

Jadi semisal ada perusahaan yang mau pasang lowongan di tempat kita, kita ada *filter* sendiri sebagai portal kerja yang khusus *startup*. Jadi gak semua lowongan yang *posting* di kita bisa langsung ter-*posting*, kita ada sistem verifikasi. Kalau di Tech in Asia, mereka gak ada filternya. Bagi mereka, yang penting lowongan yang di-*posting* itu memiliki *email company*. Tapi kalau ditempat kita, gak bisa kayak gitu. Jadi walaupun situsnya tetap pakai *email company*, kita selidiki dulu, apa mereka bener-bener *startup*. Kita lihat mereka itu *startup* jenis apa. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)



**Gambar 3.1** Halaman verifikasi lowongan pekerjaan yang akan di-*post* di Startup Jobs Asia

Sumber: TechGrid Asia Pte.Ltd

Keunggulan kedua yang dimiliki Startup Jobs Asia adalah pemasangan lowongan pekerjaan yang gratis. Meskipun memiliki fitur berbayar, pelaku *startup* dapat selamanya memasang lowongan pekerjaan secara gratis. Kelebihan fitur berbayar dibandingkan dengan yang gratis adalah lowongan pekerjaan akan langsung terlihat di halaman utama situs Startup Jobs Asia, sehingga mudah dilihat bagi para talenta yang mencari pekerjaan. Selain itu situs lowongan pekerjaan dari fitur berbayar juga akan dipublikasikan melalui media sosial. Walaupun begitu seluruh lowongan pekerjaan yang terpasang di Startup Jobs Asia dapat terpasang selama seratus dua puluh hari.

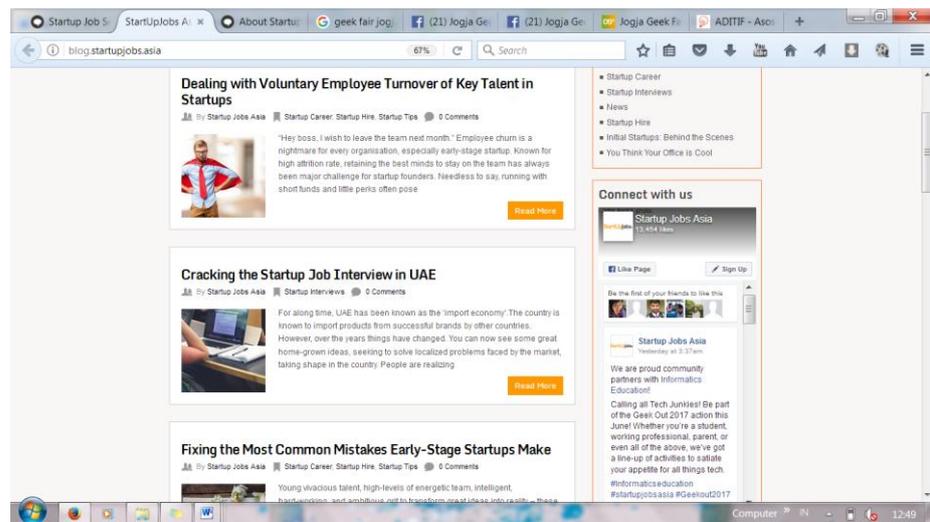
Dan jika lewat dari rentang waktu tersebut, lowongan tidak akan terhapus atau hangus. Melainkan pelaku *startup* dapat mengaktifkan kembali lowongan pekerjaan tersebut tanpa perlu membuat ulang iklan lowongan pekerjaan yang sama.

Lalu untuk pemasangan lowongan gratisnya, Starup Jobs Asia ada masa berlakunya 120 hari terpampang. Dan ketika sudah 120 hari habis, dia gak hangus. Kita gak ada sistem *membership* yang kamu harus *upgrade*. Kalau di situs lain, biasanya malah ada masa *trial* atau percobaan, jadi lima lowongan pertama gratis, selanjutnya harus *upgrade* ke premium yang harus dibayar. Starup Jobs Asia gak gitu, *you can be forever free*, gitu. Kamu bisa *stay* sebagai member gratis tanpa perlu *upgrade*. Lowongan yang sudah habis masanya selama 120 hari, nanti ada *button* untuk *repost*. Malah Starup Jobs Asia itu bisa dijadikan sebagai bank data. Lowongan yang di-*posting* itu sekaligus tersimpan setelah, jadi gak perlu tulis lowongan yang sama lagi. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Keunggulan selanjutnya adalah jangkauan negara atau *domain* Startup Jobs Asia itu sendiri, yaitu mencakup lima negara. Negara tersebut meliputi Indonesia, Malaysia, Singapura, Philipina dan Hong Kong. Talenta yang sedang mencari kerja tidak hanya bisa mencari lowongan di negaranya saja, karena ia juga dapat membuka *domain* negara lain dan mencari lowongan pekerjaan yang tersedia. Melalui Startup Jobs Asia, selain memasang lowongan pekerjaan pelaku *startup* juga bisa mencari talentanya sendiri. Pelaku *startup* dapat mengakses *resume* dari berbagai talenta yang sudah mendaftar di Startup Jobs Asia.

Kita sudah memiliki beberapa domain di berbagai negara. Misalnya ada orang Jogja yang pengen kerja di *startup* Singapura, kita ada sebagai mediana itu. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Selain menjadi situs lowongan pekerjaan *startup*, Startup Jobs Asia juga menyediakan halaman media yang menyajikan berbagai berita atau artikel mengenai perkembangan *startup*. Dengan ini Startup Jobs Asia berharap dapat memberikan layanan terbaik mengenai perkembangan dunia *startup* yang akan berguna bagi talenta dan pelaku *startup*.



**Gambar 3.2** Halaman media Startup Jobs Asia

Sumber: <http://id.startupjobs.asia/id/> diakses tanggal 14 Juni 2017  
pukul 12:53 WIB

## 2. Pelaksanaan *Positioning* Startup Jobs Asia

Setelah melakukan proses perencanaan *positioning*, Startup Jobs Asia melakukan pelaksanaan *positioning* tersebut berdasarkan tujuan dan identitasnya. Pelaksanaan *positioning* dilakukan dengan beberapa perwujudan seperti membuat slogan dan logo. Lalu melakukan berbagai kegiatan pendukung demi membangun *positioning* Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*.

### a. Perwujudan *positioning* Startup Jobs Asia

Startup Jobs Asia memiliki logo yang akan menjadi identitasnya sehingga akan diingat oleh konsumen. Logo Startup Jobs Asia berbentuk tulisan seperti namanya sendiri. Ada makna tersendiri dibalik logonya tersebut, yaitu:

- Warna orange pada kata 'StartUp' memiliki simbol kreativitas dan kesegaran, dimana startup adalah sebuah hal baru dan berharap Startup Jobs Asia dapat membawa perubahan ke arah yang lebih baik.
- Warna hitam pada kata 'Jobs' memiliki arti bahwa Startup Jobs Asia dapat dipercaya.
- Bentuk atau tanda percakapan di huruf 'O' merupakan simbol dari komunikasi. Dengan makna bahwa Startup Jobs Asia

merupakan tempat bertemunya perusahaan startup dengan talenta.



**Gambar 3.3** Logo Startup Jobs Asia

Sumber: <http://id.startupjobs.asia/id/> diakses tanggal 23 Mei 2017  
pukul 12:13 WIB

Setelah memiliki logo, Startup Jobs Asia memiliki slogan yang akan menjadi *positioning statement*. Dengan slogan tersebut Startup Jobs Asia berharap konsumen akan semakin mengingat Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Slogan tersebut adalah, 'Where talent and startup meets', yang berarti tempat bertemunya talenta dan *startup*. Melalui slogan tersebut Startup Jobs Asia mengklaim dirinya sebagai jembatan atau media antara talenta dan pelaku startup. Slogan itu tertulis di *flyer* Startup Jobs Asia.

b. Pelaksanaan kegiatan sebagai upaya membangun *positioning*

Startup Jobs Asia melakukan berbagai kegiatan sebagai upaya untuk membangun *positioning*-nya sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Upaya yang pertama adalah TechGrid Asia Pte.Ltd., perusahaan yang mengoperasikan Startup Jobs Asia

turut bergabung dalam komunitas ADITIF, singkatan dari Asosiasi Digital Kreatif. ADITIF merupakan asosiasi yang mewadahi pelaku industri kreatif berbasis digital, perusahaan teknologi, dan perusahaan rintisan (*startup*) di Indonesia. ADITIF hadir untuk mewakili pelaku industri yang bertujuan untuk membangun dan mengembangkan ekosistem industri kreatif digital Indonesia (<http://aditif.id/> diakses pada tanggal 14 Juni 2017 pukul 12:33 WIB). Dengan bergabung dalam komunitas ini, TechGrid Asia Pte.Ltd. dapat menjalin hubungan dengan berbagai perusahaan *startup* dan mempromosikan Startup Jobs Asia sebagai media yang dapat membantu *startup* dalam memasang lowongan pekerjaan secara gratis.

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Startup Jobs Asia sebagai anggota ADITIV adalah Jogja Geek Fair. Jogja Geek Fair yang dilaksanakan pada tanggal 6 Mei 2017 di Hartono Mall ini merupakan kegiatan dimana berbagai perusahaan *startup* membuka *booth* untuk melakukan *hiring* dan mempromosikan masing-masing perusahaannya. Juga terdapat rangkaian *talk show* dari berbagai pembicara terkemuka. Seperti pihak dari GOOGLE, LinkedIn, RALALI, SALESTOCK, UC News, Daily Social dan lainnya. Startup Jobs Asia pun juga turut aktif dalam mengisi *talk show* pada kegiatan Jogja Geek Fair ini. Selain itu acara tersebut juga dimeriahkan oleh ADITIF, SOLOCONVALLEY, PAIJO

(Paguyuban Akun Info Jogja), Inovative Academy (IA), GAMELAN (Komunitas Pengembang Game Yogya) dan Komunitas Android Yogya.



**Gambar 3.4** Acara *Talk Show* Jogja Geek Fair

Sumber: [www.facebook.com/jogjageekfair](http://www.facebook.com/jogjageekfair) diakses pada tanggal

14 Juni 2017 pukul 13:12 WIB



Gambar 3.5 Poster Jogja Geek Fair

Sumber: [www.facebook.com/jogjageekfair](http://www.facebook.com/jogjageekfair) diakses pada tanggal 14 Juni 2017 pukul 13:12 WIB



**Gambar 3.6** Booth Startup Jobs Asia

Sumber: TechGrid Asia Pte.Ltd.

Upaya selanjutnya yang dilakukan Startup Job Asia dalam membangun *positioning*-nya adalah melakukan sosialisasi di berbagai universitas di Yogyakarta melalui himpunan mahasiswa di setiap jurusannya. Mahasiswa sebagai salah satu target pasar Startup Jobs Asia, masih banyak yang belum memahami apa itu *startup*. Maka dari itu, melalui kegiatan sosialisasi tersebut Startup Jobs Asia berharap mahasiswa dapat menjadi lebih paham akan *startup* dan mengetahui dunia kerja yang akan dihadapi di perusahaan jenis *startup*. Pada kegiatan ini mahasiswa juga diberikan *flyer* Statup Jobs Asia.

Kita sebar *flyer* dan edukasi ke kampus-kampus, lewat HMJ mereka. Soalnya kan *startup* itu banyak yang nyari *fresh graduated*. Tapi mereka si mahasiswa itu sendiri masih banyak yang belum paham *startup*. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017).



**Gambar 3.7** Kegiatan sosialisasi Startup Jobs Asia di salah satu kampus di Yogyakarta.

Sumber: TechGrid Asia Pte.Ltd.

Sampai penelitian ini dilakukan, Startup Jobs Asia sudah melakukan kunjungan ke jurusan Ilmu Komunikasi dan Sastra Prancis UGM, Ilmu Komunikasi dan Pendidikan Agama Islam UMY, Ilmu Komunikasi UPN, Teknik Informatika UTY, Ilmu Komunikasi dan Manajemen UNY dan Teknik Informatika UAD.

Kita memang belum mengunjungi semua jurusan dan universitas yang ada di Yogyakarta. Tapi sampai sekarang alhamdulillah ya, sudah ke UGM. Itu jurusan Komunikasi dan Sastra Prancis. Ke UMY, Komunikasi sama jurusan

Pendidikan Agama Islam. Ilmu komunikasi UPN, Teknik Informatika UTY, Teknik Informatika UAD, juga ke UNY jurusan Ilmu Komunikasi dan Manajemennya. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017).

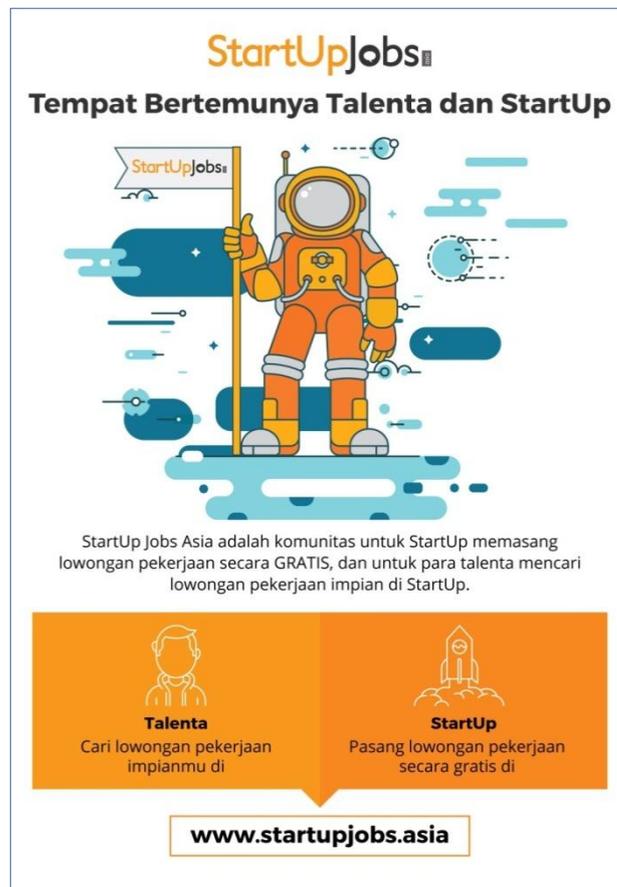
Selain melakukan kunjungan ke kampus, Startup Jobs Asia juga mengunjungi berbagai perusahaan *startup* yang ada di Yogyakarta. Dalam melakukan kunjungan ini, Startup Jobs Asia melakukan pendekatan yang lebih personal. Dan pihak *startup* yang ditemui biasanya adalah CEO atau *founder*-nya. Kegiatan ini menjadi sebuah proses silaturahmi atau menjalin hubungan sesama *startup* dan juga turut mengajak *startup* tersebut untuk memasang lowongan pekerjaan di situs Startup Jobs Asia yang khusus *startup*.

Perusahaan-perusahaan *startup* di Yogyakarta yang sudah dikunjungi oleh Startup Jobs Asia hingga saat ini adalah FitinLine, Krafthaus, InoLabs, Taxies, Javan Cipta Solusi, Indifa Financia Technology, Trainit, NOKN, RumahWeb, MediaTechIndo dan Listeno.

Kita juga mendatangi pelaku *startup* secara konsisten, ajak para perusahaan *startup* untuk *posting* di situs kita. Kita semangat mengundang mereka melalui marketing kita. Sampai sekarang itu kita sudah pergi ke FitinLine, Krafthaus, InoLabs, Taxies, Javan Cipta Solusi, Indifa Financia Technology, Trainit, NOKN, RumahWeb, MediaTechIndo dan Listeno. Alhamdulillah sudah banyak.

(Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project* TechGrid Asia Pte.Ltd., 26 Mei 2017)

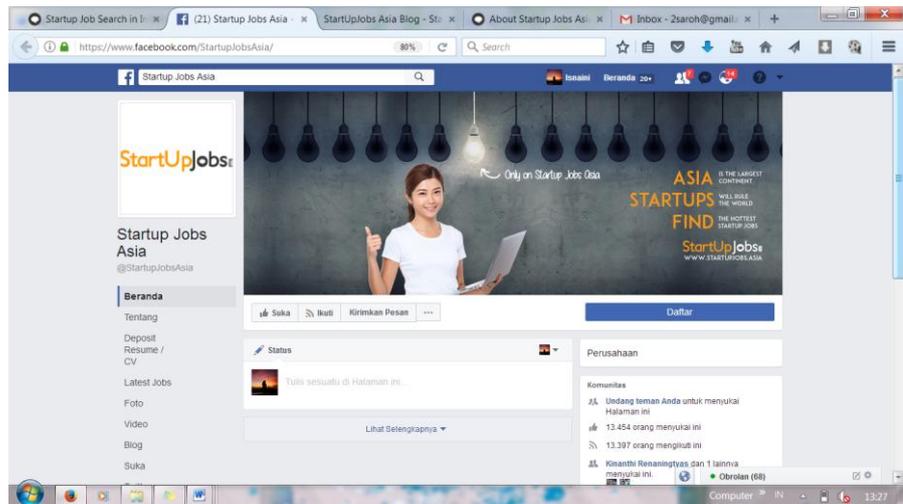
Upaya lainnya yang dilakukan Startup Jobs Asia dalam membangun *positioning*-nya adalah dengan menyebar *flyer* di jalanan Malioboro. Tidak sekedar membagikan *flyer*, Startup Jobs Asia juga mencari kesempatan untuk menjelaskan apa itu *startup* dan Startup Jobs Asia kepada orang-orang yang terlihat tertarik dengan *flyer* Startup Jobs Asia. Startup Jobs Asia telah mencetak 10.000 lembar *flyer*. Selain dibagikan di Jalan Malioboro, *flyer* juga dibagikan saat Startup Jobs Asia melakukan kunjungan di kampus-kampus dan perusahaan *startup* Yogyakarta. Lebih dari setengah *flyer* tersebut sudah dibagikan kepada sasaran konsumennya.



**Gambar 3.8** Flyer Startup Job Asia

Sumber: TechGrid Asia Pte.Ltd

Upaya selanjutnya yang dilakukan Startup Jobs Asia dalam membangun *positioning*-nya adalah dengan menggunakan media sosial. Menyampaikan pesan *positioning* melalui media sosial telah lama dilakukan oleh Startup Jobs Asia dibandingkan dengan upaya-upaya lainnya. Startup Jobs Asia memiliki akun Facebook resmi dengan nama akun Startup Jobs Asia. Akun ini diikuti oleh 13.397 orang dan memiliki 13.454 yang menyukai halamannya.



**Gambar 3.9** Halaman Facebook Startup Jobs Asia

Sumber: [www.facebook.com/StartupJobsAsia/](https://www.facebook.com/StartupJobsAsia/) diakses pada tanggal 14 Juni 2017 pukul 13:30 WIB

Media sosial lainnya seperti LinkedIn dan Instagram yang digunakan Startup Jobs Asia bukan atas nama Startup Jobs Asia sendiri, melainkan berupa *dummy account* atau akun palsu. Dari setiap media sosial, Startup Jobs Asia membuat lebih dari satu akun palsu. Hal itu dilakukan demi meningkatkan SEO atau *Search Engine Optimization*. SEO adalah menempatkan sebuah situs pada tingkat pertama dalam sebuah pencarian berdasarkan kata kunci tertentu. Dengan memiliki beberapa akun palsu yang rutin *posting* situs Startup Jobs Asia, diharapkan situs Startup Jobs Asia akan menjadi tingkat teratas di halaman pencarian dengan kata kunci *startup* dan lowongan pekerjaan *startup*. Maka dari itu

identitas Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan *startup* akan lebih mudah ditemui bagi para pencari lowongan pekerjaan atau pelaku *startup*.

Kita sengaja pakai *dummy account* untuk menyebarkan pesan melalui media sosial. Karena kita ingin meningkatkan SEO kita. Dengan membuat beberapa akun palsu, ada kata Startup Jobs Asia dimana-mana, SEO kita meningkat lalu terdeteksi di Google dan nama kita naik di pencarian. Dengan begitu *visitor* situs kita jadi bertambah dan mereka yang ingin bekerja di *startup* akan lebih terarahkan untuk mengunjungi situs kita. Kita juga mendatangi pelaku *startup* secara konsisten, ajak para perusahaan *startup* untuk *posting* di situs kita. Kita semangat mengundang mereka melalui marketing kita. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

### 3. Kompetitor

Sebuah kompetisi akan selalu ada dalam pasar yang memiliki beragam konsumen dan produk yang tersedia. Begitu pula dengan sebuah situs lowongan pekerjaan yang kini sudah banyak. Ada banyak situs lowongan pekerjaan yang dapat menjadi kompotitor Startup Jobs Asia. Situs lowongan pekerjaan yang memiliki identitas dan target pasar yang sama dengan Startup Jobs Asia adalah Tech in Asia. Tech in Asia juga merupakan situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Bahkan pihak Startup Jobs Asia masih merasa kalah saing dengan Tech in Asia. Hal itu dikarenakan Tech in Asia lebih mengutamakan halaman medianya. Pada halaman utama Tech in Asia, langsung terlihat artikel dan berita mengenai *startup*.

Kalau yang jenis dan targetnya sama itu ya Tech in Asia. Mereka bisa lebih unggul dari kita karena mereka punya media, kan media itu penyebarannya lebih cepat ya dibanding situs lowongan pekerjaan. Kita juga ada media tapi, ya itu *click button*-nya di bawah banget. Gak kelihatan. Sedangkan kalau di Tech in Asia pas baru buka langsung braatt berita. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project* TechGrid Asia Pte.Ltd., 26 Mei 2017)

Dalam mengawasi kompetitor tersebut, Startup Job Asia melakukan pemantauan dengan melihat jumlah lowongan pekerjaan baru yang terpasang setiap harinya di situs kompetitor. Tidak hanya Tech in Asia, Startup Jobs Asia juga mengamati situs lain seperti Glints, e27 dan my.wobb.co. Dengan melakukan pemantauan setiap harinya, Startup Jobs Asia dapat mengetahui perbandingan jumlah lowongan terpasang pada situs Startup Jobs Asia dengan situs-situs tersebut. Situs Glints, e27 dan my.wobb.co. memang bukan situs lowongan pekerjaan khusus *startup*, namun Startup Jobs Asia tetap menganggapnya sebagai kompetitor karena pada situs itu banyak lowongan pekerjaan jenis *startup* terpasang.

Glints, e27, my.wobb.co, itu masuk list situs yang kita pantau. Mereka memang bukan khusus *startup* sih, korporasi besar juga bisa *posting* disana. Tapi kita tetap anggap mereka kompetitor karena banyak juga *startup* yang *posting* lowongan pekerjaan disana. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project* TechGrid Asia Pte.Ltd., 26 Mei 2017)

Dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor, yang dilakukan Startup Jobs Asia adalah dengan fokus pada upaya-upaya yang mereka lakukan untuk meningkatkan *positioning*-nya sebagai

situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Karena dengan fokus pada kegiatan pendukung *positioning*, Startup Jobs Asia berharap pesan *positioning*-nya dapat tersampaikan kepada konsumen dengan lebih baik.

#### 4. Evaluasi *Positioning* Startup Jobs Asia

Pada pelaksanaan evaluasi, Startup Jobs Asia membahas mengenai kemajuan program kegiatan dan hambatan-hambatan yang dihadapi. Proses pelaksanaan evaluasi melibatkan seluruh pihak marketing TechGrid Asia Pte.Ltd. Yogyakarta. Pada setiap perkembangan dari aktivitas *positioning* yang dilakukan Startup Jobs Asia, pihak marketing TechGrid Asia Pte.Ltd. Yogyakarta aktif memberikan laporan kepada pihak pusat di Singapura. Kegiatan diskusi melalui telepon kerap dilakukan untuk mencapai target yang diinginkan. Pelaksanaan evaluasi dilakukan sekali sebulan dan setiap kegiatan pendukung *positioning* dilakukan.

Kalau evaluasi kita yang di Jogja saja, itu semua pihak marketing yang terlibat, *intern* pun juga. Kalau ke Singapura kita kasih laporan perkembangan kegiatan kita, kalau ada yang tidak sesuai dengan yang mereka inginkan kita evaluasi lagi dan mendiskusikan apa yang sebaiknya dilakukan. Tapi tetap di bawah persetujuan Singapura karena kita juga tiap hari telepon dan email mereka juga. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project* TechGrid Asia Pte.Ltd., 26 Mei 2017)

Hasil dari pelaksanaan evaluasi tersebut, Startup Jobs Asia mendapatkan beberapa faktor yang mendukung maupun menghambat kegiatan *positioning* Startup Jobs Asia.

a. Faktor pendukung

Startup Jobs Asia memiliki beberapa faktor pendukung dalam proses membangun *positioning*-nya sebagai situs lowongan khusus *startup*. Faktor pendukung pertama adalah keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Startup Jobs Asia sendiri. Dengan keunggulan seperti memiliki lima *domain* negara, talenta dan pelaku *startup* yang dapat saling menemukan, memiliki halaman media dan menyediakan fitur gratis untuk memasang lowongan pekerjaan, membantu Startup Jobs Asia membantu identitasnya. Karena konsumen dapat menerima keunggulan-keunggulan tersebut dari situs Startup Jobs Asia. Dengan berbagai keunggulan dan kegiatan yang sudah dilakukan Startup Jobs Asia dalam membangun *positioning*, Startup Jobs Asia sudah merasakan ada perbedaan dibanding sebelumnya, yaitu sudah mulai banyak orang-orang di Yogyakarta yang mengenali Startup Jobs Asia.

Untuk jogja sendiri saya juga sudah merasa ada perbedaan dibanding sebelumnya, sudah banyak yang tau tentang SUJ. Ya hasil dari kita melakukan kunjungan dan aktif kegiatan sana-sini kan. Kita tu belum fokus dan susah untuk fokus, jadinya hasilnya kurang maksimal. Kita gak punya *team* yang khusus ngerjain *positioning*-nya Startup Jobs Asia. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project* TechGrid Asia Pte.Ltd., 26 Mei 2017)

b. Faktor penghambat

Pada pelaksanaan *positioning*, Startup Jobs Asia merasakan beberapa kendala. Yang pertama adalah kurangnya sumber daya manusia yang mampu melaksanakan *positioning* Startup Jobs Asia dengan maksimal. Hal itu karena budaya *startup* yang kebanyakan satu karyawannya memiliki tugas atau peran lebih dari satu. Seperti itu pula yang terjadi di TechGrid Asia Pte.Ltd., beberapa dari karyawannya memiliki dua posisi. Seperti pihak *Marketing Project*, Kinanthi Renaningtyas yang juga bertanggung jawab sebagai *Human Resources* TechGrid Asia Pte.Ltd., Gustopo Galang Wibowo yang menjadi *Head of Operational* TechGrid Asia Pte.Ltd. cabang Yogyakarta sekaligus *Senior Designer*. Dan juga karyawan TechGrid Asia Pte.Ltd. tidak hanya aktif menjalankan Startup Jobs Asia, namun juga memiliki tanggung jawab dalam menjalankan situs lain yang juga merupakan produk TechGrid Asia Pte.Ltd.

Kita tu belum fokus dan susah untuk fokus, jadinya hasilnya kurang maksimal. Kita gak punya *team* yang khusus ngerjain *positioning*-nya Startup Jobs Asia. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project* TechGrid Asia Pte.Ltd., 26 Mei 2017)

Hambatan lainnya yang dirasakan oleh Startup Jobs Asia adalah saat melaksanakan kegiatan kunjungan ke kampus-kampus. Sebelum mengunjungi kampus-kampus yang di Yogyakarta, Startup Jobs Asia aktif menghubungi berbagai

kampus melalui himpunan mahasiswa. Namun masih banyak kampus yang menolak untuk dilakukan kunjungan oleh Startup Jobs Asia. Hal itu dikarenakan jadwal yang tidak sesuai dan pihak mahasiswa atau kampus yang terlalu menutup diri untuk menerima kunjungan dari pihak luar.

Alhamdulillah kita udah lumayan banyak mengunjungi kampus-kampus, tapi jumlah kampus yang sudah kita hubungi sebenarnya lebih banyak dibanding itu. Masih banyak yang nolak, ada yang lagi sibuk mau ada kegiatan mahasiswa, ada yang sibuk karena mau ujian, ada juga yang memang gak mau dikunjungi karena kita itu perusahaan luar. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Dan hambatan yang terakhir adalah kompetitor itu sendiri. Dengan kompetitor yang lebih terkenal, akan menghambat Startup Jobs Asia menyampaikan *positioning*-nya. Namun Startup Jobs Asia menyadari bahwa kompetitor akan selalu ada. Kompetitor adalah faktor penghambat yang akan menjadi acuan Startup Job Asia agar lebih meningkatkan usahanya dalam membangun *positioning*.

Kompetitor. Nama kami memang belum besar, jadi kompetitor termasuk hambatan yang kita hadapi. Tapi karena itulah kita jadi lebih rajin memantau mereka dan meningkatkan usaha-usaha kita. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Startup Jobs Asia menyadari perjalanan mereka untuk membangun *positioning* sebagai situs lowongan khusus *startup* masih panjang. Masih banyak hal-hal yang perlu diperbaiki.

Jadi *positioning* kita itu perjalanannya masih panjang. Tapi kita juga perlu waspada tentang banyaknya kemungkinan yang akan terjadi di beberapa tahun ke depan dalam dunia *startup*. (Wawancara dengan Mbak Kinanthi, *Marketing Project TechGrid Asia Pte.Ltd.*, 26 Mei 2017)

Startup Jobs Asia bersikap waspada akan kemungkinan-kemungkinan terjadinya perubahan di masa yang akan datang. Karena tidak diketahui akan sampai kapan orang-orang masih tertarik untuk bekerja atau membangun perusahaan *startup*.

## **B. Pembahasan**

Persaingan menjadi hal biasa dalam dunia pemasaran, berbagai perusahaan memiliki masing-masing strateginya untuk mengangkat produk dan mereknya menjadi peringkat atas di hati konsumen. Strategi *positioning* merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan pasar. Menurut Kasali, *positioning* adalah strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen, agar nama/produk/merek tersebut memiliki arti tertentu yang dalam beberapa hal sehingga mencerminkan keunggulannya dibandingkan dengan nama/produk/merek lain dalam bentuk hubungan asosiatif.

Startup Jobs Asia, menyadari kehadiran situs lowongan pekerjaan saat ini sudah menjamur banyaknya. Startup Jobs Asia menggunakan strategi *positioning* untuk mengangkat mereknya di antara banyak situs lowongan pekerjaan lainnya. Startup Jobs Asia memosisikan dirinya sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Strategi-strategi dilakukan Startup Jobs Asia agar ketika konsumen mendengar kata *startup* atau ingin bekerja di *startup*, mereka akan mengingat Startup Jobs Asia.

## **5. Perencanaan *Positioning* Startup Jobs Asia**

Dalam membangun strategi *positioning*, Philip Kotler dan Kasali (1998,48) menggunakan konsep STP, yaitu dengan menggabungkan konsep segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Pada proses perencanaan *positioning* yang dilakukan Startup Jobs Asia adalah dengan menentukan segmentasi, *targeting* dan melakukan tahapan perencanaan *positioning* tersebut.

Konsumen Startup Jobs Asia terbagi dua, yaitu pelaku *startup* dan talenta. Pelaku *startup* yang berada di lima negara *domain* Startup Jobs Asia yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Philipina dan Hong Kong, termasuk ke dalam segmentasi geografis Startup Jobs Asia. Untuk pelaku *startup*, Startup Jobs Asia hanya fokus pada segmentasi geografis. Karena mereka tidak memiliki segmentasi atau pengelompokan lain untuk pelaku *startup*. Untuk memasang lowongan pekerjaan di situsnya, Startup Jobs Asia hanya mengizinkan *startup* yang berada lima negara tersebut.

Untuk talenta atau para pencari lowongan pekerjaan *startup*, Startup Jobs Asia mengelompokkannya berdasarkan geografis, jenis kelamin, usia, pendidikan dan psikografi. Untuk geografis, segmentasinya juga mencakup lima negara sesuai dengan *domain*-nya, sesuai dengan segmentasi Startup Jobs Asia terhadap pelaku *startup*. Untuk pengelompokan segmentasi berdasarkan jenis kelamin, Startup Jobs Asia menyamaratakannya. Perempuan dan laki-laki tidak menjadi perbedaan yang spesifik. Hal ini sesuai dengan perusahaan *startup* yang tidak menghususkan pekerjaannya harus laki-laki atau perempuan.

Segmentasi Startup Jobs Asia berdasarkan usia berkisar 20-30 tahun sebanyak 70% dan sebanyak 30% berusia 31-40 tahun. Pengelompokan ini sesuai dengan *startup* yang masih merintis dan memiliki kesan anak muda. Hal ini karena yang berusia lebih muda lebih tertarik untuk bekerja di *startup*. Para pencari kerja di usia 30 tahun lebih biasanya mencari pekerjaan yang memiliki jaminan lebih, bukan seperti *startup* yang masih berkembang dan memiliki kemungkinan untuk berhenti atau bangkrut. Berdasarkan pendidikan, Startup Jobs Asia memiliki dua pengelompokan yaitu 80% lulusan Strata 1 dan Diploma, lalu 20% untuk lulusan SMA sederajat.

Sedangkan segmentasi Startup Jobs Asia berdasarkan psikografis dibagi menjadi dua, yaitu talenta yang tertarik untuk bekerja di *startup* dan talenta yang sudah bekerja di korporasi besar namun berniat untuk bekerja di *startup* karena memiliki budaya kerja yang berbeda.

Pengelompokan ini terlihat jelas bahwa Startup Jobs Asia hanya akan menargetkan orang-orang yang berniat bekerja di *startup* dan mengerti akan dunia kerja *startup*.

Setelah mengelompokkan segmentasi tersebut, Startup Jobs Asia mengatakan bahwa target pasar mereka adalah anak muda yang baru lulus atau *fresh graduated* yang membutuhkan pekerjaan dan berminat bekerja di *startup* dan seluruh pelaku *startup* yang berada di lima wilayah sesuai *domain* mereka. Target pasar tersebut adalah konsumen yang akan menerima pesan-pesan *positioning* Startup Jobs Asia. Dengan target tersebut, Startup Jobs Asia menyusun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam membangun *positioning*-nya.

Kotler dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:58), mengatakan ada tiga langkah yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam membangun *positioning* produk atau mereknya. Yang pertama adalah dengan mengenali keunggulan-keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan kompetitor. Kedua, memilih keunggulan-keunggulan produk yang paling kuat dan menonjol. Dan yang ketiga adalah menyampaikan keunggulan tersebut secara efektif kepada target pasar melalui *positioning statement* dan memilih media yang tepat.

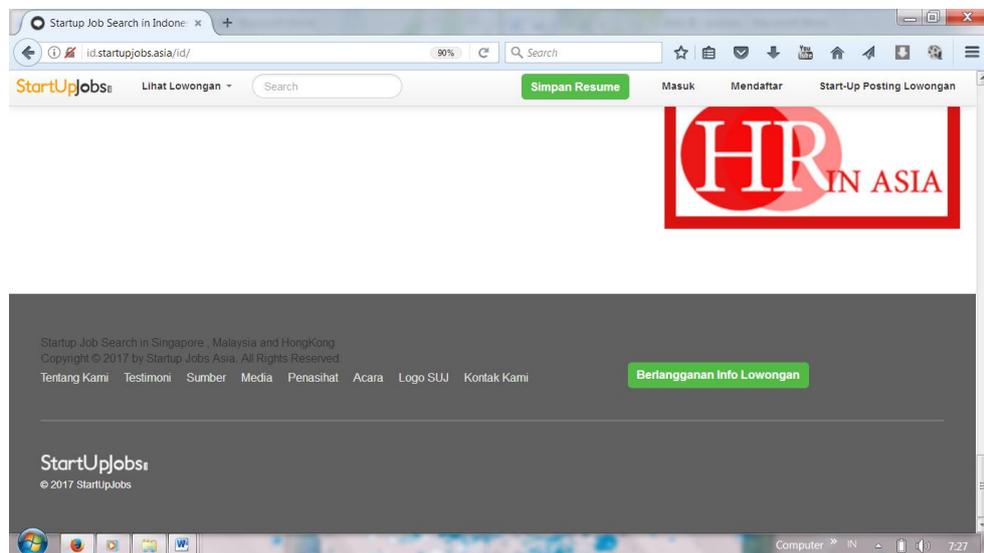
Pada Startup Jobs Asia, mereka memiliki banyak keunggulan dan hal paling menonjol yang mereka angkat sebagai *positioning*-nya adalah identitasnya sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*. Identitas Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan khusus

*startup* juga dapat dilihat dari namanya sendiri, yang memiliki arti pekerjaan-pekerjaan *startup* di Asia. Demi mengangkat identitasnya tersebut, Startup Jobs Asia memiliki beberapa keunggulan. Pertama adalah proses verifikasi yang mereka lakukan kepada setiap lowongan pekerjaan yang akan di-*posting* di situs Startup Jobs Asia. Dengan melakukan proses ini, Startup Jobs Asia mengatakan bahwa seluruh lowongan pekerjaan yang ada di situs mereka benar-benar perusahaan *startup* yang sudah mereka verifikasi kebenarannya, tidak seperti kompetitornya yaitu Tech in Asia. Syarat sebuah lowongan pekerjaan dapat di-*posting* di situs Tech in Asia adalah memiliki *email* resmi perusahaan, padahal *email* resmi bukan menjadi jaminan bahwa perusahaan tersebut adalah *startup*. Dengan keunggulan tersebut Startup dapat lebih dipercaya sebagai situs lowongan khusus *startup*.

Bagi pelaku *startup* yang ingin memasang lowongan pekerjaan di Startup Jobs Asia, ada pilihan untuk memasang dengan gratis atau berbayar, sama halnya dengan beberapa situs lowongan pekerjaan lainnya. Namun yang menjadi keunggulan Startup Jobs Asia adalah pelaku *startup* dapat selamanya menjadi member gratis. Situs lowongan lainnya hanya memberikan fitur gratis dengan batas hari penayangan lowongan atau batas jumlah lowongan yang dapat di-*posting*. Lowongan pekerjaan dapat tayang di situs Startup Jobs Asia selama 120 hari, namun setelah rentang waktu habis, lowongan pekerjaan tersebut tidak akan hilang atau terhapus, melainkan dapat di-*repost* jika masih dibutuhkan penayangannya. Hal ini

akan memudahkan para pelaku *startup* agar tidak perlu menulis ulang lowongan pekerjaan yang sama.

Keunggulan Startup Jobs Asia selanjutnya adalah memiliki halaman media yang menyajikan berbagai berita dan artikel mengenai perkembangan *startup*. Hanya saja tombol untuk menuju halaman media terletak di paling bawah, sehingga tidak menarik perhatian pengunjung situs.



**Gambar 3.10** Tombol media berada di paling bawah halaman utama situs

Startup Jobs Asia

Sumber: : *id.startupjobs.asia/id* diakses tanggal 16 Juni 2017 pukul 7:33

WIB

Startup Jobs Asia menganggap bahwa halaman media ini menjadi salah satu keunggulan mereka, namun posisi tombol halaman media yang tidak menarik perhatian tersebut membuatnya menjadi

keunggulan yang tidak begitu mempengaruhi *positioning* Startup Jobs Asia.

Untuk keunggulan selanjutnya, adalah jangkauan wilayah atau negara Startup Jobs Asia. Lima negara yang menjadi segmentasi dan targetnya tersebut membuat Startup Jobs Asia menjadi pilihan bagi pelaku *startup* dan talenta di negara-negara tersebut. Dengan pilihan negara tersebut, Startup Jobs Asia juga menjadi media bagi talenta yang ingin mencari pekerjaan di negara yang berbeda. Keunggulan ini dapat menjadi faktor pendukung bagi Startup Jobs Asia dalam membangun *positioning*-nya.

## **6. Pelaksanaan *Positioning* Startup Jobs Asia**

### **a. Perwujudan *positioning* Startup Jobs Asia**

Setelah melakukan proses perencanaan *positioning*, Startup Jobs Asia melakukan pelaksanaan *positioning* tersebut. Pertama adalah dengan membuat logo. Melalui logo, merek dapat diingat dengan lebih mudah. Logo Startup Jobs Asia memiliki warna oranye yang membuatnya lebih mencolok. Logo Startup Jobs Asia juga berisi tulisan namanya, sehingga ketika melihat logo tersebut dapat langsung diketahui bahwa itu merupakan logo Startup Jobs Asia.

Startup Jobs Asia turut mewujudkan *positioning*-nya melalui sebuah *positioning statement* atau slogan, yaitu ‘Where talent and startup meets’ atau ‘Tempat bertemunya talenta dan *startup*’. Slogan ini mereka tuliskan pada *flyer* yang mereka sebar. Namun slogan

tidak ada tertulis di media lainnya. Pada halaman utama Startup Jobs Asia, kalimat yang tertulis besar adalah ‘Bekerja di Startup, Kembangkan diri anda bersama perusahaan potensial’. Kalimat itu memang dapat membangun *positioning* Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*, namun tidak sesuai dengan slogan yang dimiliki Startup Jobs Asia. Hal ini membuat Startup Jobs Asia tidak menyampaikan *positioning statement*-nya dengan baik. Tidak ada pesan berupa kalimat yang sama disampaikan oleh Startup Jobs Asia kepada konsumennya.



**Gambar 3.11** Tulisan yang terdapat pada halaman utama situs Startup Jobs Asia

Sumber: *id.startupjobs.asia/id* diakses tanggal 7 April 2017 pukul 13:15 WIB

b. Pelaksanaan kegiatan sebagai upaya membangun *positioning*

Ada beberapa kegiatan pendukung yang dilakukan Startup Jobs Asia demi membangun *positioning*-nya sebagai situs lowongan

pekerjaan khusus *startup*. Pertama adalah aktifnya TechGrid Asia Pte.Ltd., perusahaan yang mengoperasikan Startup Jobs Asia sebagai anggota komunitas ADITIF, singkatan dari Asosiasi Digital Kreatif. Melalui komunitas ini, TechGrid Asia Pte.Ltd. dapat mempromosikan Startup Jobs Asia kepada anggota ADITIF lainnya yang merupakan perusahaan-perusahaan *startup*. Hal ini dapat mendukung upaya Startup Jobs Asia dalam membangun *positioning* sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*.

Kegiatan Startup Jobs Asia sebagai anggota ADITIF adalah mengikuti Jogja Geek Fair yang dilaksanakan pada tanggal 6 Mei 2017 di Hartono Mall. Kegiatan tersebut dihadiri oleh banyak perusahaan *startup* yang sudah terkenal seperti Google, LinkedIn, SALESTOCK, UC News, Daily Social dan lainnya. Kegiatan besar ini dapat mendukung Startup Jobs Asia demi membangun *positioning*-nya karena banyak dari target pasar atau konsumen Startup Jobs Asia menghadiri acara tersebut, sehingga membuat nama Startup Jobs Asia semakin dikenali.

Startup Jobs Asia juga melakukan kegiatan kunjungan ke kampus-kampus dan perusahaan-perusahaan *startup* yang ada di Yogyakarta. Kegiatan itu berisi edukasi dan perkenalan mengenai Startup Jobs Asia. Pada target pasarnya, Startup Jobs Asia menyebutkan bahwa target mereka adalah mereka yang paham dan tertarik dengan *startup*. Namun pada kunjungan ke kampus-kampus,

Startup Jobs Asia menargetkan seluruh jurusan yang ada melalui himpunan mahasiswanya, tidak ada batasan bahwa jurusan itu berkaitan dengan *startup* atau jurusan tersebut berisikan oleh mahasiswa-mahasiswa yang paham atau tertarik dengan *startup*. Dapat dikatakan bahwa kegiatan ini tidak sesuai dengan target pasarnya berdasarkan segmentasi psikografis. Meskipun begitu, melalui kegiatan ini Startup Jobs Asia dapat memperluas targetnya karena saat ini masih banyak mahasiswa yang merupakan target Startup Jobs Asia belum mengetahui banyak hal mengenai *startup*. Kegiatan ini dapat membuat mahasiswa yang belum mengetahui banyak hal mengenai *startup* menjadi berniat bekerja di *startup* dan mengunjungi situs Startup Jobs Asia untuk mencari lowongan pekerjaan *startup*. Maka dari itu, kegiatan ini mampu mendukung *positioning* Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan *startup*.

Selain kunjungan ke kampus-kampus, Startup Jobs Asia juga mengunjungi perusahaan-perusahaan *startup* di Yogyakarta. Melalui kegiatan ini Startup Jobs Asia dapat membuat namanya lebih dikenal di kalangan perusahaan-perusahaan *startup*. Kegiatan ini dapat mendukung *positioning* Startup Jobs Asia karena menjangkau konsumen yang sesuai dengan targetnya.

Startup Jobs Asia juga melakukan upaya *positioning* dengan mencetak *flyer* atau selebaran sebanyak 10.000 lembar. *Flyer* ini dibagikan di jalanan Malioboro dan juga pada kunjungannya ke

kampus-kampus. Membagikan *flyer* pada saat kunjungan ke kampus menjadi nilai tambahan untuk menyebarkan informasi, namun menyebarkan *flyer* di jalanan Malioboro bukan merupakan pilihan yang tepat meskipun Startup Jobs Asia juga berupaya untuk menjelaskan defenisi *startup* dan Startup Jobs Asia kepada orang-orang yang terlihat tertarik melihat *flyernya*. Malioboro berisikan orang-orang yang ingin berlibur, bukan yang ingin mencari pekerjaan apalagi di perusahaan *startup*. Tingkat pendidikan orang-orang yang ada di Malioboro juga sangat beragam dan juga tidak dapat diketahui apakah ada atau banyakkah yang mengetahui atau tertarik bekerja di *startup*.

Kegiatan yang dilakukan Startup Jobs Asia dalam membangun *positioning* sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup* adalah dengan aktif di media sosial. Media sosial merupakan pilihan yang tepat sebagai media penyebar informasi, didukung dengan sangat banyaknya pengguna media sosial saat ini. Namun Startup Jobs Asia hanya memiliki satu akun resmi di media sosial, yaitu di Facebook. Pada LinkedIn dan Instagram, Startup Jobs Asia menggunakan *dummy account* atau akun palsu. Hal ini mereka lakukan demi meningkatkan SEO atau *Search Engine Optimization*. Dengan memiliki beberapa akun palsu yang rutin mem-*posting* situs Startup Jobs Asia, maka SEO dapat mengalami peningkatan. Dampaknya adalah Startup Jobs Asia dapat meningkatkan posisi mereka dalam halaman pencarian seperti

Google. Situs Startup Jobs Asia dapat menjadi tingkat teratas di halaman pencarian dengan kata kunci *startup* dan lowongan pekerjaan *startup*. Maka dari itu identitas Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan *startup* akan lebih mudah ditemui bagi para pencari lowongan pekerjaan atau pelaku *startup*. Kegiatan ini dapat menjadi upaya dalam meningkatkan *visitor*, namun akan lebih baik jika Startup Jobs Asia juga memiliki akun resmi pada media sosial tersebut, agar Startup Jobs Asia dapat memiliki identitas yang lebih kuat dalam membangun *positioning*-nya.

## **7. Kompetitor**

Startup Jobs Asia memiliki kompetitor yang lebih unggul dan memiliki segmentasi dan target pasar serupa, yaitu Tech in Asia. Startup Jobs Asia menganggap bahwa Tech in Asia menjadi lebih unggul karena Tech in Asia yang menjadikan halaman media di halaman utamanya. Startup Jobs Asia mengatakan bahwa media yaitu artikel dan berita dapat menarik lebih banyak *visitor* situsnya. Berbeda dengan Startup Jobs Asia yang halaman medianya tidak memiliki posisi yang menarik perhatian. Tidak hanya itu, Tech in Asia juga unggul dalam segmentasi geografisnya. Startup Jobs Asia hanya menjangkau lima negara, sedangkan Tech in Asia memiliki dua puluh negara. Pada situs Tech in Asia juga tertulis berapa jumlah lowongan pekerjaan yang terpasang di setiap negaranya. Berikut

adalah daftar negara yang masuk dalam jangkauan Tech in Asia beserta jumlah lowongan pekerjaan di masing-masing negaranya:

No	Negara	Jumlah Lowongan Pekerjaan
1	Indonesia	1.269
2	Singapura	1.036
3	Malaysia	462
4	India	167
5	Philipina	153
6	Hong Kong	133
7	Thailand	95
8	Vietnam	53
9	China	28
10	Korea	23
11	Jepang	13
12	Australia	12
13	Amerika	10
14	Bangladesh	8
15	Taiwan	7
16	Myanmar	3
17	Cambodia	2
18	Pakistan	1
19	Poland	1
20	Inggris	1

**Tabel 3.1** Daftar negara yang masuk dalam jangkauan Tech in Asia

Sumber: <https://www.techinasia.com/jobs> diakses pada tanggal 15 Juni

2017 pukul 23:30 WIB

Meskipun Tech in Asia lebih unggul pada bidang media dan jangkauannya, Startup Jobs juga memiliki keunggulan yang lebih mendukung *positioning*-nya, yaitu memiliki proses verifikasi yang dapat menjamin bahwa situsny hanya berisi daftar lowongan pekerjaan dari perusahaan *startup* saja.

Startup Jobs Asia juga menganggap situs lain seperti Glints, e27 dan my.wobb.co sebagai kompetitor mereka meskipun segmentasi dan target yang dimiliki berbeda. Hal itu karena banyak *startup* yang juga memasang lowongan pekerjaan disana. Sehingga Startup Jobs Asia juga melakukan pengawasan dengan melihat jumlah lowongan pekerjaan yang di-*posting* setiap harinya di situs-situs tersebut. Selain melakukan pengawasan, yang dilakukan Startup Jobs Asia adalah kembali fokus pada kegiatan-kegiatan pendukungnya sebagai upaya membangun *positioning*-nya sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*.

## **8. Evaluasi *Positioning* Startup Jobs Asia**

Setelah melakukan berbagai kegiatan pelaksanaan *positioning*, Startup Jobs Asia melakukan evaluasi yang melibatkan seluruh pihak marketing TechGrid Asia Pte.Ltd. Yogyakarta. Pada setiap perkembangan dari aktivitas *positioning* yang dilakukan Startup Jobs Asia, pihak marketing TechGrid Asia Pte.Ltd. Yogyakarta aktif memberikan laporan kepada pihak pusat di Singapura. Kegiatan diskusi melalui telepon kerap dilakukan untuk mencapai target yang diinginkan. Pelaksanaan evaluasi

dilakukan sekali sebulan dan setiap kegiatan pendukung *positioning* dilakukan.

Dari pelaksanaan evaluasi tersebut, Startup Jobs Asia dapat mendiskusikan hal-hal yang mendukung dan menghambat kegiatan *positioning*-nya. Startup Jobs Asia megatakan bahwa faktor pendukung *positioning* mereka adalah keunggulan-keunggulan yang mereka miliki. Dengan melihat keunggulan-keunggulannya, dapat diketahui bahwa Startup Jobs Asia memiliki banyak faktor pendukung yang membangun identitasnya sebagai situs lowongan pekerjaan khusus *startup*.

Startup Jobs Asia merasakan adanya perbedaan positif setelah melakukan strategi-strategi *positioning*-nya, mereka merasa sudah mulai banyak yang mengenali Stratup Jobs Asia. Bila melihat daftar jumlah *visitor* atau pengunjung situs Startup Jobs Asia, dapat dilihat adanya peningkatan yang terjadi.

No	Bulan	Jumlah pengunjung
1	Juni 2016	162.402
2	Juli 2016	144.228
3	Agustus 2016	171.845
4	September 2016	182.552
5	Oktober 2016	182.251
6	November 2016	188.078
7	Desember 2016	175.741

8	Januari 2017	162.400
9	Februari 2017	198.966
10	Maret 2017	248.353
11	April 2017	209.277
12	Mei 2017	221.724

**Tabel 3.2** Daftar jumlah pengunjung situs Startup Jobs Asia periode Juni 2016-Mei 2017

Sumber: TechGrid Asia Pte.Ltd.

Pada bulan Juni 2016 jumlah pengunjung Startup Jobs Asia adalah 162.402, mengalami penurunan di bulan Juli yang merupakan jumlah pengunjung paling sedikit di satu tahun terakhir, yaitu hanya 144.228. Walaupun ada beberapa penurunan di bulan Desember dan Januari, Startup Jobs Asia kembali mengalami peningkatan memang tidak begitu pesat. Dan dapat dilihat di tahun 2017, jumlah pengunjung situs Startup Jobs Asia rata-rata sudah mencapai di atas 200.000 pengunjung. Puncaknya adalah di bulan Maret 2017 dengan 248.353 pengunjung, mengalami peningkatan sebanyak 100.000 lebih dibandingkan dengan bulan Juli 2016.

Sedangkan faktor-faktor yang menghambat Startup Jobs Asia dalam menyampaikan *positioning*-nya adalah kurangnya sumber daya manusia untuk melaksanakan strategi *positioning* mereka dengan maksimal. Seperti kebanyakan *startup* yang karyawannya memiliki tugas atau peran lebih dari satu, TechGrid Asia Pte.Ltd., beberapa dari

karyawannya memiliki dua posisi sekaligus. Hal ini dapat dihadapi dengan menambah jumlah karyawan melalui proses perekrutan, namun sampai saat ini TechGrid Asia Pte.Ltd. belum ada mengambil keputusan tersebut.

Startup Jobs Asia juga mengalami hambatan saat melakukan kunjungan ke kampus-kampus di Yogyakarta. Dimana masih banyak kampus yang menolak untuk dilakukan kunjungan oleh Startup Jobs Asia. Hal itu dikarenakan jadwal yang tidak sesuai dan pihak mahasiswa atau kampus yang terlalu menutup diri untuk menerima kunjungan dari pihak luar. Hal ini juga dapat disebabkan karena banyaknya mahasiswa yang masih belum mengetahui apa itu *startup* apalagi tertarik bekerja di perusahaan *startup*. Maka dari itu kurangnya ketertarikan tersebut mempengaruhi keterbukaan mereka untuk menerima kunjungan dari Startup Jobs Asia. Kemungkinan Startup Jobs Asia ditolak kunjungannya akan menurun jika sudah banyak mahasiswa yang mengetahui bahkan tertarik bekerja di *startup*.

Hambatan terakhir yang dimiliki Startup Jobs Asia adalah kehadiran kompetitor yang lebih unggul. Namun dengan kompetitor itu sendiri, Startup Jobs Asia dapat melakukan banyak perbaikan untuk menjadi lebih unggul lagi dibanding kompetitornya. Startup Jobs Asia selalu bersikap waspada akan kemungkinan-kemungkinan terjadinya perubahan di masa yang akan datang. Tidak ada yang mengetahui bahwa *startup* yang sangat digemari saat ini akan tetap populer di masa yang akan datang.

Dari pihak eksternal yaitu konsumen Startup Jobs Asia, wawancara dilakukan kepada dua talenta dan dua pelaku *startup*. Tiga diantaranya yaitu Maria Ulfa, Zidin Pamungkas, dan pihak Caption Hospitality mengaku mengetahui Startup Jobs Asia dari media sosial dan internet. Sedangkan Kerjabilitas mengetahui Startup Jobs Asia karena sama-sama anggota dari ADITIF. Identitas Startup Jobs Asia sebagai situs lowongan pekerjaan juga tersampaikan pada konsumen, hanya saja melalui proses yang berbeda. Maria Ulfa, mahasiswa *fresh graduate* yang sedang mencari kerja menggunakan Startup Jobs Asia sebelum ia paham *startup* dan memiliki akun di setiap situs lowongan pekerjaan.

“Agak susah sih buat aku. Soalnya kan lowongan pekerjaan yang ada di Startup Jobs Asia itu banyak yang IT, banyak bidang yang ga sesuai sama aku, mungkin karena *startup* ya”. (Wawancara dengan Maria Ulfa, *fresh graduate*, pencari kerja pada tanggal 15 Agustus 201 ).

Sedangkan bagi Zidin Pamungkas yang sudah memahami *startup* dan bidang kerjanya yang sesuai, ia merasa Startup Jobs Asia membantunya dalam mencari pekerjaan. Begitu pula dengan Caption Hospitality dan Kerjabilitas.

Maka dari itu, dapat dilihat bahwa Startup Jobs Asia dapat menyampaikan *positioning*-nya kepada para konsumen, namun pesan tidak tersampaikan dengan baik kepada para pencari kerja atau talenta yang tidak begitu mengerti dengan *startup*. Maka dari itu, Startup Jobs Asia masih membutuhkan upaya yang lebih dalam mengedukasi kosumennya agar lebih mengerti dan tertarik untuk bekerja di *startup*.