



MAGANG - VW231905

## MAGANG DI PT MITRA PINASTHIKA MULIA

Kanugrahing Christy Sekar Arum

2043211038

Pembimbing  
Fausania Hibatullah, S.Stat., M.Stat.  
NIP 19960302 202406 2 001

Program Studi Sarjana Terapan  
Departemen Statistika Bisnis  
Fakultas Vokasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya  
2025





**MAGANG - VW231905**

## **MAGANG DI PT MITRA PINASTHIKA MULIA**

Kanugrahing Christy Sekar Arum

2043211038

Pembimbing  
Fausania Hibatullah, S.Stat., M.Stat.  
NIP 19960302 202406 2 001

Program Studi Sarjana Terapan  
Departemen Statistika Bisnis  
Fakultas Vokasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya  
2025



LEMBAR PENGESAHAN I

LAPORAN MAGANG  
DI PT MITRA PINASTHIKA MULIA

Surabaya, Juli 2025

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing Magang  
Departemen Statistika Bisnis  
Fakultas Vokasi ITS



Fausania Hibatullah, S.Stat., M.Stat.  
NIP. 19960302 202406 2 001



Mengetahui,  
Departemen Statistika Bisnis  
Fakultas Vokasi



Dr. Drs. Brodjol Sutijono Suprih Ulama, M.Si.  
NIP. 19660125 199002 1 001



LEMBAR PENGESAHAN II

LAPORAN MAGANG  
DI PT MITRA PINASTHIKA MULIA

Surabaya, Juli 2025

Menyetujui,  
Pembimbing Lapangan Magang



Miftakhul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
*Marketing Research Analyst*

Mengetahui,  
*Marketing Communication & Development Div. Head*



PT Mitra Pinasthika Mulia  
Surabaya

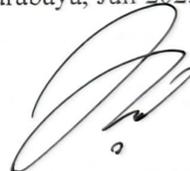


## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang dilaksanakan pada PT Mitra Pinasthika Mulia – Surabaya. Kegiatan magang ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Suwito Mawarwati selaku *President Director* PT Mitra Pinasthika Mulia.
2. Bapak Suhari selaku *Marketing Communication & Development Div. Head*.
3. Bapak Miftakhul Ardi Ikhwanus Safa selaku *Marketing Research Analyst* sekaligus pembimbing lapangan penulis ketika menjalani magang di PT Mitra Pinasthika Mulia dan Ibu Putri Wahyuni selaku *Marketing Research Analyst*.
4. Ibu Fausania Hibatullah, S.Stat., M.Stat., selaku dosen pembimbing magang yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan mengarahkan penulis dengan kesabaran selama pelaksanaan magang.
5. Bapak Dr. Drs. Brodjol Sutijo Suprih Ulama, M.Si., selaku kepala Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS.
6. Kedua orang tua serta kakak yang senantiasa mendoakan, membimbing, dan mendukung penulis dalam perkuliahan terutama untuk bisa menyelesaikan magang dengan baik dan tepat waktu.
7. Pacar penulis yang selalu menemani serta membantu baik dalam doa maupun dukungan terutama saat penulis mengalami kesulitan dalam pelaksanaan magang.
8. Seluruh karyawan PT Mitra Pinasthika Mulia, khususnya Lantai 3, yang telah menerima penulis dengan tangan terbuka dan memberikan banyak pelajaran tentang profesionalisme dan etos kerja.
9. Bapak dan Ibu dosen serta staff Departemen Statistika Bisnis, atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
10. Sahabat terdekat penulis yang mendukung dan menemani penulis selama pelaksanaan magang.
11. Teman-teman RUBIC Statistika Bisnis Angkatan 2021 yang telah bersama dengan penulis selama masa kuliah ini serta saling mendukung dan mendoakan satu sama lain untuk keberhasilan magang masing-masing.
12. Semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang membantu penulis dalam menyelesaikan magang.

Surabaya, Juli 2025



Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN I</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN II</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Dasar Pemikiran .....	1
1.3 Tujuan Magang .....	2
1.3.1 Tujuan Umum .....	2
1.3.2 Tujuan Khusus .....	2
1.4 Manfaat Magang .....	2
1.4.1 Manfaat Bagi PT Mitra Pinasthika Mulia .....	2
1.4.2 Manfaat Bagi Mahasiswa .....	2
1.4.3 Manfaat Bagi Departemen Statistika Bisnis ITS .....	2
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PT MITRA PINASTHIKA MULIA</b> .....	3
2.1 Gambaran Umum PT Mitra Pinasthika Mulia .....	3
2.2 Sejarah Umum PT Mitra Pinasthika Mulia .....	3
2.3 Visi dan Misi PT Mitra Pinasthika Mulia .....	4
2.3.1 Visi PT Mitra Pinasthika Mulia .....	4
2.3.2 Misi PT Mitra Pinasthika Mulia .....	4
2.4 Kegiatan Usaha PT Mitra Pinasthika Mulia .....	4
<b>BAB III PELAKSANAAN MAGANG</b> .....	5
3.1 Pelaksanaan Magang .....	5
3.1.1 Magang di OSCM Indonesia .....	5
3.1.2 Magang di PT Mitra Pinasthika Mulia .....	5
3.2 Metode Penyelesaian Tugas Khusus .....	6
3.2.1 <i>Dashboard</i> Interaktif Hubungan Motor dan Sosial Ekonomi .....	6
3.2.2 <i>Form Data Entry Study Market NTT Tahun 2025</i> .....	8
3.2.3 <i>Form Data Entry Survei Konsumen Pasif AHASS</i> .....	8
3.2.4 Infografis Kesadaran Mahasiswa Terhadap <i>Sparepart</i> dan Servis Motor Honda .....	9
3.2.5 Makalah Tentang <i>Analisis Topic Modeling Review</i> Aplikasi BromPit Menggunakan <i>Latent Dirichlet Allocation (LDA)</i> .....	10
<b>BAB IV HASIL MAGANG</b> .....	11
4.1 Tugas Harian Magang .....	11
4.2 Tugas Khusus Magang .....	11
4.2.1 <i>Dashboard</i> Hubungan Motor dengan Variabel Sosio-Ekonomi .....	11
4.2.2 <i>Form Data Entry Study Market NTT Tahun 2025</i> .....	16
4.2.3 <i>Form Data Entry Survei Konsumen Pasif AHASS</i> .....	20
4.2.4 Infografis Kesadaran Mahasiswa: Preferensi <i>Sparepart</i> dan Servis Motor Honda .....	22
4.2.5 Hasil Makalah Tentang <i>Analisis Topic Modeling Review</i> Aplikasi BromPit Menggunakan <i>Latent Dirichlet Allocation (LDA)</i> .....	24
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	29
5.1 Kesimpulan .....	29
5.2 Saran .....	29
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	31
<b>LAMPIRAN</b> .....	33



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

<b>Gambar 2.1</b> Struktur Organisasi PT Mitra Pinasthika Mulia.....	3
<b>Gambar 3.1</b> <i>Line Chart</i> .....	7
<b>Gambar 3.2</b> <i>Choropleth Map</i> .....	7
<b>Gambar 3.3</b> <i>Scatterplot</i> .....	7
<b>Gambar 3.4</b> <i>Bubble Plot</i> .....	8
<b>Gambar 3.5</b> <i>Pie Chart</i> .....	9
<b>Gambar 3.6</b> <i>Bar Chart</i> .....	9
<b>Gambar 4.1</b> <i>Dashboard</i> Hubungan Motor dengan Variabel Sosio-Ekonomi.....	11
<b>Gambar 4.2</b> <i>Section Filter</i> Berdasarkan Tanggal dan Provinsi.....	12
<b>Gambar 4.3</b> Informasi Total Produksi Motor, Rata-rata Jumlah Motor, dan Total Ekspor Motor.....	12
<b>Gambar 4.4</b> <i>Line Chart</i> Jumlah Produksi Motor di Indonesia.....	12
<b>Gambar 4.5</b> <i>Line Chart</i> Jumlah Ekspor Motor di Indonesia.....	12
<b>Gambar 4.6</b> <i>Choropleth Map</i> Jumlah Motor Tiap Provinsi.....	13
<b>Gambar 4.7</b> <i>Choropleth Map</i> Jumlah Panjang Jalan Tiap Provinsi.....	13
<b>Gambar 4.8</b> <i>Bubble Plot</i> Hubungan Jumlah Motor dengan Panjang Jalan.....	14
<b>Gambar 4.9</b> <i>Bubble Plot</i> Hubungan Jumlah Motor dengan PDRB.....	14
<b>Gambar 4.10</b> <i>Scatterplot</i> Hubungan Panjang Jalan dengan Jumlah Penduduk.....	15
<b>Gambar 4.11</b> <i>Scatterplot</i> Hubungan Jumlah Penduduk dengan Jumlah Motor.....	15
<b>Gambar 4.12</b> <i>Form Data Entry Study Market</i> NTT Tahun 2025.....	16
<b>Gambar 4.13</b> <i>Section</i> Detail Survei.....	16
<b>Gambar 4.14</b> <i>Section</i> Detail Motor.....	17
<b>Gambar 4.15</b> <i>Section</i> Identitas Responden.....	17
<b>Gambar 4.16</b> <i>Section</i> Pemilihan Kategori <i>Matic/Cub/Sport</i> .....	18
<b>Gambar 4.17</b> <i>Section</i> <i>Product Acceptance &amp; Behaviour</i> Pembelian.....	18
<b>Gambar 4.18</b> <i>Section</i> Penggunaan Motor.....	19
<b>Gambar 4.19</b> <i>Section</i> Kondisi Ekonomi.....	19
<b>Gambar 4.20</b> <i>Section</i> <i>Next Bike</i> .....	20
<b>Gambar 4.21</b> <i>Section</i> <i>Profile</i> .....	20
<b>Gambar 4.22</b> <i>Section</i> <i>Profile</i> .....	21
<b>Gambar 4.23</b> <i>Section</i> <i>Behaviour</i> .....	21
<b>Gambar 4.24</b> Judul dan Pengantar Infografis.....	22
<b>Gambar 4.25</b> <i>Bar Chart</i> Perilaku Pembelian <i>Sparepart</i> Setahun Terakhir.....	22
<b>Gambar 4.26</b> <i>Bar Chart</i> Kesadaran Terhadap Merk <i>Sparepart</i> Resmi Honda.....	23
<b>Gambar 4.27</b> <i>Bar Chart</i> Kesadaran Terhadap Tempat Servis.....	23
<b>Gambar 4.28</b> <i>Pie Chart</i> Kesadaran Terhadap Varian AHM Oil.....	24
<b>Gambar 4.29</b> Rekomendasi dan Sumber Data Infografis.....	24
<b>Gambar 4.30</b> <i>Wordcloud</i> Topik 1.....	25
<b>Gambar 4.31</b> <i>Wordcloud</i> Topik 2.....	25
<b>Gambar 4.32</b> <i>Wordcloud</i> Topik 3.....	26
<b>Gambar 4.33</b> <i>Wordcloud</i> Topik 4.....	26
<b>Gambar 4.34</b> <i>Wordcloud</i> Topik 5.....	27



## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 3.1</b> Kegiatan Magang di OSCM Indonesia.....	5
<b>Tabel 3.2</b> Kegiatan Magang di PT Mitra Pinasthika Mulia.....	5
<b>Tabel 4.1</b> Identifikasi Tema Setiap Topik .....	27



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab strategis dalam mempersiapkan mahasiswa agar mampu menghadapi kompleksitas dunia kerja secara profesional. Tidak cukup hanya menguasai teori di dalam kelas, mahasiswa juga dituntut untuk memahami bagaimana pengetahuan tersebut diterapkan secara nyata di lingkungan industri. Oleh karena itu, program magang menjadi bagian integral dari kurikulum, terutama pada program vokasi yang berorientasi pada penguatan praktik kerja. Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) memandang magang sebagai sarana pembelajaran kontekstual yang mendorong mahasiswa untuk belajar secara langsung dari tantangan dan kebutuhan riil di dunia profesional. Fondasi keilmuan dalam bidang statistika mencakup penguasaan teknik pengumpulan data, pengolahan, analisis, serta penyajian informasi secara sistematis dan akurat. Kompetensi ini sangat relevan terhadap kebutuhan industri modern yang mengandalkan data dalam hampir setiap aspek pengambilan keputusan. Peran statistika tidak terbatas pada penyediaan angka semata, melainkan mencakup interpretasi mendalam terhadap pola dan tren yang mendasari perilaku pasar, efisiensi operasional, hingga strategi pertumbuhan bisnis. Penerapan ilmu ini secara langsung dapat meningkatkan efektivitas kerja di berbagai bidang, termasuk pemasaran, manajemen rantai pasok, dan pengembangan produk.

PT Mitra Pinasthika Mulia (MPM) merupakan perusahaan distribusi resmi sepeda motor dan suku cadang Honda yang beroperasi di wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, MPM harus beradaptasi dengan kondisi pasar yang kompetitif dan terus berubah. Salah satu upaya yang dilakukan untuk menjaga daya saing adalah memperkuat strategi komunikasi dan pengembangan pasar. Divisi *Marketing Communication and Development* (MCD) berperan strategis dalam mengelola aspek komunikasi pemasaran, pemantauan tren, serta pelaksanaan riset dan survei yang menjadi dasar pengambilan keputusan. Peran divisi MCD sangat penting dalam menyediakan informasi yang relevan dan berbasis data untuk mendukung efektivitas program pemasaran perusahaan.

Tingginya intensitas kegiatan pengumpulan data di MCD menimbulkan tantangan dalam hal efisiensi dan pengelolaan informasi. Data yang diperoleh dari berbagai kegiatan survei belum sepenuhnya terdokumentasi secara terstandar dan terintegrasi, sehingga menyulitkan proses analisis. *Input data* masih dilakukan secara manual menggunakan format yang berbeda-beda, yang berpotensi menyebabkan inkonsistensi dan memperlambat proses analisis. Hasil pengolahan data umumnya disajikan dalam bentuk laporan presentasi yang sudah cukup informatif, namun proses pengolahan hingga penyusunan laporan tersebut memerlukan waktu yang tidak singkat. Keterbatasan pada tahap awal entri dan pengelolaan data inilah yang menjadi kendala utama dalam mendukung pengambilan keputusan secara cepat dan tepat.

Peran statistika dalam lingkungan kerja seperti MCD menjadi sangat penting dalam menjawab tantangan pengelolaan data yang kompleks dan dinamis. Pendekatan berbasis data memungkinkan proses pencatatan, pengolahan, dan analisis dilakukan secara lebih sistematis dan efisien. Penerapan statistika tidak hanya memperkuat akurasi hasil survei dan konsistensi *input data*, tetapi juga mendorong terbentuknya sistem kerja yang lebih terstandar dan terukur. Kehadiran alat bantu analisis kuantitatif serta format pelaporan yang berbasis struktur data memungkinkan pengambilan keputusan dilakukan secara lebih cepat dan berbasis bukti. Penguatan fungsi statistika di dalam proses kerja MCD secara langsung berkontribusi dalam mengatasi hambatan integrasi data, mempercepat waktu pemrosesan, dan meningkatkan efektivitas komunikasi hasil analisis ke pihak manajemen.

## 1.2 Dasar Pemikiran

Berikut adalah beberapa dasar pemikiran yang menjadi landasan pelaksanaan kegiatan magang.

1. Mencerminkan visi Pendidikan Nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas masyarakat Indonesia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berbudi luhur, berkepribadian mandiri, maju, tangguh, cerdas, kreatif, terampil, disiplin, beretos kerja, profesional, bertanggungjawab, dan produktif, serta sehat jasmani dan rohani.
2. Mendukung implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat.
3. Memenuhi tujuan pendidikan Institut Teknologi Sepuluh Nopember seperti meningkatkan kepemimpinan, keahlian, berpikir ilmiah dan sikap hidup bermasyarakat, meningkatkan kerja sama

dengan berbagai bidang pekerjaan yang bertujuan untuk meningkatkan relevansi mutu pendidikan dan penelitian, menyelaraskan antara sistem pendidikan yang tinggi dan dunia kerja, serta dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu yang diperoleh di bangku kuliah pada dunia kerja.

### 1.3 Tujuan Magang

Magang yang dilakukan oleh mahasiswa Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS memiliki beberapa tujuan yang dirumuskan ke dalam tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dan tujuan khusus dari pelaksanaan magang adalah sebagai berikut.

#### 1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum yang ingin dicapai melalui pelaksanaan magang adalah sebagai berikut.

1. Mendapatkan pengalaman kerja dalam lingkungan profesional.
2. Melatih kemampuan menyelesaikan permasalahan yang muncul di perusahaan.
3. Memahami aplikasi ilmu statistika yang diperoleh di lingkungan instansi terkait.
4. Membandingkan dan mengaitkan teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan praktik yang dijalankan di dunia kerja.
5. Membiasakan diri terhadap dinamika dunia kerja guna membangun etos kerja yang baik serta memperluas wawasan profesional.

#### 1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus yang ingin dicapai melalui pelaksanaan magang adalah sebagai berikut.

1. Memahami bentuk penerapan ilmu statistika dalam proses kerja divisi *Marketing Communication and Development* (MCD) di PT Mitra Pinasthika Mulia.
2. Menghasilkan visualisasi data pasar melalui *dashboard* interaktif yang memetakan hubungan antara data sepeda motor dan variabel sosial ekonomi untuk mendukung analisis pasar.
3. Menyusun *form data entry* untuk mempercepat proses *input* data pada kegiatan riset internal.
4. Mengembangkan infografis yang menggambarkan tingkat kesadaran mahasiswa terhadap suku cadang dan layanan servis motor Honda.
5. Melakukan analisis *topic modeling* terhadap ulasan pengguna aplikasi BromPit menggunakan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) untuk menggali persepsi konsumen dan menghasilkan insight terkait layanan digital perusahaan.

### 1.4 Manfaat Magang

Manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan kegiatan magang Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS adalah sebagai berikut.

#### 1.4.1 Manfaat Bagi PT Mitra Pinasthika Mulia

Terjalannya kerja sama yang berkelanjutan antara PT Mitra Pinasthika Mulia dengan perguruan tinggi untuk mendukung pengembangan sumber daya manusia dan penyelesaian tugas serta permasalahan yang ada di perusahaan. Perusahaan memperoleh sudut pandang baru melalui pendekatan ilmu statistika yang diterapkan oleh peserta magang dalam analisis data dan solusi bisnis.

#### 1.4.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

Pengalaman magang memberikan kesempatan penting bagi mahasiswa untuk mengasah kemampuan profesional dan keterampilan interpersonal dalam lingkungan kerja nyata. Proses adaptasi dan kolaborasi yang ditempuh selama magang membantu mahasiswa memahami peran ilmu statistika secara praktis dan mengintegrasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh ke dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

#### 1.4.3 Manfaat Bagi Departemen Statistika Bisnis ITS

Manfaat bagi Departemen Statistika Bisnis meliputi peningkatan kualitas lulusan melalui kerja sama dengan PT Mitra Pinasthika Mulia. Akses terhadap studi kasus dan data riil mendukung pengembangan kurikulum dan penelitian, sekaligus memperkuat relevansi program studi dengan kebutuhan industri.

## BAB II GAMBARAN UMUM PT MITRA PINASTHIKA MULIA

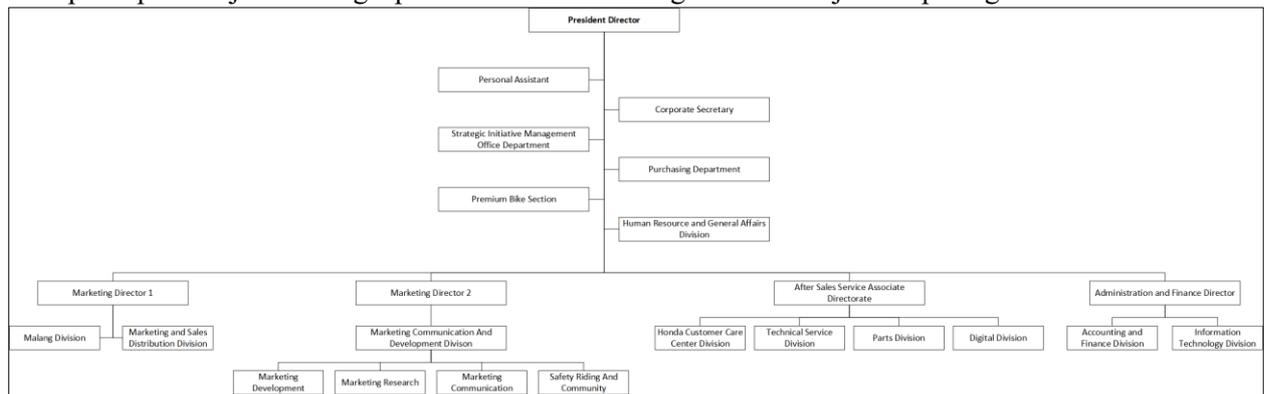
### 2.1 Gambaran Umum PT Mitra Pinasthika Mulia

PT Mitra Pinasthika Mulia (MPM) adalah perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak di bidang distribusi dan pemasaran produk otomotif. MPM adalah distributor utama sepeda motor Honda di wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur, serta menyediakan layanan purna jual, suku cadang, dan layanan pembiayaan untuk kendaraan bermotor.

Sebagai bagian dari komitmennya untuk menjadi pemain utama di industri otomotif, MPM berfokus pada pengembangan dan implementasi strategi komunikasi yang efektif, guna meningkatkan kesadaran merek, membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, dan mendorong penjualan produk. MPM juga memanfaatkan teknologi dan analisis data untuk mendukung keputusan pemasaran dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Dengan dukungan dari ribuan jaringan yang terdiri dari *showroom* penjualan, bengkel AHASS, dan gerai penjualan suku cadang, MPM terus berinovasi dalam menghadirkan produk dan layanan yang relevan untuk masyarakat, sekaligus memberikan dampak positif pada kehidupan melalui mobilitas yang cerdas dan integrasi sosial.

Dalam mendukung operasional perusahaan yang luas dan kompleks tersebut, PT Mitra Pinasthika Mulia memiliki struktur organisasi yang dirancang secara sistematis guna memastikan efisiensi, koordinasi, serta pencapaian tujuan strategis perusahaan. Struktur organisasi ditunjukkan pada gambar berikut.



**Gambar 2.1** Struktur Organisasi PT Mitra Pinasthika Mulia

Divisi *Marketing Communication and Development* (MCD) berada di bawah koordinasi *Marketing Director 2* dan berperan strategis dalam mendukung aktivitas pemasaran PT Mitra Pinasthika Mulia (MPM), khususnya untuk wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur. Divisi ini bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi komunikasi pemasaran serta pengembangan pasar. Struktur internal divisi ini mencakup empat unit utama. *Marketing Development* yang berfokus pada pengembangan program dan peningkatan kapabilitas jaringan. *Marketing Research* yang berfokus mengelola pengumpulan dan analisis data pasar. *Marketing Communication* yang berfokus menjalankan kegiatan promosi dan komunikasi merek. *Safety Riding and Community* yang berfokus memfasilitasi edukasi keselamatan berkendara dan penguatan hubungan dengan komunitas pengguna motor Honda. Keempat unit ini menjadi pilar dalam memperkuat *positioning* Honda dan mendukung pencapaian target bisnis perusahaan.

### 2.2 Sejarah Umum PT Mitra Pinasthika Mulia

PT Mitra Pinasthika Mulia (MPM Honda Jatim) dikenal sebagai distributor tunggal terpercaya yang menyediakan layanan purna jual (*after sales service*) dan suku cadang asli (*genuine parts*) khusus sepeda motor Honda untuk wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur. Jaringan dukungan perusahaan meliputi *showroom* penjualan, bengkel AHASS, serta gerai resmi penjualan suku cadang asli, yang secara konsisten memberikan pelayanan terbaik kepada para pengguna sepeda motor Honda di wilayah tersebut.

Sejarah MPM bermula pada tahun 1987 ketika Bapak William Soeryadjaya mendirikan PT Mitra Pinasthika Mustika, yang menjalankan bisnis distribusi dan penjualan retail sepeda motor Honda di Jawa Timur dan NTT. Perkembangan bisnis terus berlanjut hingga tahun 2010, saat dilakukan *spin off* korporasi yang memisahkan aktivitas distribusi ke dalam PT Mitra Pinasthika Mulia, sementara PT Mitra Pinasthika

Mustika fokus pada penjualan retail. Langkah strategis ini diikuti oleh penawaran umum saham perdana (IPO) PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk pada tahun 2013 dengan kode saham MPMX. Upaya ekspansi berlanjut pada 1 November 2021 dengan pendirian entitas anak, PT Mitra Pertama Mulia (MPM *Part Shop*), guna memperluas jangkauan layanan perusahaan (PT MITRA PINASTHIKA MULIA, n.d.).

### **2.3 Visi dan Misi PT Mitra Pinasthika Mulia**

Visi dan misi PT Mitra Pinasthika Mulia dijelaskan sebagai berikut.

#### **2.3.1 Visi PT Mitra Pinasthika Mulia**

Visi PT Mitra Pinasthika Mulia adalah “Memberikan dampak positif pada kehidupan melalui mobilitas yang cerdas dan integrasi sosial.”

#### **2.3.2 Misi PT Mitra Pinasthika Mulia**

Misi PT Mitra Pinasthika Mulia adalah “Menciptakan ekosistem untuk ide-ide terbaik yang dihadirkan melalui produk dan layanan paling relevan, oleh orang-orang paling berbakat di industri kita.”

### **2.4 Kegiatan Usaha PT Mitra Pinasthika Mulia**

PT Mitra Pinasthika Mulia (MPM) merupakan distributor utama sepeda motor Honda dan suku cadang resmi yang beroperasi di wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur. Perusahaan ini berkomitmen menghadirkan produk-produk berkualitas serta menjalankan strategi pemasaran berbasis data agar selaras dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Kegiatan usaha MPM berfokus pada distribusi unit sepeda motor Honda dan penyediaan suku cadang asli melalui jaringan yang luas dan sistem operasional yang terintegrasi.

Unit sepeda motor Honda yang didistribusikan oleh MPM diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu *matic*, *cub*, dan *sport*. Kategori *matic* mencakup tipe-tipe populer seperti BeAT, Scoopy, Genio, Vario 125, Vario 160, PCX, Stylo, dan ADV. Pada kategori *cub* atau motor bebek mencakup tipe-tipe seperti Revo, Supra X 125, dan Supra GTR. Kategori *sport* menawarkan model-model seperti CBR150R, CB150 Verza, CRF150L, SONIC, CB150R, CB150X, CBR250RR, CRF250, dan Forza 250. Selain unit sepeda motor, MPM juga menyediakan suku cadang asli guna memastikan kualitas dan keamanan kendaraan tetap terjaga. Jenis suku cadang yang tersedia antara lain kampas rem, busi, *v-belt*, rantai, *roller*, filter oli, dan aki. Semua suku cadang tersebut termasuk dalam merek resmi Honda Genuine Parts (HGP), yang telah terstandar sesuai spesifikasi pabrikan. Produk pelumas resmi atau oli asli yang disediakan adalah AHM Oil, terdiri dari dua varian utama, yakni MPX untuk kebutuhan penggunaan harian dan SPX bagi konsumen yang menginginkan performa mesin lebih optimal.

## BAB III PELAKSANAAN MAGANG

### 3.1 Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang dilakukan di dua instansi, yaitu OSCM Indonesia dan PT Mitra Pinasthika Mulia, dengan fokus dan periode magang yang berbeda sesuai dengan peran masing-masing. Magang di OSCM Indonesia berlangsung selama enam minggu, yaitu dari tanggal 10 Februari hingga 22 Maret 2025, dengan posisi sebagai *Data Analytics Intern*. Sementara itu, magang di PT Mitra Pinasthika Mulia dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu dari tanggal 7 April hingga 30 Juni 2025, dengan penempatan pada divisi *Marketing Communication and Development* (MCD).

#### 3.1.1 Magang di OSCM Indonesia

Magang di OSCM Indonesia dilaksanakan pada tanggal 10 Februari hingga 22 Maret 2025 dengan posisi sebagai *Data Analytics Intern* yang dilakukan secara *hybrid*. Deskripsi kegiatan magang dijelaskan pada Lampiran 2. Ringkasan kegiatan selama magang di OSCM Indonesia dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut.

**Tabel 3.1** Kegiatan Magang di OSCM Indonesia

Bulan	Kegiatan
Februari 2025	Mengikuti <i>kick-off project</i> dan rapat koordinasi bersama tim OSCM serta tim <i>procurement</i> klien, menyusun <i>control sheet</i> untuk tracking progres, merancang struktur master data dan <i>database</i> SKU, serta mulai membuat simulasi sistem <i>database</i> SKU (BINTANG WORLD).
Maret 2025	Melanjutkan penyusunan dan pemetaan SKU, menyusun standar definisi dan penamaan SKU, mengerjakan dan menyusun alur <i>Purchase Order</i> (PO) manual dan <i>draft</i> PO, membuat <i>Work Instruction</i> (WI) untuk <i>supplier</i> , serta melakukan <i>benchmarking</i> terkait sistem dan praktik SKU pada perusahaan lain.

#### 3.1.2 Magang di PT Mitra Pinasthika Mulia

Magang di PT Mitra Pinasthika Mulia dari 7 April 2025 hingga 30 Juni 2025 dengan penempatan di divisi *Marketing Communication and Development* (MCD) yang dilakukan secara luring. Surat penerimaan magang di PT Mitra Pinasthika Mulia ditampilkan berdasarkan Lampiran 1, kegiatan magang di PT Mitra Pinasthika Mulia ditampilkan berdasarkan uraian pada Lampiran 3, dan bukti bimbingan ditampilkan berdasarkan uraian pada Lampiran 4. Ringkasan kegiatan magang di MPM dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut.

**Tabel 3.2** Kegiatan Magang di PT Mitra Pinasthika Mulia

Bulan	Kegiatan
April 2025	Mencari dan merangkum potensi positif dan negatif ekonomi dari berbagai berita, membuat Informasi Potensi Market April 2025, menyusun <i>form entri survey</i> Study Aerox Alpha, merekap survei konsumen dan survei harga motor di pertengahan April, melakukan analisis event MPM - HDC 2025, mencari berita potensi negatif di Jawa Timur selama April, mempersiapkan survei harga motor di Surabaya, melakukan survei harga NMAX dan Filano, membuat <i>form entry survey</i> HGP 2025, mencari toko/dealer sepeda listrik di Surabaya, Sidoarjo, dan Malang.
Mei 2025	Membuat report Potential Buyer NMAX, merekap survei harga motor awal dan tengah Mei, membuat <i>report</i> Informasi Sales Program dan Stock Kompetitor, membuat <i>report</i> Kredit RT Jatim Nasional 2025, melakukan analisis sentimen iklan ekstrem Yamaha, membuat <i>market overview</i> Bojonegoro, menyusun <i>profile market</i> untuk Madiun, Besuki Lumajang, Surabaya, Malang, Blitar, Kediri, dan Madura, membuat <i>form entry</i> Brand Image 2025, membuat <i>report</i> Telesurvey Compliance Audit Program Mei 2025, melakukan pengecekan <i>trial survey brand image</i> 2025 dan <i>cleaning</i> data potensial user Fazzio.

Bulan	Kegiatan
Juni 2025	Membuat <i>report survey acceptance</i> Aerox dan <i>form entry survey brand image</i> AHASS 2025, membuat <i>shorten link</i> dan <i>QR Code</i> untuk Surat Peringatan kegiatan <i>Telesurvey Awareness Sales Program</i> periode Mei 2025, serta mencari berita terbaru Juni 2025 terkait kabupaten/kota di Jawa Timur. Melakukan <i>cleaning survey sparepart</i> 2025, merekap <i>survey</i> harga motor awal dan tengah Juni, serta melakukan <i>entry data survey</i> AHASS 2025. Mencari berita potensi negatif di Timor Leste (Januari–Februari 2025), mengikuti <i>Zoom meeting "Safety Induction"</i> , melakukan <i>survey</i> harga motor Yamaha di Trenggalek dan Pacitan, serta merekap potensi negatif dan positif berbagai sektor di Jawa Timur.

### 3.2 Metode Penyelesaian Tugas Khusus

Tugas khusus yang diberikan pada saat magang memiliki perbedaan analisa atau metode statistika yang digunakan. Berikut adalah penjelasan mengenai variabel, metode statistik, dan langkah analisis untuk setiap tugas khusus yang dikerjakan.

#### 3.2.1 Dashboard Interaktif Hubungan Motor dan Sosial Ekonomi

*Dashboard* adalah tampilan visual dari informasi paling penting yang diperlukan untuk mencapai satu atau lebih tujuan, yang digabungkan dan disusun dalam satu layar sehingga dapat dipantau sekilas (Lestari & Henderi, 2021). *Dashboard* menyediakan antarmuka dengan berbagai bentuk seperti diagram, laporan, indikator visual, dan mekanisme peringatan, yang dikombinasikan dengan informasi dinamis dan relevan untuk memudahkan pemahaman dan pengambilan keputusan.

Data yang digunakan dalam pembuatan dashboard interaktif ini bersumber dari data sekunder yang diperoleh dari instansi resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan *Association of Indonesia Motorcycle Industry* (AIS). Data tersebut mencakup informasi produksi motor dan berbagai variabel sosial ekonomi yang relevan seperti jumlah produksi motor dan ekspor motor nasional, jumlah motor per provinsi, jumlah panjang jalan per provinsi, jumlah penduduk per provinsi, dan PDRB per provinsi. *Dashboard* ini tidak menggunakan data internal PT Mitra Pinasthika Mulia, melainkan mengolah data terbuka untuk menggambarkan hubungan dan tren yang ada secara komprehensif.

Tableau dipilih sebagai *platform* pembuatan *dashboard* karena kemampuannya dalam mengelola data dalam jumlah besar dan menyediakan fitur visualisasi interaktif yang memudahkan eksplorasi data. Tableau merupakan *software* visualisasi data yang banyak dimanfaatkan dalam bidang *business intelligence* untuk mengubah data mentah menjadi tampilan visual yang mudah dipahami (Khedikar, 2021). Tahapan pembuatan meliputi pengumpulan dan *cleaning* data, pembuatan visualisasi per variabel, serta penggabungan semua elemen menjadi satu kesatuan yang informatif dan mudah diakses. *Dashboard* ini diharapkan dapat menjadi alat bantu yang efektif dalam memahami korelasi antara produksi motor dan kondisi sosial ekonomi.

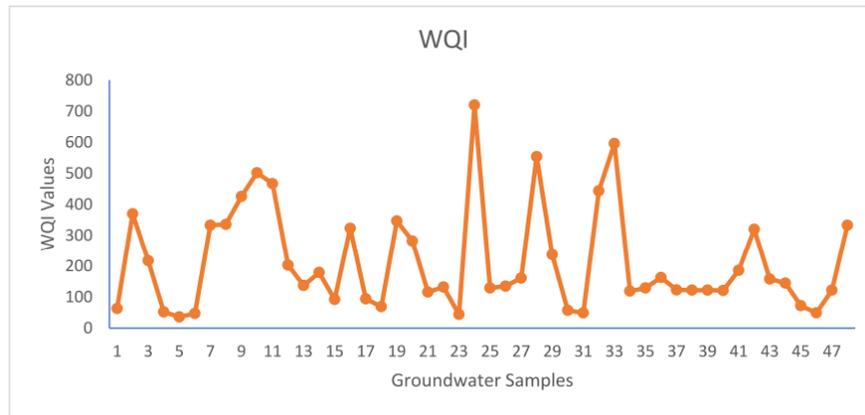
Teori yang digunakan dalam mengerjakan tugas khusus *dashboard* hubungan motor dan sosial ekonomi adalah sebagai berikut.

#### A. Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif agar informasi yang terkandung dapat dipahami dengan mudah. Metode ini mencakup perhitungan ukuran pemusatan seperti *mean*, median, dan modus, serta ukuran variasi seperti *range*, varians, dan standar deviasi. Penyajian data secara visual melalui berbagai grafik seperti *pie chart*, *bar chart*, histogram, dan *scatterplot* membantu mempermudah pemahaman pola dan hubungan antar variabel. Peran statistika deskriptif sangat penting dalam meringkas data, membandingkan kelompok, dan menyampaikan informasi secara efektif kepada peneliti maupun pihak lain (Suharsono et al., 2023). Statistika deskriptif yang digunakan dalam menyelesaikan tugas khusus adalah sebagai berikut.

##### a. Line Chart

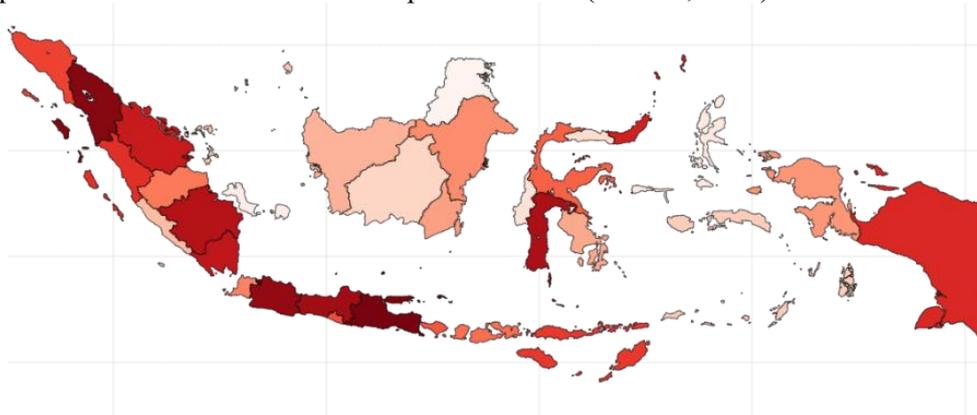
*Line chart* merupakan alat visualisasi data yang sering digunakan dalam penelitian ilmiah dan analisis bisnis untuk menyajikan data eksperimental secara komprehensif. Grafik ini menampilkan titik-titik data yang dihubungkan oleh garis, sehingga memudahkan pengamatan pola tren dan perubahan data dari waktu ke waktu atau antar kategori yang berbeda (Yang et al., 2025).



**Gambar 3.1** Line Chart (Sumber: Alharbi et al., 2023)

**b. Choropleth Map**

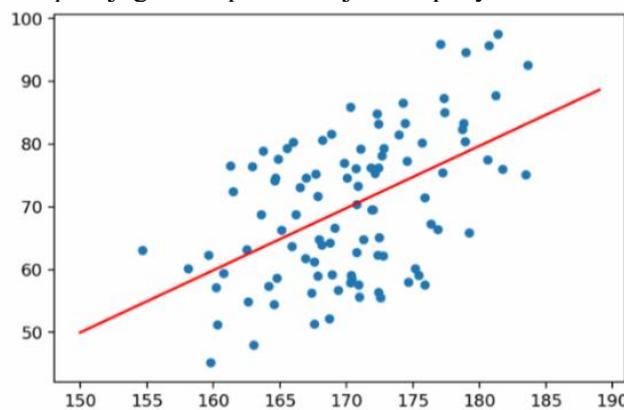
*Choropleth map* menampilkan data terkait unit-unit area dengan menggunakan gradasi warna. Mirip seperti *heat map*, peta ini memanfaatkan intensitas warna untuk merepresentasikan nilai kuantitatif suatu fenomena. Semakin gelap atau intens warna yang digunakan, umumnya menunjukkan nilai yang lebih tinggi atau kepadatan yang lebih besar dari data yang direpresentasikan. Sebaliknya, warna yang lebih terang akan mencerminkan nilai yang lebih rendah. Variasi warna ini membantu secara visual memahami distribusi spasial dan intensitas data secara cepat dan efektif (Ismaeel, 2021).



**Gambar 3.2** Choropleth Map (Sumber: Ridha Kusuma Perdana, 2025)

**c. Scatterplot**

*Scatterplot* merupakan instrumen statistik yang berfungsi untuk memvisualisasikan hubungan antara dua variabel dalam suatu set data. Representasi ini dilakukan melalui koordinat Kartesius, di mana nilai variabel independen dipetakan pada sumbu X dan variabel dependen pada sumbu Y. Tujuan utama dari diagram ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pola hubungan antarvariabel, termasuk kekuatan (lemah atau kuat) dan arah (positif atau negatif), serta karakter hubungan tersebut (linear atau non-linear). Selain itu, *scatterplot* juga mampu menunjukkan penyebaran data (Lukman et al., 2024).

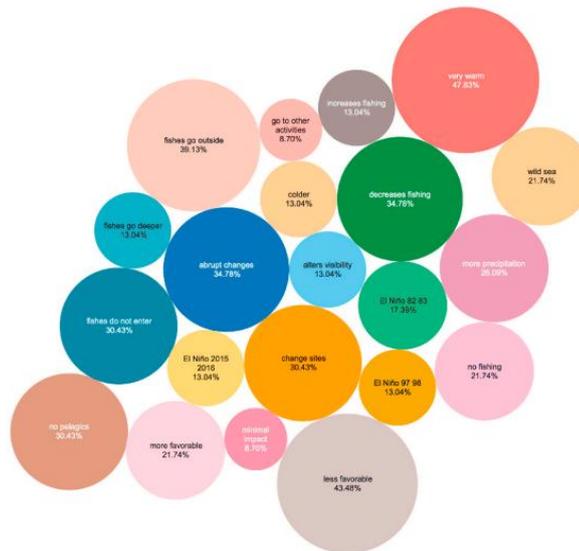


**Gambar 3.3** Scatterplot (Sumber: Daniele Santiago, 2023)

#### d. **Bubble Plot**

*Bubble plot* adalah representasi visual yang menggunakan lingkaran sebagai elemen utama untuk menyajikan data kuantitatif. Ukuran setiap lingkaran (*bubble*) pada plot ini secara langsung merepresentasikan nilai variabel respons utama. Plot ini umumnya memetakan variabel independen pada sumbu X dan variabel dependen pada sumbu Y, menjadikannya pilihan efektif untuk memvisualisasikan hubungan antara dua variabel kategorikal. Selain ukuran, plot ini juga menyajikan informasi tambahan melalui penggunaan warna pada setiap gelembung. Penggunaan gradasi warna pada setiap gelembung memungkinkan representasi visual intensitas data, yang kemudian dapat diinterpretasikan secara akurat melalui legenda yang disediakan (Bessler, 2023).

How does El Niño phenomenon affect fishing?



**Gambar 3.4** *Bubble Plot* (Sumber: Cavole et al., 2020)

### 3.2.2 **Form Data Entry Study Market NTT Tahun 2025**

*Form data entry* dirancang untuk mengumpulkan informasi spesifik dari pengguna melalui elemen *input* yang telah ditentukan. *Form* ini memastikan konsistensi format data serta mendukung pemrosesan informasi secara efisien oleh sistem komputer. Komponennya mencakup kotak teks, *checkbox*, *dropdown*, dan tombol pilihan, yang dilengkapi label dan validasi untuk menjamin akurasi input. Desain *form* harus memenuhi prinsip *user-friendly* dengan alur logis dan navigasi yang intuitif (Ramadhani et al., 2023).

Alat yang digunakan untuk membuat *form data entry study market* NTT 2025 adalah Google Form. Google Form merupakan salah satu aplikasi yang terintegrasi dalam layanan Google Drive yang berfungsi sebagai alat bantu dalam merancang dan menyebarkan survei, mengelola kuis, serta mengumpulkan data atau informasi secara efisien. Penggunaan Google Form memungkinkan proses pengisian survei dilakukan secara daring, sehingga menjadi lebih praktis dan cepat (Ruliyanti et al., 2022). Google Form digunakan untuk memasukkan hasil survei studi pasar yang dilakukan di wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT).

### 3.2.3 **Form Data Entry Survei Konsumen Pasif AHASS**

Alat yang digunakan untuk membuat *form data entry* Survei Konsumen Pasif AHASS adalah platform MOST RISET. MOST RISET merupakan *website* resmi yang digunakan oleh MPM Honda Jatim untuk mendukung pelaksanaan berbagai kegiatan riset dan survei internal (MPM, 2019). *Platform* ini dikembangkan dan dirancang untuk memfasilitasi proses pengumpulan dan pengelolaan data secara daring.

Dalam pelaksanaan Survei Konsumen Pasif AHASS, *form* yang dibuat melalui *platform* MOST RISET mencakup berbagai aspek penting seperti data dasar konsumen, perilaku penggunaan sepeda motor, pemahaman terhadap layanan Kartu Perawatan Berkala (KPB), alasan tidak melakukan servis, serta penilaian terhadap aplikasi Brompt sebagai media pendukung layanan purnajual. *Form* ini diisi oleh surveyor berdasarkan hasil *interview* langsung dengan konsumen, khususnya yang belum memanfaatkan layanan servis gratis (KPB) sejak pembelian motor. Penggunaan MOST RISET memungkinkan pencatatan dan entri data dilakukan secara digital di lapangan, sehingga mempercepat proses pengumpulan data, meminimalkan potensi kesalahan pencatatan manual, serta meningkatkan efisiensi pengolahan data oleh MPM Honda Jatim.

### 3.2.4 Infografis Kesadaran Mahasiswa Terhadap *Sparepart* dan Servis Motor Honda

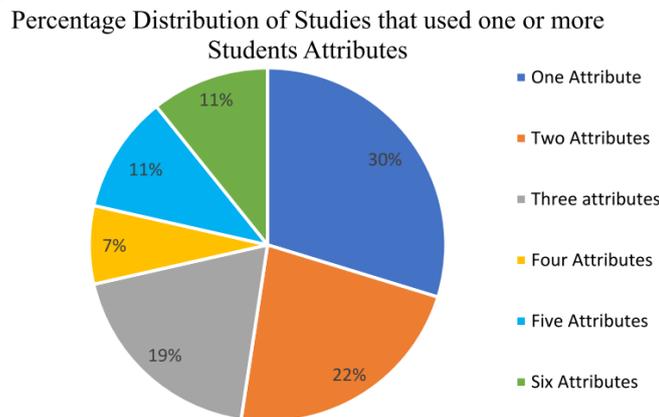
Infografis adalah representasi visual yang menggabungkan informasi, data, dan elemen desain untuk menyampaikan pesan secara jelas, menarik, dan mudah dipahami, seringkali digunakan untuk menyajikan informasi kompleks atau berjumlah besar dalam format yang ringkas (Pongoh et al., 2024). Infografis dapat berupa gambar, grafik, tabel, atau diagram, yang membantu pembaca memahami informasi dengan cepat dan jelas, serta membantu dalam analisis data dengan mengidentifikasi pola dan tren. Infografis dapat digunakan untuk menyajikan data atau informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh pengguna.

Data yang digunakan dalam pembuatan infografis ini adalah data sekunder berupa hasil survei mengenai *sparepart* Honda di Jawa Timur pada tahun 2025. Data ini mencakup informasi

Data yang digunakan dalam pembuatan infografis ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survei langsung pada tahun 2025. Data ini mencakup informasi demografi responden, kebiasaan dalam pembelian dan penggunaan suku cadang motor, serta persepsi terhadap merek suku cadang resmi, oli, dan berbagai tempat pembelian serta servis. Teori yang digunakan dalam mengerjakan tugas khusus infografis kesadaran mahasiswa terkait preferensi *sparepart* dan servis motor Honda adalah sebagai berikut.

#### A. *Pie Chart*

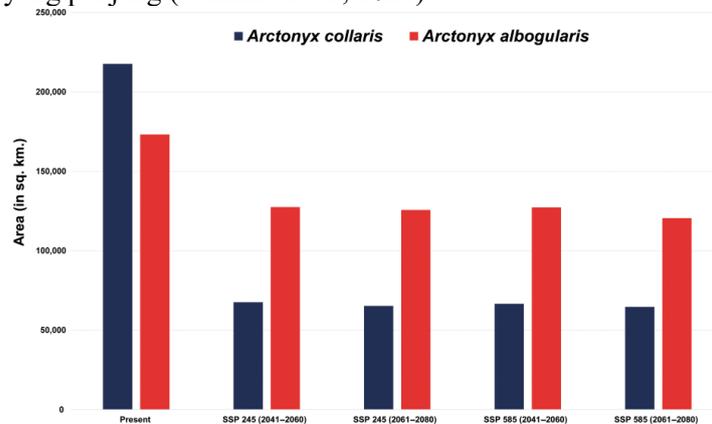
*Pie chart* digunakan untuk mempresentasikan proporsi data dari setiap klasifikasi yang ada dan membandingkannya berdasarkan besarnya. *Pie chart* berfungsi untuk membuat perbandingan sebagian atau seluruh data. Penggunaan *pie chart* akan lebih efektif apabila digunakan untuk kategori yang sedikit, idealnya sekitar lima bagian (Priskilla et al., 2021).



Gambar 3.5 *Pie Chart* (Sumber: Issah et al., 2023)

#### B. *Bar Chart*

*Bar chart* digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk batang baik secara vertikal maupun horizontal. Grafik ini menampilkan perbedaan nilai dari beberapa entitas melalui perbedaan panjang, ukuran, dan warna. *Bar chart* vertikal digunakan untuk menyajikan data secara kronologis atau menampilkan data negatif di bawah sumbu x, sementara *bar chart* horizontal umumnya dipakai untuk data dengan label kategori yang panjang (Priskilla et al., 2021).



Gambar 3.6 *Bar Chart* (Sumber: Abedin et al., 2024)

### 3.2.5 Makalah Tentang *Analisis Topic Modeling Review Aplikasi BromPit Menggunakan Latent Dirichlet Allocation (LDA)*

Peningkatan volume data teks yang bersumber dari ulasan pengguna aplikasi menuntut adanya metode otomatis untuk mengekstrak informasi secara sistematis. Salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam analisis data teks adalah *topic modeling*, yaitu metode yang digunakan untuk menemukan tema-tema tersembunyi dalam kumpulan dokumen teks berukuran besar. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Latent Dirichlet Allocation (LDA)* untuk mengidentifikasi topik-topik utama dalam *review* pengguna aplikasi BromPit. LDA merupakan salah satu algoritma *unsupervised learning* yang mengasumsikan bahwa setiap dokumen tersusun dari kombinasi beberapa topik, dan setiap topik terdiri atas kata-kata yang memiliki kemunculan bersama secara signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema dari topik utama sesuai jumlah topik optimal yang didapatkan. Langkah analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengumpulkan data *review* aplikasi BromPit dari Google Play dengan teknik *scraping*.
2. Melakukan *preprocessing* terhadap data teks, yang mencakup *text cleaning* (menghapus karakter tidak relevan), *lemmatization* (mengubah kata ke bentuk dasar), penghapusan *stopwords* (kata-kata umum yang tidak bermakna), dan *tokenization* (memecah teks menjadi unit-unit kata).
3. Membangun model LDA dengan mencoba berbagai kombinasi parameter dan jumlah topik.
4. Menghitung *coherence score* untuk setiap model sebagai indikator kualitas topik.
5. Menentukan jumlah topik optimal berdasarkan *coherence score* tertinggi.
6. Menginterpretasi topik yang terbentuk dengan mengidentifikasi kata-kata dominan dan maknanya. Metode dan teori yang digunakan untuk menyelesaikan tugas adalah sebagai berikut.

#### A. *Latent Dirichlet Allocation (LDA)*

*Latent Dirichlet Allocation (LDA)* adalah salah satu metode *unsupervised learning* yang digunakan untuk menemukan topik-topik tersembunyi dalam kumpulan dokumen teks. LDA mengasumsikan bahwa setiap dokumen merupakan kombinasi dari beberapa topik, sementara setiap topik terdiri atas sekumpulan kata yang cenderung muncul bersama dalam konteks yang serupa (Lin et al., 2025). Proses pemodelan LDA melibatkan beberapa parameter penting, seperti  $\alpha$  (*alpha*) yang mengatur distribusi probabilitas topik dalam dokumen, serta  $\beta$  (*beta*) yang mengatur distribusi probabilitas kata dalam topik. Selain itu, terdapat  $\theta$  (*theta*) sebagai distribusi probabilitas topik dalam dokumen,  $\phi$  (*phi*) sebagai distribusi kata dalam topik, serta variabel  $z$  yang menunjukkan topik yang dipilih untuk setiap kata, dan  $w$  sebagai kata aktual yang muncul dalam dokumen.

Proses kerja LDA diawali dengan pemberian nilai awal secara acak parameter seperti  $\alpha$  (*alpha*) dan  $\beta$  (*beta*), kemudian dilanjutkan dengan proses inferensi yang dilakukan secara iteratif. Model akan menentukan distribusi topik ( $\theta$ ) dalam setiap dokumen, lalu memilih salah satu topik ( $z$ ) secara acak berdasarkan distribusi tersebut untuk setiap kata. Setelah topik terpilih, model memilih kata aktual ( $w$ ) berdasarkan distribusi kata dalam topik yang bersangkutan ( $\phi$ ). Seluruh langkah ini diulang untuk semua kata di semua dokumen hingga distribusi yang terbentuk mencapai kondisi stabil. Hasil akhir dari proses ini berupa sekumpulan topik yang masing-masing memiliki kata-kata representatif, serta distribusi topik dalam tiap dokumen yang dapat digunakan untuk memahami struktur tematik dokumen secara otomatis.

#### B. *Coherence Score*

*Coherence score* merupakan metrik evaluasi yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kualitas topik yang dihasilkan oleh model *topic modeling* seperti LDA. Metrik ini mencerminkan tingkat keterkaitan makna antar kata-kata utama dalam suatu topik (Nursyahrina et al., 2024). Jika kata-kata dalam sebuah topik memiliki arti yang saling berhubungan dan kerap muncul dalam situasi atau konteks yang mirip, maka topik tersebut dianggap memiliki struktur yang koheren. *Coherence score* yang tinggi menunjukkan topik yang dihasilkan lebih relevan dan dapat diinterpretasikan dengan mudah. Oleh karena itu, metrik ini sering digunakan untuk mengevaluasi relevansi topik, membandingkan performa model, serta membantu dalam menentukan jumlah topik yang sesuai dalam proses pemodelan.

## BAB IV HASIL MAGANG

### 4.1 Tugas Harian Magang

Kegiatan yang dilakukan selama magang di PT Mitra Pinasthika Mulia pada divisi *Marketing Communication and Development* selama 3 bulan terhitung dari tanggal 7 April 2025 hingga 30 Juni 2025 adalah sebagai berikut.

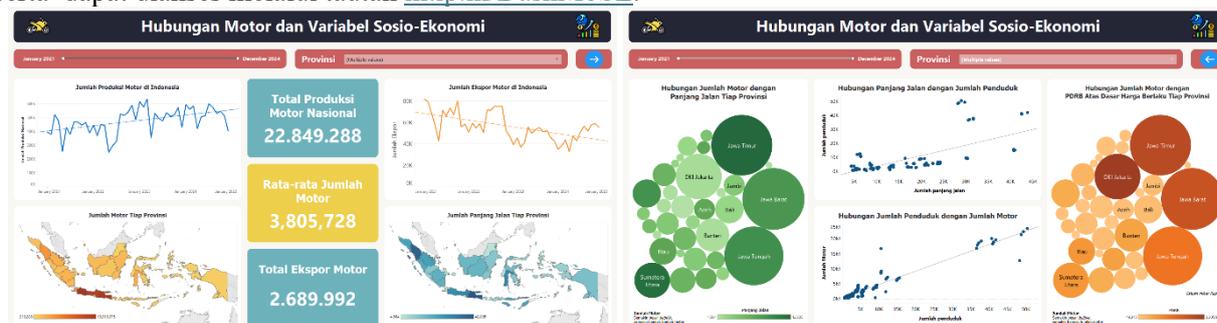
1. Mengidentifikasi dan merangkum potensi ekonomi positif maupun negatif dari berbagai berita daerah di Jawa Timur dan Timor Leste, termasuk untuk penyusunan laporan Informasi Potensi *Market* April, Mei, dan Juni 2025.
2. Membuat dan mempersiapkan *form data entry* untuk berbagai survei, seperti *Study Aerox Alpha*, *HGP 2025*, *Brand Image 2025*, *Brand Image AHASS 2025*, *MOS 2025*, *Konsumen Pasif AHASS*, dan *Mystery Shopper WhatsApp*.
3. Melakukan rekapitulasi dan entri data hasil survei harga motor dari pertengahan April, awal dan tengah Mei, serta awal dan tengah Juni 2025, serta *survey* konsumen dan *customer profile*.
4. Melakukan *survey* harga motor secara langsung untuk beberapa tipe motor seperti NMAX dan Filano di wilayah Surabaya, Trenggalek, dan Pacitan.
5. Menyusun berbagai laporan, antara lain *Telesurvey Compliance Audit Program* (April dan Mei 2025), *Awareness Sales Program Mei 2025*, *Summary Survey Harga Bawah*, *Survey Acceptance Aerox*, dan *Kredit RT Jatim Nasional 2025*.
6. Melakukan analisis sentimen terhadap iklan ekstrem Yamaha serta menyusun laporan *Potential Buyer* NMAX.
7. Membuat laporan *market overview* dan profil wilayah strategis seperti Bojonegoro, Surabaya, Kediri, Madiun, Blitar, Lumajang, dan Madura.
8. Melakukan pengecekan *trial survey*, entri data, serta *cleaning* dan pengolahan data dari berbagai *survey*, seperti *Brand Image*, *sparepart 2025*, *market share 2024–2025*, dan *user potensial Fazzio*.
9. Mencari dan mendata keberadaan toko atau dealer sepeda listrik di wilayah Surabaya, Sidoarjo, dan Malang.
10. Membuat *shorten link* dan *QR Code* untuk kebutuhan distribusi internal.

### 4.2 Tugas Khusus Magang

Hasil dari tugas khusus yang telah dibuat yakni *dashboard*, *form data entry*, dan infografis adalah sebagai berikut.

#### 4.2.1 Dashboard Hubungan Motor dengan Variabel Sosio-Ekonomi

Divisi *Marketing Communication and Development* merupakan bagian yang bertanggung jawab dalam memantau dan menganalisis perkembangan pasar secara berkala, khususnya di wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Salah satu aktivitas rutin divisi ini adalah melakukan pembaruan informasi pasar setiap minggu berdasarkan data dan berita resmi yang dipublikasikan oleh instansi pemerintah. Mengingat keterbatasan akses terhadap data internal perusahaan untuk keperluan di luar organisasi, data eksternal dari Badan Pusat Statistik (BPS) digunakan sebagai dasar analisis. Untuk mendukung pemantauan pasar, dibuat sebuah *dashboard* yang menyajikan hubungan antara penjualan motor dan variabel sosio-ekonomi wilayah. *Dashboard* ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi pasar dan membantu proses pengambilan keputusan berbasis data, serta dapat diakses melalui tautan [intip.in/DashMoSE](http://intip.in/DashMoSE).



Gambar 4.1 Dashboard Hubungan Motor dengan Variabel Sosio-Ekonomi

Gambar 4.1 menampilkan visualisasi *Dashboard* Hubungan Motor dengan Variabel Sosio-Ekonomi yang dibuat menggunakan Tableau. *Dashboard* ini menampilkan representasi data mengenai produksi, ekspor, serta distribusi sepeda motor menurut wilayah provinsi di Indonesia. Selain itu, *dashboard* ini juga memperlihatkan keterkaitan antara data tersebut dengan sejumlah variabel sosio-ekonomi, seperti panjang jaringan jalan, karakteristik demografi, dan kondisi ekonomi masing-masing provinsi. *Dashboard* ini menyajikan beberapa grafik dan informasi yang diuraikan sebagai berikut.



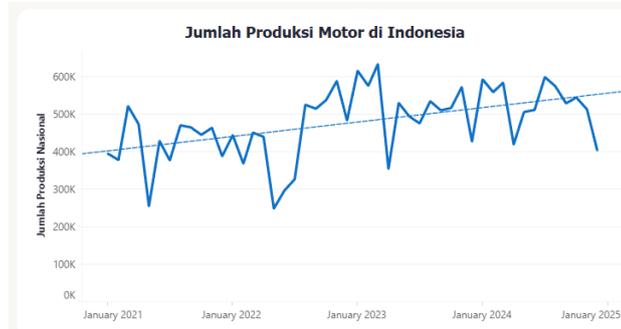
**Gambar 4.2** Section Filter Berdasarkan Tanggal dan Provinsi

Gambar 4.2 menunjukkan bagian *section filter* yang berfungsi untuk menyaring dan menampilkan data pada *dashboard* sesuai dengan preferensi pengguna. Fitur *filter* yang tersedia memungkinkan pengguna untuk memilih rentang tanggal tertentu serta menentukan wilayah provinsi yang ingin ditampilkan.



**Gambar 4.3** Informasi Total Produksi Motor, Rata-rata Jumlah Motor, dan Total Ekspor Motor

Gambar 4.3 merupakan *section* yang menunjukkan informasi mengenai total produksi sepeda motor secara nasional, rata-rata jumlah sepeda motor per provinsi, serta total volume ekspor sepeda motor yang dilakukan oleh Indonesia.



**Gambar 4.4** Line Chart Jumlah Produksi Motor di Indonesia

Gambar 4.4 menunjukkan *line chart* yang menggambarkan jumlah produksi motor di Indonesia pada setiap bulan selama periode tahun 2021 hingga 2024. Produksi motor di Indonesia menunjukkan tren kenaikan, meskipun terdapat fluktuasi tajam yang mencerminkan dinamika pasar dan faktor musiman. Grafik ini bersifat dinamis, dimana visualisasi data akan menyesuaikan secara otomatis berdasarkan filter yang dipilih oleh pengguna.



**Gambar 4.5** Line Chart Jumlah Ekspor Motor di Indonesia

Gambar 4.5 menunjukkan *line chart* yang menggambarkan jumlah ekspor motor di Indonesia pada setiap bulan selama periode tahun 2021 hingga 2024. Ekspor motor di Indonesia menunjukkan tren penurunan, ditandai oleh fluktuasi signifikan dan beberapa periode penurunan tajam, meskipun ada sedikit peningkatan kembali di akhir tahun 2024. Grafik ini bersifat dinamis, dimana visualisasi data akan menyesuaikan secara otomatis berdasarkan filter yang dipilih oleh pengguna.

Berdasarkan Gambar 4.4 dan 4.5, terlihat adanya dinamika kontras dalam perkembangan industri sepeda motor Indonesia sepanjang 2021 hingga 2024. Di satu sisi, produksi sepeda motor menunjukkan tren kenaikan yang konsisten, yang mencerminkan tingginya permintaan dalam negeri serta dukungan dari program promosi dan kemudahan akses pembiayaan (Satrio Adhy, 2024). Di sisi lain, ekspor sepeda motor justru mengalami penurunan, seiring dengan melemahnya kondisi ekonomi dan ketidakpastian geopolitik di sejumlah negara tujuan (Lita Febriani, 2024). Ketidakseimbangan ini mengindikasikan pergeseran fokus pelaku industri yang kini lebih menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan pasar domestik. Fenomena tersebut menunjukkan bagaimana faktor eksternal dapat memengaruhi orientasi distribusi dalam sektor otomotif nasional.



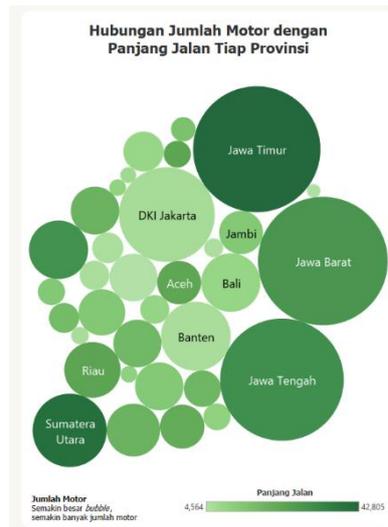
**Gambar 4.6** *Choropleth Map* Jumlah Motor Tiap Provinsi

Gambar 4.6 menunjukkan *choropleth map* yang menggambarkan distribusi jumlah sepeda motor di setiap provinsi di Indonesia. Intensitas warna pada peta menunjukkan jumlah kendaraan, dimana provinsi dengan jumlah motor yang lebih tinggi ditandai dengan warna yang semakin gelap. Pulau Jawa memiliki jumlah motor terbanyak di Indonesia, sementara provinsi-provinsi lain menunjukkan distribusi yang lebih rendah dengan variasi kepadatan. Grafik ini bersifat dinamis, dimana visualisasi data akan menyesuaikan secara otomatis berdasarkan filter yang dipilih oleh pengguna.



**Gambar 4.7** *Choropleth Map* Jumlah Panjang Jalan Tiap Provinsi

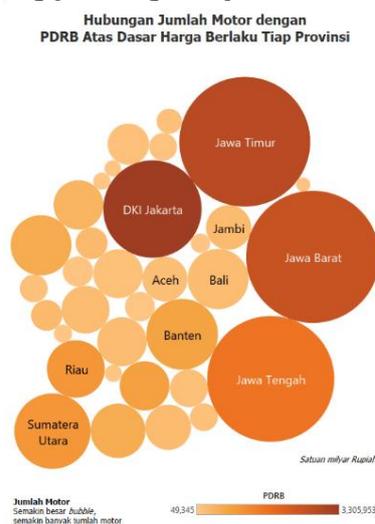
Gambar 4.7 menunjukkan *choropleth map* yang menggambarkan distribusi jumlah panjang jalan setiap provinsi di Indonesia. Intensitas warna pada peta menunjukkan jumlah panjang jalan, dimana provinsi dengan jumlah panjang jalan yang lebih tinggi ditandai dengan warna yang semakin gelap. Pulau Sumatera dan Jawa memiliki jumlah panjang jalan tertinggi di Indonesia, ditunjukkan dengan warna biru gelap, sedangkan wilayah timur Indonesia cenderung memiliki panjang jalan yang lebih rendah. Grafik ini bersifat dinamis, dimana visualisasi data akan menyesuaikan secara otomatis berdasarkan filter yang dipilih oleh pengguna.



**Gambar 4.8** *Bubble Plot* Hubungan Jumlah Motor dengan Panjang Jalan

Gambar 4.8 menunjukkan *bubble plot* yang menggambarkan hubungan antara jumlah sepeda motor dan panjang jalan di setiap provinsi di Indonesia. Ukuran gelembung (*bubble*) merepresentasikan jumlah sepeda motor, dimana semakin besar ukuran *bubble*, semakin tinggi jumlah sepeda motor pada provinsi tersebut. Sementara itu, intensitas warna pada masing-masing *bubble* menunjukkan panjang jalan, dengan warna yang lebih gelap menandakan provinsi dengan total panjang jalan yang lebih tinggi. Grafik ini bersifat dinamis, dimana visualisasi data akan menyesuaikan secara otomatis berdasarkan filter yang dipilih pengguna.

Secara umum, terlihat adanya korelasi positif antara jumlah motor dan panjang jalan, di mana provinsi dengan populasi motor yang tinggi cenderung memiliki jaringan jalan yang lebih luas. Hal ini tampak jelas di wilayah padat penduduk seperti Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah yang ditunjukkan melalui gelembung berukuran besar dan berwarna gelap. Meskipun demikian, terdapat pengecualian seperti DKI Jakarta, dimana memiliki jumlah motor sangat tinggi, namun panjang jalannya tidak sebesar provinsi-provinsi lain, terlihat dari warna gelembung yang relatif lebih terang. Kondisi ini mengisyaratkan tingkat kepadatan kendaraan yang sangat tinggi di wilayah tersebut. Fenomena ini mencerminkan bahwa ketersediaan infrastruktur jalan umumnya sejalan dengan kebutuhan mobilitas, atau bahwa mobilitas yang tinggi mendorong pembangunan jalan secara bertahap.

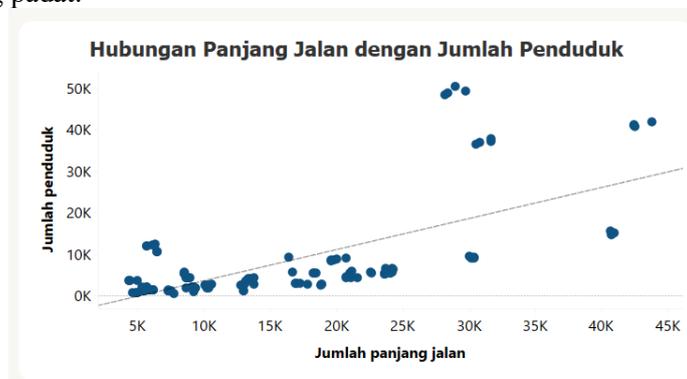


**Gambar 4.9** *Bubble Plot* Hubungan Jumlah Motor dengan PDRB

Gambar 4.9 menunjukkan *bubble plot* yang menggambarkan hubungan antara jumlah sepeda motor dan persentase penduduk miskin di setiap provinsi di Indonesia. Ukuran gelembung (*bubble*) merepresentasikan jumlah sepeda motor, dimana semakin besar ukuran *bubble*, semakin tinggi jumlah sepeda motor pada provinsi tersebut. Sementara itu, intensitas warna pada masing-masing *bubble* menunjukkan PDRB, dengan warna yang lebih gelap menandakan provinsi dengan PDRB yang lebih

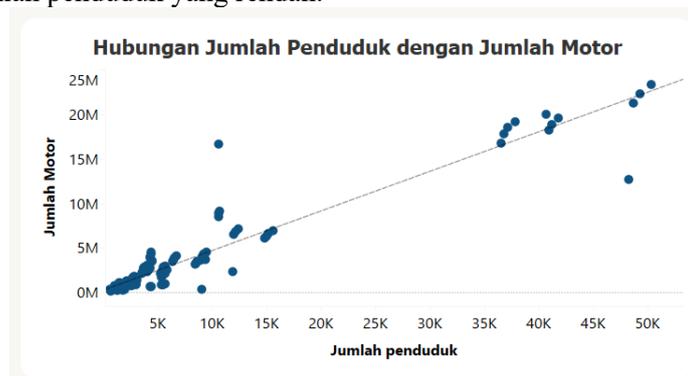
tinggi. Provinsi dengan jumlah motor yang tinggi umumnya menunjukkan nilai PDRB yang lebih besar, dengan Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan DKI Jakarta sebagai contoh yang paling menonjol karena memiliki volume kendaraan dan tingkat PDRB yang relatif tinggi dibandingkan provinsi lainnya. Grafik ini bersifat dinamis, dimana visualisasi data akan menyesuaikan secara otomatis berdasarkan filter yang dipilih pengguna.

Secara keseluruhan, terlihat adanya hubungan positif antara jumlah sepeda motor dan tingkat PDRB, di mana provinsi dengan jumlah kendaraan yang tinggi cenderung memiliki tingkat PDRB yang besar pula. Pola ini tampak konsisten di wilayah dengan aktivitas ekonomi yang intens seperti Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, serta DKI Jakarta, yang ditandai oleh ukuran gelembung besar dan warna yang sangat gelap. Karakteristik serupa juga terlihat pada provinsi seperti Sumatera Utara dan Riau, yang menampilkan ukuran dan intensitas warna gelembung yang cukup menonjol, mencerminkan kontribusi ekonomi yang sejalan dengan tingginya jumlah kendaraan. Sementara itu, provinsi seperti Jambi menampilkan ukuran gelembung yang lebih kecil dan warna yang lebih terang, menunjukkan bahwa wilayah dengan pendapatan yang lebih rendah cenderung memiliki tingkat kepemilikan sepeda motor yang lebih sedikit. Pola ini mengisyaratkan bahwa perkembangan ekonomi suatu wilayah berperan penting dalam mendorong peningkatan kepemilikan kendaraan pribadi, sekaligus mencerminkan kebutuhan mobilitas yang lebih tinggi di daerah dengan aktivitas ekonomi yang padat.



**Gambar 4.10** *Scatterplot* Hubungan Panjang Jalan dengan Jumlah Penduduk

Gambar 4.10 menunjukkan *scatterplot* yang menggambarkan adanya korelasi positif antara panjang jalan dan jumlah penduduk di setiap provinsi di Indonesia. Provinsi dengan panjang jalan yang lebih besar cenderung memiliki jumlah penduduk yang lebih tinggi, sebagaimana tercermin dari pola titik-titik data yang mengikuti arah garis tren linier. Namun, terdapat sejumlah *outlier* yang mengindikasikan bahwa tidak semua provinsi mengikuti pola tersebut secara konsisten, di mana beberapa provinsi memiliki jumlah penduduk yang tinggi meskipun panjang jalannya terbatas, atau sebaliknya, panjang jalan yang relatif tinggi namun dihuni oleh jumlah penduduk yang rendah.



**Gambar 4.11** *Scatterplot* Hubungan Jumlah Penduduk dengan Jumlah Motor

Gambar 4.11 menunjukkan *scatterplot* yang menggambarkan adanya korelasi positif antara jumlah penduduk dan jumlah motor di setiap provinsi di Indonesia. Peningkatan jumlah penduduk di suatu provinsi cenderung diikuti oleh peningkatan jumlah sepeda motor, sebagaimana ditunjukkan oleh pola titik-titik data yang mengikuti arah garis tren linier. Meskipun demikian, terdapat sejumlah *outlier* yang mengindikasikan bahwa tidak semua provinsi sepenuhnya mengikuti pola tersebut, di mana beberapa provinsi menunjukkan jumlah sepeda motor yang lebih tinggi atau lebih rendah dari estimasi berdasarkan jumlah penduduknya.

#### 4.2.2 Form Data Entry Study Market NTT Tahun 2025

*Form data entry* untuk survei *Study Market* Nusa Tenggara Timur (NTT) Tahun 2025 dirancang guna mempermudah proses penginputan data oleh surveyor di lapangan. Survei ini dilaksanakan untuk memperoleh gambaran mengenai perubahan perilaku atau kebiasaan konsumen dalam penggunaan sepeda motor di wilayah NTT. Berikut merupakan penjelasan mengenai komponen *form data entry Study Market* NTT Tahun 2025 yang telah dibuat, serta dapat diakses pada tautan berikut [intip.in/StudiMarketNTT](http://intip.in/StudiMarketNTT).



**STUDI MARKET NTT**

**Tujuan:** Mengetahui perubahan behaviour pengguna sepeda motor di NTT

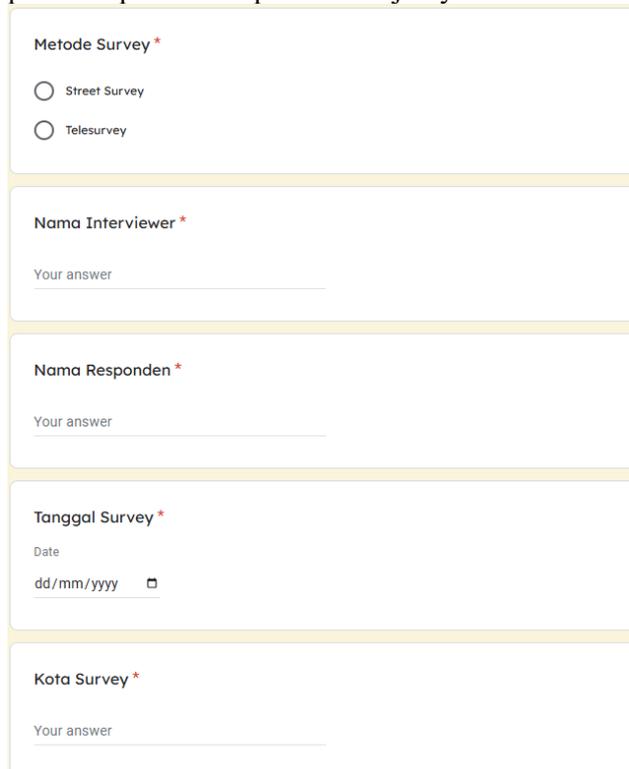
**Pelaksanaan:** W2 - W3 Mei 2025

**Kriteria:** Pengguna sepeda motor tahun pembelian 2024

\* Indicates required question

**Gambar 4.12** *Form Data Entry Study Market* NTT Tahun 2025

Gambar 4.12 menunjukkan tampilan awal dari *Form Data Entry Study Market* NTT Tahun 2025 yang digunakan sebagai media penginputan data oleh surveyor di lapangan. *Form* ini dirancang untuk memfasilitasi proses pencatatan data secara sistematis dan efisien, sehingga dapat meminimalkan potensi kesalahan dalam proses input. Komponen-komponen selanjutnya diuraikan sebagai berikut.



Metode Survey \*

Street Survey

Telesurvey

Nama Interviewer \*

Your answer

Nama Responden \*

Your answer

Tanggal Survey \*

Date

dd/mm/yyyy

Kota Survey \*

Your answer

**Gambar 4.13** *Section Detail Survei*

Gambar 4.13 menunjukkan *section* pengisian detail survei. Metode pelaksanaan survei dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *street survey* dan *telesurvey*. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan untuk mengisi data berupa nama *interviewer*, nama responden, tanggal pelaksanaan survei, serta kota tempat survei dilakukan. Informasi ini bertujuan untuk memastikan keabsahan data yang dikumpulkan dan memudahkan proses verifikasi apabila diperlukan di tahap evaluasi.

The image shows a vertical stack of four survey questions, each in a light yellow box. The first question is 'Tipe Motor \*' with a subtext 'Contoh: Vario 125' and a text input field labeled 'Your answer'. The second is 'Nopol / Customer ID \*' with 'Contoh: L 4136 AHJ' and another 'Your answer' field. The third is 'Bulan Beli Motor \*' with 'Contoh: 12' and a 'Your answer' field. The fourth is 'Tahun Beli Motor \*' with a radio button and the year '2024'.

**Gambar 4.14** *Section* Detail Motor

Gambar 4.14 menunjukkan *section* pengisian informasi terkait motor milik responden. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan mencatat informasi meliputi tipe sepeda motor, nomor polisi atau *customer ID*, bulan pembelian, serta tahun pembelian sepeda motor oleh responden. Data ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik kendaraan yang dimiliki konsumen, yang menjadi salah satu indikator dalam analisis tren penggunaan motor di wilayah survei.

The image shows a vertical stack of three survey questions in light yellow boxes. The first is 'No HP/WA \*' with 'Contoh: 087292398742' and a 'Your answer' field. The second is 'Jenis Kelamin \*' with two radio button options: 'Laki-laki' and 'Perempuan'. The third is 'Usia \*' with 'Contoh: 25' and a 'Your answer' field.

**Gambar 4.15** *Section* Identitas Responden

Gambar 4.15 menunjukkan *section* pengisian informasi terkait identitas responden. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan mencatat informasi meliputi nomor telepon, jenis kelamin, dan usia dari responden. Data identitas ini diperlukan untuk keperluan segmentasi pasar serta pengelompokan perilaku konsumen berdasarkan demografi yang relevan.

PEMILIHAN KATEGORI MATIC/CUB/SPORT					
1. Kategori motor yang digunakan saat ini *					
<input type="radio"/>	Matic				
<input type="radio"/>	Cub				
<input type="radio"/>	Sport				
2. Alasan memilih motor <b>Matic / Sport / Cub</b>					
	Rank 1	Rank 2	Rank 3		
a. Praktis / mudah dikendarai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
b. Desain lebih.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
c. Irit bahan bakar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
d. Fitur lebih canggih	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
7. Seberapa setuju anda dengan pernyataan berikut *					
	1	2	3	4	5
a. Motor matic lebih nyaman dipakai untuk aktivitas sehari-hari	<input type="radio"/>				
b. Saya merasa "naik kelas atau lebih bergaya" saat menggunakan motor matic	<input type="radio"/>				
c. Motor cub lebih kuat untuk jalan yang rusak atau berat	<input type="radio"/>				
d. Motor matic lebih praktis dikendarai untuk perempuan atau pemula	<input type="radio"/>				

Gambar 4.16 Section Pemilihan Kategori Matic/Cub/Sport

Gambar 4.16 menunjukkan *section* pengisian terkait pemilihan kategori motor yang saat ini digunakan oleh responden. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan mencatat informasi mengenai kategori motor yang digunakan, alasan pemilihan kategori tersebut, alasan tidak memilih kategori lainnya, apakah responden pernah menggunakan motor *cub* (bebek), tipe motor *cub* yang pernah digunakan, pihak yang menggunakan motor tersebut, serta tanggapan responden terhadap sejumlah pernyataan mengenai kategori motor, yang dinilai berdasarkan tingkat persetujuan menggunakan skala 1 hingga 5. Informasi ini berguna untuk memahami preferensi konsumen terhadap kategori motor tertentu serta persepsi mereka terhadap karakteristik dari masing-masing kategori motor.

PRODUCT ACCEPTANCE & BEHAVIOUR PEMBELIAN	
8. Apa alasan anda memilih tipe motor yang digunakan saat ini ? (1) *	
<input type="radio"/>	1. Suka desain / modelnya , .....
<input type="radio"/>	2. Harga motor lebih terjangkau
<input type="radio"/>	3. Harga jual kembali tinggi
<input type="radio"/>	4. Irit bahan bakar
<input type="radio"/>	5. Ukuran motor sesuai badan
<input type="radio"/>	6. Tarikan ringan/ kencang
<input type="radio"/>	7. Handling enak
<input type="radio"/>	8. Nyaman dikendarai
<input type="radio"/>	9. Mesinnya lebih awet/tahan lama
<input type="radio"/>	10. Ramah lingkungan
16. Program promosi apa yang anda harapkan saat membeli motor ini? *	
<input type="radio"/>	1. Hadiah langsung : jaket / helm khusus
<input type="radio"/>	2. Diskon cash, sebutkan : Rp.....
<input type="radio"/>	3. Diskon DP / uang muka, sebutkan : Rp.....
<input type="radio"/>	4. Diskon angsuran, sebutkan : Rp.....
<input type="radio"/>	5. Potongan tenor, sebutkan : ... kali
<input type="radio"/>	Other: .....
Sebutkan Jumlah Diskon/Potongan (Rp atau kali) *	
Contoh: 500000 >> untuk diskon cash/dp/angsuran	
Contoh: 2 >> untuk potongan tenor	
Your answer .....	

Gambar 4.17 Section Product Acceptance & Behaviour Pembelian

Gambar 4.17 menunjukkan *section* pengisian yang berkaitan dengan *product acceptance* dan perilaku pembelian (*purchase behaviour*) oleh responden. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan mencatat informasi mengenai alasan responden memilih tipe motor yang saat ini digunakan, serta aspek desain, fitur atau teknologi, dan performa yang paling disukai maupun tidak disukai dari motor tersebut. Selain itu, dicatat pula motor lain yang menjadi bahan perbandingan saat proses pembelian berlangsung, serta alasan responden tidak memilih motor pembanding tersebut. Informasi tambahan yang dikumpulkan mencakup metode pembelian yang dilakukan, seperti tunai atau kredit, serta jenis promo atau penawaran khusus yang diterima saat melakukan pembelian. Data ini berguna untuk menggambarkan preferensi konsumen dalam memilih produk dan strategi pemasaran apa yang dinilai efektif dalam menarik keputusan pembelian.

PENGGUNAAN MOTOR			
17. Motor ini digunakan untuk apa saja ?			
	Rank 1	Rank 2	Rank 3
a. Pergi ke kantor/tempat kerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b. Sekolah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c. Antar Jemput	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d. Berbelanja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e. Bekerja keliling dalam kota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f. Jarak jauh/luar kota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g. Hangout/Nongkrong	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lainnya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Apakah keputusan Anda membeli motor dipengaruhi oleh orang sekitar? *
<input type="radio"/> Ya
<input type="radio"/> Tidak

23. Jika YA, siapa yang paling memengaruhi?
<input type="radio"/> a. Teman/tetangga/kerabat
<input type="radio"/> b. Tokoh masyarakat
<input type="radio"/> c. Influencer di sosmed
<input type="radio"/> d. Pasangan/keluarga
<input type="radio"/> e. Komunitas
<input type="radio"/> f. Dealer/Salesman
<input type="radio"/> Other: _____

Gambar 4.18 Section Penggunaan Motor

Gambar 4.18 menunjukkan *section* pengisian yang berkaitan dengan pola penggunaan motor oleh responden. Pada bagian ini, *surveyor* diwajibkan mencatat informasi mengenai tujuan utama penggunaan motor, estimasi kecepatan dan jarak tempuh harian, frekuensi penggunaan motor untuk membawa barang baik di bagasi maupun cantolan, serta frekuensi penggunaan pada kondisi jalan menanjak. Frekuensi tersebut dinilai berdasarkan skala 1 hingga 5 untuk memberikan gambaran kuantitatif terhadap intensitas penggunaan dalam berbagai kondisi. Selain itu, dicatat pula apakah karakteristik kondisi jalan di lingkungan tempat tinggal responden memengaruhi keputusan mereka dalam memilih jenis motor, serta sejauh mana keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh pendapat atau pengalaman orang-orang di sekitar. Data ini berguna untuk memahami kesesuaian antara karakteristik kendaraan yang digunakan dan kebutuhan nyata pengguna di lapangan.

KONDISI EKONOMI	
24. [Matic] Apakah level ekonomi rumah tangga meningkat sehingga mendorong anda beralih dari motor cub ke motor matic? *	<input type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak
25. Jika Ya, apa yang mendorong level ekonomi rumah tangga meningkat?	Your answer _____
26. Bagaimana kondisi daya beli masyarakat di sekitar daerah anda saat ini? *	1. Baik   2. Cukup   3. Kurang Baik Baik <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Kurang Baik
28. Jika ada mohon jelaskan dampak apa yang anda rasakan	Your answer _____
29. Bagaimana dengan orang di sekitar anda apakah merasakan dampak efisiensi penurunan anggaran belanja pemerintah? *	<input type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak
30. Apakah penurunan belanja pemerintah dapat mempengaruhi pembelian motor di masa mendatang? *	<input type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak

Gambar 4.19 Section Kondisi Ekonomi

Gambar 4.19 menunjukkan *section* pengisian yang berkaitan dengan kondisi ekonomi responden. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan mencatat informasi mengenai apakah terjadi peningkatan tingkat ekonomi rumah tangga yang mendorong peralihan penggunaan motor dari tipe *cub* ke *matic*. Selain itu, responden diminta untuk memberikan pandangan terkait kondisi daya beli masyarakat di sekitar tempat tinggalnya, serta sejauh mana mereka dan lingkungan sekitar merasakan dampak dari kebijakan efisiensi anggaran belanja pemerintah. Responden juga diminta untuk mengevaluasi apakah kebijakan efisiensi tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian motor di masa mendatang. Informasi yang dikumpulkan dari *section* ini berperan penting dalam memahami keterkaitan antara kondisi ekonomi mikro masyarakat dan pola konsumsi kendaraan bermotor.

NEXT BIKE	
31. Sepeda motor apa yang ingin anda beli di waktu mendatang?	35. Sebutkan <b>TIPE</b> sepeda motor yang menurut anda <b>PALING SESUAI</b> dengan Image berikut
31. Merk Motor * Contoh: Honda Your answer _____	Bergengsi * Your answer _____
31. Tipe Motor * Contoh: ADV 160 Your answer _____	Irit BBM * Your answer _____
31. Bulan rencana bel * Contoh: 11 Your answer _____	Canggih * Your answer _____

**Gambar 4.20** Section Next Bike

Gambar 4.20 menunjukkan *section* pengisian yang berkaitan dengan preferensi motor yang diinginkan oleh responden di masa mendatang (*next bike*). Pada *section* ini, surveyor diwajibkan untuk mencatat informasi mengenai jenis motor yang direncanakan untuk dibeli oleh responden di waktu yang akan datang, termasuk alasan utama dari pemilihan tersebut. Selain itu, dicatat pula apakah responden menunjukkan ketertarikan terhadap motor *matic AT High* ( $\geq 150$  cc) dengan kisaran harga di atas 30 juta rupiah, serta tipe motor yang paling sesuai berdasarkan beberapa referensi visual (*image*) yang disediakan dalam *form*.

PROFILE	
P1. Sepeda motor yang dibeli di rumah tangga sebelum motor ini	P6. Jika pelajar/mahasiswa, pekerjaan orang tua *
Tipe apa * Your answer _____	<input type="radio"/> Karyawan Swasta <input type="radio"/> Wiraswasta <input type="radio"/> PNS TNI Polri <input type="radio"/> Ibu Rumah Tangga <input type="radio"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="radio"/> Profesional <input type="radio"/> Petani <input type="radio"/> Other: _____
Tahun beli motor sebelumnya * Your answer _____	P7. Berapa rata-rata pengeluaran rumah tangga/bulan (belanja bulanan, * pendidikan, listrik, air, telpon, hiburan) Rp Your answer _____
P2. Jumlah Motor di rumah tangga * Your answer _____	

**Gambar 4.21** Section Profile

Gambar 4.21 menunjukkan *section* pengisian yang berfokus pada informasi profil responden. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan untuk mencatat sejumlah informasi penting, seperti jenis motor yang dimiliki responden sebelum motor yang digunakan saat ini, total jumlah motor yang dimiliki dalam rumah tangga, serta jumlah anggota keluarga yang memiliki kemampuan mengendarai motor. Selain itu, dicatat pula siapa yang saat ini menggunakan motor sebelumnya, hobi yang dimiliki oleh responden, pekerjaan responden (atau pekerjaan orang tua, jika responden merupakan pelajar atau mahasiswa), serta estimasi rata-rata pengeluaran rumah tangga per bulan.

#### 4.2.3 Form Data Entry Survei Konsumen Pasif AHASS

*Form data entry* untuk survei konsumen pasif AHASS dirancang guna mempermudah proses penginputan data oleh surveyor di lapangan. Survei ini dilaksanakan untuk memperoleh gambaran mengenai perubahan perilaku atau kebiasaan konsumen dalam penggunaan sepeda motor, khususnya terkait

alasan tidak digunakannya Kartu Perawatan Berkala (KPB). Berikut merupakan penjelasan mengenai komponen *form data entry* survei konsumen pasif AHASS yang telah dibuat.

**Gambar 4.22** *Section Profile*

Gambar 4.22 menunjukkan *section* pengisian yang berfokus pada informasi profil responden. Pada *section* ini, *surveyor* diwajibkan untuk mencatat sejumlah informasi penting, seperti nama *interviewer*, identitas responden yang mencakup nama, nomor telepon, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan kota tempat tinggal. Selain itu, informasi mengenai kondisi ekonomi rumah tangga juga dicatat melalui rata-rata pengeluaran bulanan. Data terkait kendaraan yang diservis juga dicatat, seperti tipe motor, tahun pembelian, tanggal survei dilakukan, serta ID *customer*.

**Gambar 4.23** *Section Behaviour*

Gambar 4.23 menunjukkan *section* pengisian yang berfokus pada perilaku konsumen dalam menggunakan sepeda motor serta kebiasaan terkait layanan purna jual. Pada bagian ini, surveyor mencatat berbagai informasi seperti frekuensi penggunaan kendaraan, tujuan utama penggunaan motor, serta estimasi jarak tempuh harian. Selain itu, responden juga diminta memberikan informasi mengenai waktu terakhir melakukan servis, lokasi servis sebelumnya, serta jenis layanan yang diterima. Pertanyaan dalam bagian ini juga mencakup alasan tidak melakukan servis di AHASS, pengalaman konsumen saat menggunakan layanan bengkel umum, serta pemahaman terhadap program Kartu Perawatan Berkala (KPB). Beberapa isian bersifat eksploratif, seperti kendala dalam memanfaatkan KPB dan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan AHASS.

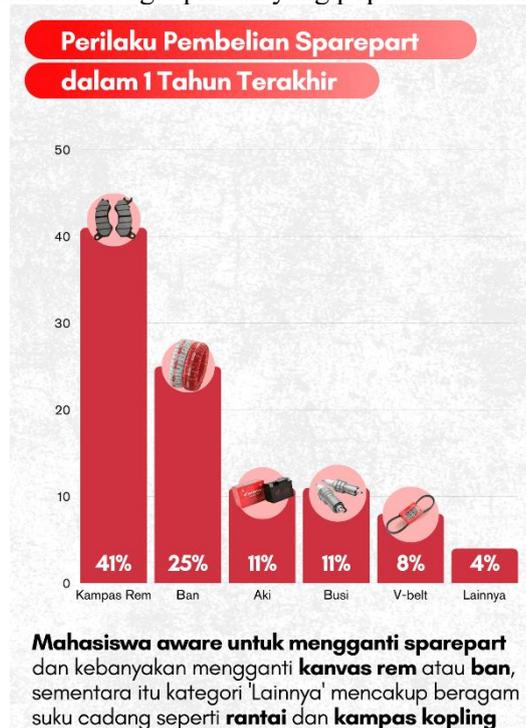
#### 4.2.4 Infografis Kesadaran Mahasiswa: Preferensi *Sparepart* dan Servis Motor Honda

Infografis mengenai tingkat kesadaran mahasiswa terhadap preferensi *sparepart* dan layanan servis motor Honda disusun berdasarkan data survei *sparepart* yang dilaksanakan oleh MPM pada tahun 2025. Uraian infografis tersebut disajikan sebagai berikut.



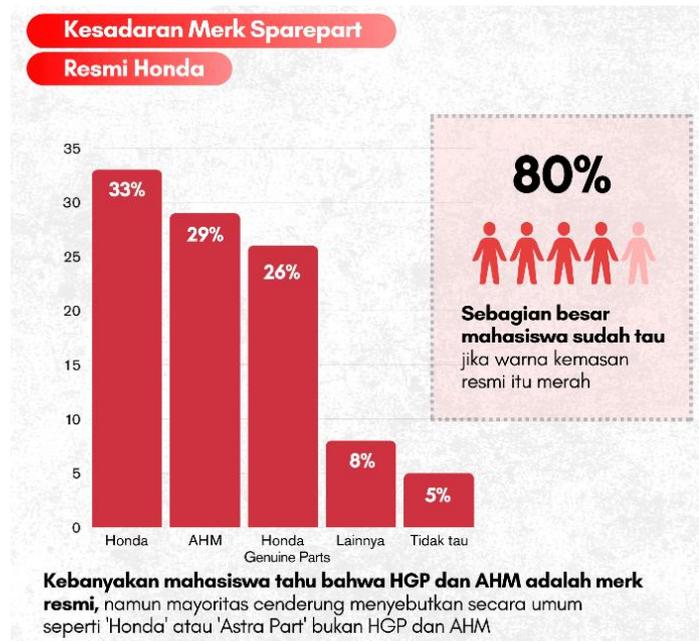
**Gambar 4.24** Judul dan Pengantar Infografis

Gambar 4.24 menunjukkan bagian awal dari infografis yang memuat judul serta pengantar topik. Infografis tersebut membahas preferensi mahasiswa terhadap *sparepart* dan layanan servis motor Honda. Sepeda motor Honda sendiri dikenal sebagai pilihan yang populer di kalangan mahasiswa.



**Gambar 4.25** Bar Chart Perilaku Pembelian *Sparepart* Setahun Terakhir

Gambar 4.25 menunjukkan *bar chart* yang memuat perilaku pembelian *sparepart* dalam setahun terakhir. Hasil survei menunjukkan bahwa kampas rem menjadi komponen yang paling banyak diganti, dengan persentase mencapai 41% responden. Posisi berikutnya ditempati oleh ban sebesar 25%, menegaskan bahwa komponen yang berkaitan langsung dengan keselamatan dan kenyamanan berkendara menjadi perhatian utama dalam pemeliharaan motor oleh responden. Selain itu, komponen lain seperti aki dan busi masing-masing tercatat sebesar 11%, diikuti oleh V-belt sebesar 8%. Sebagian kecil responden (4%) memilih kategori "Lainnya" yang mencakup suku cadang seperti rantai dan kampas kopling. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat kepedulian yang cukup terhadap perawatan sepeda motor, khususnya dalam hal penggantian komponen penting secara berkala.



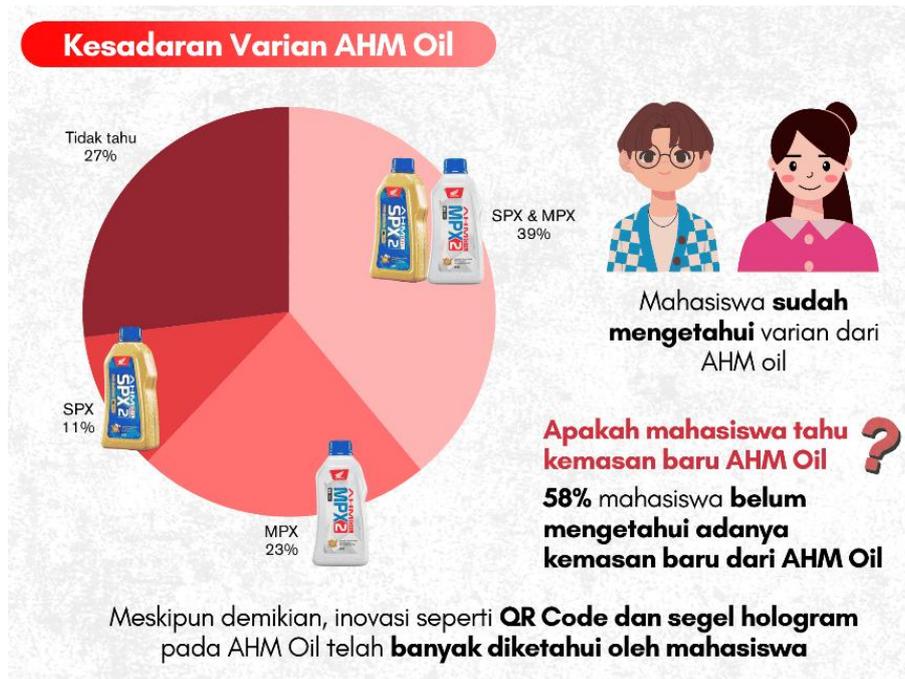
**Gambar 4.26** Bar Chart Kesadaran Terhadap Merk Sparepart Resmi Honda

Gambar 4.26 menunjukkan *bar chart* yang memuat kesadaran mahasiswa terhadap merk sparepart resmi Honda. Berdasarkan *bar chart* tersebut, kebanyakan mahasiswa sudah mengetahui bahwa merk sparepart resmi Honda adalah AHM sebesar 29% responden dan Honda Genuine Parts sebesar 26% responden. Meskipun demikian, mayoritas mahasiswa masih cenderung menyebutkan merek secara umum, seperti Honda atau Astra Part, tanpa mengetahui secara spesifik bahwa merek resminya adalah AHM dan Honda Genuine Parts. Selain itu, sebagian besar mahasiswa juga telah mengetahui bahwa warna kemasan resmi suku cadang Honda adalah merah.



**Gambar 4.27** Bar Chart Kesadaran Terhadap Tempat Servis

Gambar 4.27 menunjukkan *bar chart* yang memuat kesadaran mahasiswa akan tempat servis motor Honda. Berdasarkan *bar chart* tersebut, sebagian besar mahasiswa melakukan pembelian suku cadang dan servis motor di bengkel resmi, yaitu AHASS. Namun demikian, terdapat pula sejumlah mahasiswa yang lebih memilih melakukan servis di bengkel umum. Beberapa alasan yang mendasari pilihan tersebut antara lain lokasi bengkel AHASS yang dinilai terlalu jauh dari tempat tinggal, dugaan bahwa biaya servis di AHASS relatif lebih tinggi, serta sudah kenal dengan petugas bengkel umum langganan.



**Gambar 4.28** Pie Chart Kesadaran Terhadap Varian AHM Oil

Gambar 4.28 menunjukkan *pie chart* yang memuat kesadaran mahasiswa terhadap varian AHM Oil. Berdasarkan *pie chart* tersebut, mayoritas mahasiswa telah mengetahui kedua varian AHM Oil, yaitu SPX dan MPX sebesar 39%, hanya mengetahui MPX sebesar 23%, dan hanya mengetahui SPX sebesar 11%. Sementara itu, sebanyak 27% mahasiswa belum mengetahui varian dari AHM Oil. Selain itu, sebagian besar mahasiswa belum mengetahui adanya kemasan baru dari AHM Oil, meskipun inovasi pada kemasan tersebut, seperti fitur *QR Code* dan segel hologram, telah cukup dikenal oleh mahasiswa.



**Gambar 4.29** Rekomendasi dan Sumber Data Infografis

Gambar 4.29 menunjukkan bagian dari infografis berupa rekomendasi bagi pihak MPM berdasarkan temuan yang telah disajikan dalam infografis sebelumnya. Rekomendasi tersebut menekankan perlunya edukasi berkelanjutan serta promosi yang tepat sasaran guna meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya penggunaan suku cadang asli dan layanan servis resmi motor Honda melalui AHASS. Upaya ini dinilai penting untuk memperkuat pemahaman mahasiswa dalam merawat kendaraan secara optimal. Seluruh isi infografis ini disusun berdasarkan data hasil survei *sparepart* yang dilakukan oleh MPM pada tahun 2025.

#### 4.2.5 Hasil Makalah Tentang Analisis *Topic Modeling Review* Aplikasi BromPit Menggunakan *Latent Dirichlet Allocation (LDA)*

Topik tugas khusus wajib berupa makalah yang dipilih penulis adalah mengenai Analisis *Topic Modeling Review* Aplikasi BromPit Menggunakan *Latent Dirichlet Allocation (LDA)*. BromPit merupakan aplikasi digital milik MPM Honda Jatim yang memfasilitasi pemilik motor Honda dalam melakukan booking service di bengkel resmi AHASS. Penulis menganalisis sebanyak 2.378 *review* pengguna aplikasi BromPit yang diperoleh dari Google Play selama periode Januari 2024 hingga Mei 2025. Data *review* tersebut dianalisis menggunakan metode *topic modeling* berbasis algoritma Latent Dirichlet Allocation (LDA) setelah melalui tahapan *text preprocessing* seperti *cleaning*, *lemmatization*, penghapusan *stopwords*, dan *tokenization*. Penentuan jumlah topik optimal dilakukan dengan menghitung *coherence score* pada berbagai jumlah topik menggunakan parameter  $\alpha = 0,01$  dan  $\beta = 0,1$ . Hasil terbaik diperoleh saat jumlah topik sebanyak lima, karena menghasilkan *coherence score* tertinggi sebesar 0,570.





## Wordcloud untuk Topik 5



Gambar 4.34 Wordcloud Topik 5

Gambar 4.34 menunjukkan *wordcloud* topik 5 menunjukkan kata seperti "layan", "ramah", "sip", "muas", "mantapp", dan "ntapp" yang menunjukkan kepuasan terhadap kualitas pelayanan petugas. Kata seperti "oke", "gud", dan "bagus" menambah nuansa positif dalam penilaian pengguna terhadap sikap petugas. Adanya kata "terima kasih", "jaya", dan "bro" juga menandakan hubungan yang personal dan pengalaman menyenangkan yang dialami oleh pelanggan. Secara keseluruhan, topik ini dapat diartikan sebagai "pelayanan ramah dan memuaskan dari petugas", yang memperlihatkan bahwa sikap petugas menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Tabel 4.1 Identifikasi Tema Setiap Topik

Topik ke-	Tema Topik
1	Kepuasan terhadap layanan booking dan kecepatan servis
2	Kesan umum terhadap aplikasi dan kemudahan penggunaan
3	Keluhan terhadap proses layanan servis dan aplikasi
4	Fungsi dan peran aplikasi dalam sistem pelayanan resmi (AHASS/MPM)
5	Pelayanan ramah dan memuaskan dari petugas

Tabel 4.1 menunjukkan lima tema utama yang diperoleh dari hasil pemodelan topik menggunakan LDA. Masing-masing topik memiliki fokus yang berbeda, mencerminkan ragam persepsi dan pengalaman pengguna terhadap aplikasi BromPit. Topik 1 dan 5 menekankan kepuasan terhadap layanan servis, baik dari segi sistem maupun sikap petugas. Topik 2 dan 4 menyoroti penilaian terhadap aplikasi secara umum serta peranannya dalam sistem layanan resmi, sementara topik 3 mengangkat sisi negatif berupa hambatan teknis yang dialami pengguna. Pembagian tema ini menunjukkan bahwa ulasan pengguna tidak bersifat homogen, melainkan terdiri atas berbagai sudut pandang yang dapat dijadikan acuan evaluasi layanan.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

1. *Dashboard* Hubungan Motor dengan Variabel Sosio-Ekonomi dirancang untuk Divisi *Marketing Communication and Development* sebagai alat pemantauan pasar sepeda motor. *Dashboard* ini menyediakan berbagai visualisasi data dinamis, seperti grafik produksi, ekspor, peta jumlah motor dan panjang jalan, serta hubungan antara variabel sosio-ekonomi dengan jumlah motor. Beberapa filter berdasarkan tanggal dan provinsi memudahkan pengguna dalam mendapatkan informasi yang relevan dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data.
2. *Form Data Entry Study Market* NTT Tahun 2025 dan Survei Konsumen Pasif AHASS dirancang untuk mempermudah surveyor dalam menginput data survei secara sistematis dan akurat. Dengan adanya form ini, proses pengumpulan data lapangan menjadi lebih efisien dan valid untuk analisis perilaku konsumen di wilayah NTT.
3. Infografis mengenai Kesadaran Mahasiswa: Preferensi *Sparepart* dan Servis Motor Honda menyajikan informasi mengenai perilaku mahasiswa dalam pembelian *sparepart* selama satu tahun terakhir. Selain itu, infografis ini memuat tingkat kesadaran mahasiswa terhadap merek *sparepart* resmi Honda dan warna kemasan resminya. Selanjutnya ditampilkan pula kesadaran mahasiswa terkait lokasi servis resmi Honda, pemahaman terhadap varian produk AHM Oil, serta rekomendasi yang ditujukan kepada MPM berdasarkan temuan data tersebut.
4. Identifikasi tema utama dari *review* pengguna aplikasi BromPit menggunakan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) menunjukkan bahwa topik yang dominan meliputi kemudahan proses servis, penilaian umum terhadap aplikasi, keluhan terkait layanan, fungsi aplikasi dalam sistem pelayanan resmi, dan kualitas pelayanan petugas. Hal ini menggambarkan persepsi pengguna secara menyeluruh terhadap aplikasi dan layanan yang diberikan.

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan kepada PT Mitra Pinasthika Mulia (MPM) adalah secara rutin melakukan *monitoring* dan evaluasi terhadap data yang ditampilkan pada *dashboard*, guna memastikan bahwa informasi yang tersedia tetap akurat dan relevan. Hasil analisis terhadap *review* pengguna aplikasi BromPit juga perlu dimanfaatkan sebagai dasar diskusi tim layanan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan responsivitas terhadap keluhan pelanggan. Selain itu, pelatihan secara berkala bagi tim survei perlu dilakukan agar proses pengumpulan data berjalan secara konsisten dan valid. Berdasarkan temuan dalam infografis, MPM juga perlu memperkuat upaya edukasi berkelanjutan serta promosi yang tepat sasaran untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya penggunaan *sparepart* asli dan layanan servis resmi Honda melalui AHASS. Seluruh langkah ini diharapkan dapat mendorong pemahaman mahasiswa dalam merawat kendaraan secara lebih optimal.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR PUSTAKA

- Abedin, I., Mukherjee, T., Kim, A. R., Lee, S. R., Kim, H., & Kundu, S. (2024). Fragile futures: Evaluating habitat and climate change response of hog badgers (*Mustelidae: Arctonyx*) in the conservation landscape of mainland Asia. *Ecology and Evolution*, *14*(8), e70160. <https://doi.org/10.1002/ece3.70160>
- Alharbi, T., Abdelrahman, K., El-Sorogy, A. S., & Ibrahim, E. (2023). Contamination and health risk assessment of groundwater along the Red Sea coast, Northwest Saudi Arabia. *Marine Pollution Bulletin*, *192*, 115080. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2023.115080>
- Bessler, L. (2023). Bubble Plots. In L. Bessler (Ed.), *Visual Data Insights Using SAS ODS Graphics: A Guide to Communication-Effective Data Visualization* (pp. 263–281). Apress. [https://doi.org/10.1007/978-1-4842-8609-8\\_7](https://doi.org/10.1007/978-1-4842-8609-8_7)
- Cavole, L. M., Andrade-Vera, S., Marin Jarrin, J. R., Dias, D. F., Aburto-Oropeza, O., & Barrágan-Paladines, M. J. (2020). Using local ecological knowledge of Fishers to infer the impact of climate variability in Galápagos' small-scale fisheries. *Marine Policy*, *121*, 104195. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2020.104195>
- Daniele Santiago. (2023). *How to Choose the Ideal Chart?* <https://medium.com/@daniele.santiago/how-to-choose-the-ideal-chart-5f0bed5c0657>
- Ismaeel, O. A. (2021). An Active Cartographic Representation of Colored Choropleth Map in GIS: Populations Density of Old Mosul City Neighborhoods in 2012 as a Model. *Ilkogretim Online*, *20*(5). <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.05.36>
- Issah, I., Appiah, O., Appiahene, P., & Inusah, F. (2023). A systematic review of the literature on machine learning application of determining the attributes influencing academic performance. *Decision Analytics Journal*, *7*, 100204. <https://doi.org/10.1016/j.dajour.2023.100204>
- Khedikar, K. A. (2021). Data Analytics for Business Using Tableau. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3835030>
- Lestari, K. S., & Henderi, H. (2021). Model Dashboard Information System untuk Peningkatan Kualitas Pengelolaan Jurnal Ilmiah. *Jurnal Ilmiah Matrik*, *23*(2), 142–149. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v23i2.1405>
- Lin, X., Yang, T., & Law, S. (2025). From points to patterns: An explorative POI network study on urban functional distribution. *Computers, Environment and Urban Systems*, *117*, 102246. <https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2024.102246>
- Lita Febriani. (2024). *Ekspor Motor Indonesia Anjlok 23 Persen, Ini Sebabnya*. [https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/11/07/ekspor-motor-indonesia-anjlok-23-persen-ini-sebabnya#google\\_vignette](https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/11/07/ekspor-motor-indonesia-anjlok-23-persen-ini-sebabnya#google_vignette)
- Lukman, Rachmasari Pramita Wardhani, Selvia Sarungu, & Irma Andrianti. (2024). Penggunaan Metode Seven Tool Dengan Diagram Scatter Dalam Pembelajaran Pengendalian Mutu Secara Statistik. *JURNAL TEKNO SAINS KODEPENSA*, *5*(1), 27–33. <https://doi.org/10.54423/teknosains.v5i1.81>
- MPM. (n.d.). PT. MITRA PINASTHIKA MULIA. *Distributor Dan Dealer Resmi Motor Honda Jawa Timur*. Retrieved May 26, 2025, from <https://www.mpmhondajatim.com/tentang-kami>
- MPM. (2019). MOST RISET. *MOST RISET*. <http://most.mpm-motor.com/web/login>
- Nursyahrina, Defit, S., & Sovia, R. (2024). Metode BERTopic dan LDA untuk Analisis Tren Penelitian Bidang Ilmu Komputer. *Jurnal KomtekInfo*, 332–341. <https://doi.org/10.35134/komtekinfo.v11i4.580>
- Pongoh, B. R., Ahmad, L., & Idwan, H. (2024). Sistem Informasi Infografis Berbasis Web Pada Kantor Dinas Pangan Provinsi Aceh. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, *1*(1), 34–44. <https://doi.org/10.35870/jikti.v1i1.736>
- Priskilla, V. G., Oslan, Y., & Ernawati, L. (2021). Implementasi Dashboard Untuk Visualisasi Data Penerimaan Mahasiswa Baru Studi Kasus: Universitas Kristen Duta Wacana. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, *5*(2), 11–23. <https://doi.org/10.21460/jutei.2021.52.234>
- Ramadhani, S., Priyadi, Y., & Adrian, M. (2023). Implementation of Design Conformance Measurement Process Between Data Entry Form and Class on SRS Penguin. *2023 3rd International Conference on Electronic and Electrical Engineering and Intelligent System (ICE3IS)*, 258–263. <https://doi.org/10.1109/ICE3IS59323.2023.10335191>

- Ruliyanti, T., Sudarmin, Sumarni, W., & Ulum, M. (2022). *The Development of Questionnaire Instruments Assisted by Google Form Application to Measure Students' Cep Characters on The Stem Integrated Chemistry Module: 6th International Conference on Science, Education and Technology (ISET 2020)*, Semarang, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211125.002>
- Satrio Adhy. (2024). *Penyebab Penjualan Motor Tetap Tumbuh di 2024*. <https://otomotif.katadata.co.id/motor/penyebab-penjualan-motor-tetap-tumbuh-di-2024-11655>
- Suharsono, A., Mashuri, M., Wibawati, W., Khusna, H., & Ahsan, M. (2023). Pelatihan Pembelajaran Statistika untuk Peningkatan Kompetensi Guru Matematika di Kabupaten Sumenep. *Sewagati*, 7(5), 672–681. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i5.542>
- Yang, W., He, J., & Zhang, X. (2025). Efficient extraction of experimental data from line charts using advanced machine learning techniques. *Graphical Models*, 139, 101259. <https://doi.org/10.1016/j.gmod.2025.101259>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat Penerimaan Magang



Surabaya, 5 Juni 2025  
Nomor : L.MPM.MULIA/MRD/204/VI/2025

Kepada Yth.  
Ibu Fausania Hibatullah, S.Stat., M.Stat  
Program Studi Sarjana Terapan Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya

Perihal : **Surat Keterangan Magang**

Dengan hormat,

Menindaklanjuti proposal pengajuan magang yang kami terima, maka kami sampaikan bahwa PT. Mitra Pinasthika Mulia memberikan kesempatan untuk melakukan magang kepada :

Nama	: KANUGRAHING CHRISTY SEKAR ARUM
Penempatan	: MARKETING COMMUNICATION & DEVELOPMENT DIVISION
Kantor	: MPM Distributor Simpang Dukuh
Alamat	: Jl. Simpang Dukuh No. 42 - 44, Genteng, Kec. Genteng, Surabaya
Masa Magang	: 7 April 2025 - 30 Juni 2025

Demikian hal ini kami sampaikan . Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

PT Mitra Pinasthika Mulia

**Suhari**  
Marketing Communication & Development Div. Head

PT Mitra Pinasthika Mulia  
Jl. Simpang Dukuh No. 42-44  
Surabaya 60275,  
Indonesia

T +62 31 532 4000  
W [mpmhondajalim.com](http://mpmhondajalim.com)

Lampiran 2. Bukti Kegiatan Magang OSCM Indonesia

**OSCM INDONESIA**  
 City of Tomorrow, UG Floor, UB 05025, Jl. Ahmad Yani No 288, Dukuh Menanggal, Kec. Gajenean, Surabaya Jawa Timur 60224  
 HP: +62 853-3659-8998, Email: oscm.indonesia1@gmail.com

---

Nama Mahasiswa : Kaningsihing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : OSCM Indonesia  
 Unit Kerja : Data Analytics  
 Nama Pembimbing Lapangan : Dr. Shovelita Santy Alrosjid  
 Waktu Magang : 10 Februari 2025 hingga 01 Maret 2025

No	Tanggal	Waktu Mulai	Waktu Selesai	Kegiatan yang Dilakukan	Tanda Tangan Pembimbing Lapangan
1	10/02/2025	10:00	18:00	Pembuatan control sheet tracking progress	<i>Neel</i>
2	11/02/2025	10:00	18:00	Melaksanakan km OSCM membahas tentang procurement	<i>Neel</i>
3	20/02/2025	10:00	18:00	Meeting bersama Procurement klien	<i>Neel</i>
4	19/02/2025	10:00	18:00	Konfirmasi alur PO dengan procurement	<i>Neel</i>
5	19/02/2025	10:00	18:00	Mengunjungi proses penerimaan barang	<i>Neel</i>
6	15/02/2025	07:30	17:00	Diskusi terkait rancangan awal master data	<i>Neel</i>
7	19/02/2025	10:00	18:00	Membuat rancangan database SKU	<i>Neel</i>
8	18/02/2025	10:00	18:00	Membuat simulasi sistem database SKU	<i>Neel</i>
9	19/02/2025	10:00	18:00	Membuat simulasi sistem database SKU	<i>Neel</i>
10	20/02/2025	10:00	18:00	Melakukan kegiatan terkait database	<i>Neel</i>
11	21/02/2025	10:00	18:00	Membuat master data SKU	<i>Neel</i>
12	22/02/2025	10:00	18:00	Melakukan kegiatan terkait database SKU	<i>Neel</i>
13	24/02/2025	10:00	18:00	Melakukan kegiatan terkait database SKU	<i>Neel</i>
14	25/02/2025	10:00	18:00	Membuat mapping SKU	<i>Neel</i>
15	26/02/2025	10:00	18:00	Membuat mapping SKU	<i>Neel</i>
16	27/02/2025	10:00	18:00	Membuat mapping SKU	<i>Neel</i>
17	28/02/2025	10:00	18:00	Membuat mapping SKU	<i>Neel</i>
18	01/03/2025	08:00	15:00	Penyusunan standar perusahaan baru SKU	<i>Neel</i>
19	03/03/2025	08:00	16:00	Finalisasi Draft PO dan PO Manual	<i>Neel</i>
20	04/03/2025	08:00	16:00	Melakukan Draft PO dan PO Manual	<i>Neel</i>

Surabaya,  
Pembimbing Magang  
*Neel*  
Dr. Shovelita Santy Alrosjid

**OSCM INDONESIA**  
 City of Tomorrow, UG Floor, UB 05025, Jl. Ahmad Yani No 288, Dukuh Menanggal, Kec. Gajenean, Surabaya Jawa Timur 60224  
 HP: +62 853-3659-8998, Email: oscm.indonesia1@gmail.com

---

Nama Mahasiswa : Kaningsihing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : OSCM Indonesia  
 Unit Kerja : Data Analytics  
 Nama Pembimbing Lapangan : Dr. Shovelita Santy Alrosjid  
 Waktu Magang : 10 Februari 2025 hingga 01 Maret 2025

No	Tanggal	Waktu Mulai	Waktu Selesai	Kegiatan yang Dilakukan	Tanda Tangan Pembimbing Lapangan
1	09/02/2025	08:00	16:00	Finalisasi Draft PO dan PO Manual	<i>Neel</i>
2	09/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
3	07/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
4	08/02/2025	08:00	15:00	Benchmarking mapping SKU	<i>Neel</i>
5	10/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
6	11/02/2025	08:00	16:00	Membuat standar pemecahan Draft PO dan Manual	<i>Neel</i>
7	15/02/2025	08:00	16:00	Membuat WI untuk kegiatan Draft PO	<i>Neel</i>
8	18/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
9	17/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
10	18/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
11	19/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
12	20/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
13	21/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
14	21/02/2025	08:00	19:00	Melakukan mapping SKU, Benchmark	<i>Neel</i>
15	24/02/2025	08:00	16:00	Melakukan mapping SKU	<i>Neel</i>
16					
17					
18					
19					
20					

Surabaya,  
Pembimbing Magang  
*Neel*  
Dr. Shovelita Santy Alrosjid

Lampiran 3. Bukti Kegiatan Magang PT Mitra Pinasthika Mulia

		DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi			
2025				Form K	
Nama Mahasiswa		: Kanugrahing Christy Sekar Arum			
NRP		: 2043211038			
Nama Mitra		: PT Mitra Pinasthika Mulia			
Unit Kerja		: Marketing Communication and Development			
Nama Pembimbing Lapangan		: Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.			
Waktu Magang		: 7 April 2025 – 30 Juni 2025			

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
Minggu ke-1					
1	07/04/2025	08:00	17:00	Mencari dan merangkum potensi positif dan negatif ekonomi dari berita	
2	08/04/2025	08:00	17:00	Mencari data dan berita untuk membuat Informasi Potensi Market April 2025	
3	09/04/2025	08:00	17:00	Mencari data dan berita untuk membuat Informasi Potensi Market April 2025	
4	10/04/2025	08:00	17:00	Membuat Form Entri Survey Study Aecore Alpha	
5	11/04/2025	08:00	17:00	Mencari data dan berita potensi negatif di Jawa Timur selama April 2025	

Surabaya, 11 April 2025  
Pembimbing Lapangan

  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

		DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi			
2025				Form K	
Nama Mahasiswa		: Kanugrahing Christy Sekar Arum			
NRP		: 2043211038			
Nama Mitra		: PT Mitra Pinasthika Mulia			
Unit Kerja		: Marketing Communication and Development			
Nama Pembimbing Lapangan		: Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.			
Waktu Magang		: 7 April 2025 – 30 Juni 2025			

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
Minggu ke-2					
1	14/04/2025	08:00	17:00	Merekap consumer survey	
2	15/04/2025	08:00	17:00	Merekap survei harga motor (perengahan April 2025)	
3	16/04/2025	08:00	17:00	Merekap consumer survey	
4	17/04/2025	08:00	17:00	Merekap consumer survey	
5	18/04/2025	-	-	Libur hari Wafat Yesus Kristus	

Surabaya, 18 April 2025  
Pembimbing Lapangan

  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

		DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi			
2025				Form K	
Nama Mahasiswa		: Kanugrahing Christy Sekar Arum			
NRP		: 2043211038			
Nama Mitra		: PT Mitra Pinasthika Mulia			
Unit Kerja		: Marketing Communication and Development			
Nama Pembimbing Lapangan		: Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.			
Waktu Magang		: 7 April 2025 – 30 Juni 2025			

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
Minggu ke-3					
1	21/04/2025	08:00	17:00	Mencari berita potensi negatif di Jawa Timur selama April 2025	
2	22/04/2025	08:00	17:00	Membuat report Telesurvey Compliance Audit Program April 2025	
3	23/04/2025	08:00	17:00	Mencari teko dealer sepeda listrik (Surabaya, Sidoarjo, Malang)	
4	24/04/2025	08:00	17:00	Mempersiapkan survei harga motor di Surabaya	
5	25/04/2025	08:00	17:00	Melakukan analisis event MPM - HDC 2025	

Surabaya, 25 April 2025  
Pembimbing Lapangan

  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

		DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi			
2025				Form K	
Nama Mahasiswa		: Kanugrahing Christy Sekar Arum			
NRP		: 2043211038			
Nama Mitra		: PT Mitra Pinasthika Mulia			
Unit Kerja		: Marketing Communication and Development			
Nama Pembimbing Lapangan		: Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.			
Waktu Magang		: 7 April 2025 – 30 Juni 2025			

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
Minggu ke-4					
1	28/04/2025	08:00	17:00	Melakukan survei harga NMAX & Filano	
2	29/04/2025	08:00	17:00	Membuat form entry survey HGP 2025	
3	30/04/2025	08:00	17:00	Melakukan survei harga NMAX	
4	01/05/2025	-	-	Libur hari buruh	
5	02/05/2025	08:00	17:00	Membuat report Potential Buyer NMAX	

Surabaya, 2 Mei 2025  
Pembimbing Lapangan

  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

Lampiran 3. Bukti Kegiatan Magang PT Mitra Pinasthika Mulia (lanjutan)

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugrahing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-5</b>					
1	05/05/2025	08:00	17:00	Merekap survei harga motor (awal Mei 2025)	
2	06/05/2025	08:00	17:00	Membuat report Informasi Sales Program & Stock Kompetitor	
3	07/05/2025	08:00	17:00	Membuat report Kredit RT Jatim Nasional 2025	
4	08/05/2025	08:00	17:00	Melakukan entry data survei customer profile	
5	09/05/2025	08:00	17:00	Melakukan entry data survei customer profile	

Surabaya, 9 Mei 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugrahing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-6</b>					
1	12/05/2025	-	-	Libur hari raya Waisak	
2	13/05/2025	08:00	17:00	Melakukan analisis sentimen iklan ekstem Yamaha	
3	14/05/2025	08:00	17:00	Membuat report sentimen iklan ekstem Yamaha	
4	15/05/2025	08:00	17:00	Merekap survei harga motor (tengah Mei 2025)	
5	16/05/2025	08:00	17:00	Membuat report market overview Bojongsogo	

Surabaya, 16 Mei 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugrahing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-7</b>					
1	19/05/2025	08:00	17:00	Membuat profile market Madiun, Besuki Lumajang, Surabaya	
2	20/05/2025	08:00	17:00	Membuat profile market Malang Blitar, Eks Surabaya, Kediri, Eks Malang, Madura	
3	21/05/2025	08:00	17:00	Membuat form entry Brand Image 2025	
4	22/05/2025	08:00	17:00	Membuat report Telesurvey Compliance Audit Program Mei 2025	
5	23/05/2025	08:00	17:00	Melakukan pengecekan trial survey brand image 2025, cleaning data potensial user fazzio	

Surabaya, 23 Mei 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugrahing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-8</b>					
1	26/05/2025	08:00	17:00	Melakukan cleaning data potensial user fazzio, cleaning survey sparepart 2025	
2	27/05/2025	08:00	17:00	Melakukan cleaning survey sparepart 2025	
3	28/05/2025	08:00	17:00	Membuat report Telesurvey Awareness Sales Program Mei 2025, membuat report summary survey barga bowal Mei 2025	
4	29/05/2025	-	-	Libur hari Kenaikan Yesus Kristus	
5	30/05/2025	08:00	17:00	Cleaning dan mengolah data untuk market share by survey 2024-2025, membuat report survey acceptance Aerox	

Surabaya, 30 Mei 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

Lampiran 3. Bukti Kegiatan Magang PT Mitra Pinasthika Mulia (lanjutan)

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugraing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-9</b>					
1	02/06/2025	08:00	17:00	Membuat report survey acceptance Aeras, membuat form entry survey brand image AHASS 2025	
2	03/06/2025	08:00	17:00	Membuat shorten link dan QR Code untuk Surat Peringatan Kegiatan Telesurvey Awareness Sales Program Periode Mei 2025, mencari berita terbaru Juni 2025 terkait Kabupaten/kota Jawa Timur	
3	04/06/2025	08:00	17:00	Melakukan cleaning survey sparepart 2025	
4	05/06/2025	08:00	17:00	Merekap survei harga motor (awal Juni 2025)	
5	06/06/2025	-	-	Libur hari raya Idul Adha	

Surabaya, 6 Juni 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugraing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-10</b>					
1	09/06/2025	08:00	17:00	Mencari berita potensi negatif di Timor Leste (Jan-Feb 2025)	
2	10/06/2025	08:00	17:00	Mengikuti zoom meeting "Safety Induction", melakukan survei harga beberapa motor Yamaha di Trenggalek dan Pacitan	
3	11/06/2025	08:00	17:00	Membuat materi infografis awareness mahasiswa terhadap sparepart dan servis motor Honda	
4	12/06/2025	08:00	17:00	Merekap potensi negatif/positif berbagai sektor di Jawa Timur	
5	13/06/2025	08:00	17:00	Melakukan entry data survey AHASS 2025	

Surabaya, 13 Juni 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugraing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-11</b>					
1	16/06/2025	08:00	17:00	Merekap survei harga motor (tengah Juni 2025)	
2	17/06/2025	-	-	Izin magang karena sakit	
3	18/06/2025	08:00	17:00	Mengumpulkan data PDRB Trenggalek, Kota Malang, dan Surabaya tahun 2018–2024, membuat form entry untuk survei MOS 2025	
4	19/06/2025	08:00	17:00	Membuat form entry untuk survei Konsumen Pasif AHASS, membuat script dan form entry mystery shopper WA	
5	20/06/2025	08:00	17:00	Membuat form entry mystery shopper WA	

Surabaya, 20 Juni 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugraing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
<b>Minggu ke-12</b>					
1	23/06/2025	08:00	17:00	Melakukan mystery shopper by WA	
2	24/06/2025	08:00	17:00	Merekap data mystery shopper	
3	25/06/2025	-	-	Izin presentasi magang di ITS	
4	26/06/2025	08:00	17:00	Melakukan pengecekan hasil survey harga bawah Juni 2025	
5	27/06/2025	-	-	Libur Tahun Baru Islam 1 Muharram 1447H	

Surabaya, 27 Juni 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakhlul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

### Lampiran 3. Bukti Kegiatan Magang PT Mitra Pinasthika Mulia (lanjutan)

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugraing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : Marketing Communication and Development  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Waktu Magang : 7 April 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Jam		Kegiatan	TTD
		Mulai	Selesai		
Minggu ke-13					
1	30/06/2025	08:00	17:00	Merekap data mystery shopper, Mencari berita terbaru WS Juni 2025 terkait Kabupaten/Kota Jawa Timur	
2					
3					
4					
5					

Surabaya, 30 Juni 2025  
 Pembimbing Lapangan  
  
 Miftakul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.

**Lampiran 4. Bukti Bimbingan Magang (Dosen Pembimbing)**

	DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS FAKULTAS VOKASI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER Bukti Kegiatan di Mitra/Instansi	
2025		Form K

Nama Mahasiswa : Kanugrahing Christy Sekar Arum  
 NRP : 2043211038  
 Nama Mitra : PT Mitra Pinasthika Mulia  
 Unit Kerja : *Marketing Communication and Development*  
 Nama Pembimbing Lapangan : Miftakhul Ardi Ikhwanus Safa, S.Stat.  
 Nama Pembimbing Departemen : Fausania Hibatullah, S.Stat., M.Stat.  
 Waktu Magang : 10 Februari 2025 – 30 Juni 2025

No	Tanggal	Materi yang dibahas	TTD
1	23/04/2025	Konsultasi dan diskusi singkat mengenai luaran magang (Rencana kasar gambaran luaran magang)	
2	28/04/2025	Bimbingan dengan Dosen Pembimbing Penyampaian Progres dan Konsultasi Luaran Magang	
3	13/06/2025	Bimbingan dengan Dosen Pembimbing Penyampaian Progres dan Konsultasi Luaran Magang	
4	16/06/2025	Bimbingan dengan Dosen Pembimbing Penyampaian Progres dan Konsultasi Luaran Magang	

Surabaya, ... Juli 2025  
 Dosen Pembimbing

Fausania Hibatullah, S.Stat., M.Stat.

## Lampiran 5. Data Dashboard

Tanggal	Daerah	Produksi Motor	Ekspor Motor	Inflasi	UMR	Jumlah Motor Nasional	Jumlah Penduduk	Panjang Jalan	PDRB
Jan-21	Indonesia	394.733	81.929	1,55%	2.687.724	117.491.402	270.204	546.624	16.976.751,40
Jan-21	Aceh	394.733	81.929	1,55%	3.165.031	2.086.604	5.275	23.650	184.979,88
Jan-21	Sumatera Utara	394.733	81.929	1,55%	2.499.423	6.076.695	14.799	40.739	859.934,26
Jan-21	Sumatera Barat	394.733	81.929	1,55%	2.484.041	2.127.503	5.535	22.649	253.100,20
Jan-21	Riau	394.733	81.929	1,55%	2.888.564	3.431.857	6.394	24.293	839.002,41
Jan-21	Jambi	394.733	81.929	1,55%	2.630.162	2.099.801	3.548	13.141	232.294,15
Jan-21	Sumatera Selatan	394.733	81.929	1,55%	3.144.446	3.137.227	8.467	19.606	493.636,85
Jan-21	Bengkulu	394.733	81.929	1,55%	2.215.000	925.394	2.011	9.191	79.602,64
Jan-21	Lampung	394.733	81.929	1,55%	2.432.002	330.518	9.008	20.759	371.198,88
Jan-21	Kep. Bangka Belitung	394.733	81.929	1,55%	3.230.024	971.047	1.456	5.783	85.961,29
Jan-21	Kepulauan Riau	394.733	81.929	1,55%	3.005.460	891.953	2.065	5.686	275.622,85
Jan-21	DKI Jakarta	394.733	81.929	1,55%	4.416.187	16.711.538	10.562	6.485	2.912.885,34
Jan-21	Jawa Barat	394.733	81.929	1,55%	1.810.351	12.689.634	48.274	28.178	2.204.660,23
Jan-21	Jawa Tengah	394.733	81.929	1,55%	1.798.979	16.800.333	36.516	30.544	1.419.735,15
Jan-21	DI Yogyakarta	394.733	81.929	1,55%	1.765.000	2.572.811	3.669	4.338	149.413,65
Jan-21	Jawa Timur	394.733	81.929	1,55%	1.868.777	20.031.820	40.666	42.521	2.454.792,00
Jan-21	Banten	394.733	81.929	1,55%	2.460.997	2.371.748	11.905	5.712	665.870,30
Jan-21	Bali	394.733	81.929	1,55%	2.494.000	3.862.635	4.317	8.787	220.466,43
Jan-21	NTB	394.733	81.929	1,55%	2.183.883	1.740.049	5.320	8.504	140.115,27
Jan-21	NTT	394.733	81.929	1,55%	1.950.000	841.384	5.326	23.656	110.881,41
Jan-21	Kalimantan Barat	394.733	81.929	1,55%	2.399.699	2.480.296	5.414	18.315	231.321,16
Jan-21	Kalimantan Tengah	394.733	81.929	1,55%	2.903.145	1.468.055	2.670	18.809	169.655,94
Jan-21	Kalimantan Selatan	394.733	81.929	1,55%	2.877.449	2.379.834	4.074	13.440	197.882,42
Jan-21	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
Dec-24	Jawa Barat	403.480	55.537	1,57%	2.057.495	23.348.676	50.345	28.972	2.823.338,73
Dec-24	Jawa Tengah	403.480	55.537	1,57%	2.036.947	19.154.994	37.892	31.694	1.817.776,96
Dec-24	DI Yogyakarta	403.480	55.537	1,57%	2.125.898	2.868.505	3.760	5.019	193.514,56
Dec-24	Jawa Timur	403.480	55.537	1,57%	2.165.244	19.571.995	41.815	43.812	3.168.295,58
Dec-24	Banten	403.480	55.537	1,57%	2.727.812	7.180.120	12.431	6.333	873.626,25
Dec-24	Bali	403.480	55.537	1,57%	2.813.672	4.528.746	4.433	8.707	298.441,51
Dec-24	NTB	403.480	55.537	1,57%	2.444.067	2.108.928	5.646	8.558	182.265,19
Dec-24	NTT	403.480	55.537	1,57%	2.186.826	1.004.308	5.656	24.219	137.282,48
Dec-24	Kalimantan Barat	403.480	55.537	1,57%	2.702.616	2.978.605	5.696	16.701	300.166,89
Dec-24	Kalimantan Tengah	403.480	55.537	1,57%	3.261.616	1.787.508	2.810	17.834	222.864,50
Dec-24	Kalimantan Selatan	403.480	55.537	1,57%	3.282.812	2.770.194	4.273	13.803	286.818,87
Dec-24	Kalimantan Timur	403.480	55.537	1,57%	3.360.858	3.043.787	4.046	13.368	858.430,74
Dec-24	Kalimantan Utara	403.480	55.537	1,57%	3.361.653	265.242	740	4.643	146.793,48
Dec-24	Sulawesi Utara	403.480	55.537	1,57%	3.545.000	947.982	2.702	10.571	187.374,29
Dec-24	Sulawesi Tengah	403.480	55.537	1,57%	2.736.698	1.364.744	3.122	17.246	376.950,32
Dec-24	Sulawesi Selatan	403.480	55.537	1,57%	3.434.298	4.507.930	9.463	30.045	696.252,76
Dec-24	Sulawesi Tenggara	403.480	55.537	1,57%	2.885.964	995.935	2.793	13.760	189.481,75
Dec-24	Gorontalo	403.480	55.537	1,57%	3.025.100	490.219	1.228	5.512	54.554,50
Dec-24	Sulawesi Barat	403.480	55.537	1,57%	2.914.958	414.147	1.503	5.648	64.214,88
Dec-24	Maluku	403.480	55.537	1,57%	2.949.953	366.080	1.946	8.692	62.646,24
Dec-24	Maluku Utara	403.480	55.537	1,57%	3.200.000	358.309	1.356	7.361	95.787,67
Dec-24	Papua Barat	403.480	55.537	1,57%	3.393.500	351.274	579	7.737	76.177,48
Dec-24	Papua	403.480	55.537	1,57%	4.024.270	808.783	1.061	9.253	85.914,33

## Lampiran 6. Data Infografis

Perilaku Pembelian Sparepart	Merk Sparepart Resmi Honda	Warna Kemasan	Kesadaran AHM Oil	Kemasan Baru AHM Oil	Inovasi kemasan baru AHM Oil	Tempat servis motor yang dituju	Kenapa tidak di AHASS?
Aki	Honda	Merah	tahu SPX & MPX	Tidak	Tidak tahu	AHASS	-
Aki	AHM	Merah	Tidak	Tidak	Tidak tahu	AHASS	-
Kanvas Rem	Honda	Merah	Tidak	Tidak	Tidak tahu	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
Aki	tidak tau	Merah	Tidak	Tidak	Tidak tahu	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
Aki	Honda	Merah	tahu SPX & MPX	Tidak	Warna baru	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
Ban	Honda	Merah	Tidak	Tidak	Tidak tahu	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
Aki	Honda	Merah	Tidak	Tidak	Tidak tahu	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
Aki	Honda	Merah Tua	MPX	Tidak	Tidak tahu	AHASS	-
Aki	AHM	Merah	MPX	Tidak	Tidak tahu	Bengkel umum biasa	-
Kanvas Rem	AHM	Merah	MPX	Ya	Segel hologram	SPBU	Kenyamanan bengkel/toko
Busi	Federal Part	Merah	Tidak	Tidak	Tidak tahu	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
Kanvas Rem	Honda Genuine Part	Merah Tua	SPX	Tidak	Tidak tahu	SPBU	Outlet bisa dipercaya/tidak
Busi	Astra Part	Merah Tua	MPX	Tidak	QR Code	AHASS	-
Busi	AHM	Merah	tahu SPX & MPX	Tidak	Tidak tahu	AHASS	-
Vbelt	Honda	Putih	tahu SPX & MPX	Tidak	Tidak tahu	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
Kanvas Rem	Honda	Merah	MPX	Tidak	Warna baru	Bengkel umum biasa	Kemudahan lokasi
Aki	Honda	Merah	MPX	Ya	Tidak tahu	AHASS	-
Kanvas Rem	AHM	Merah	tahu SPX & MPX	Tidak	Kode pengaman	Bengkel umum biasa	-
Ban	AHM	Merah	SPX	Ya	QR Code	AHASS	-
Vbelt	Honda Genuine Part	Merah	tahu SPX & MPX	Ya	QR Code	Bengkel umum biasa	-
Jok	Honda Genuine Part	Merah	SPX	Ya	QR Code	AHASS	-
Ban	Honda Genuine Part	Merah	tahu SPX & MPX	Ya	QR Code	AHASS	-
Cover knalpot	AHM	Merah	tahu SPX & MPX	Tidak	Segel hologram	Bengkel umum biasa	-
Spion	Honda Genuine Part	Merah	SPX	Ya	Segel hologram	AHASS	-
Ban	Honda Genuine Part	Merah	Tidak	Tidak	Tidak tahu	AHASS	-
Vbelt	AHM	Merah	MPX	Ya	Segel hologram	AHASS	-
Kanvas Rem	Honda	Merah	tahu SPX & MPX	Ya	Segel hologram	AHASS	-
Ban	AHM	Merah	tahu SPX & MPX	Tidak	Tidak tahu	AHASS	-
Busi	AHM	Merah	tahu SPX & MPX	Ya	Segel hologram	AHASS	-
Busi	AHM	Merah	tahu SPX & MPX	Tidak	Tidak tahu	AHASS	-

**Lampiran 7. Data Makalah**

<b>Tanggal</b>	<b>Score</b>	<b>Content</b>
02/01/2024	5	Oke apk nya
02/01/2024	5	Siip
02/01/2024	5	Aplikasi mudah
03/01/2024	5	oke sip
03/01/2024	5	Bahus
03/01/2024	5	Mantap brompit
03/01/2024	5	Apk yang mudah
03/01/2024	5	Oke sip
03/01/2024	5	Oke mantul brompit
03/01/2024	5	Praktis dan gampang
03/01/2024	5	Apk mudah sekali
04/01/2024	5	Sangat mudah untuk servise
04/01/2024	5	Aplikasinya bagus dan menarik serta mempermudah saya
04/01/2024	5	Aplikasi yang mudah
04/01/2024	5	Pelayanan baik sekali
04/01/2024	5	Oke bagus
04/01/2024	5	Mantap apk nya
04/01/2024	5	sangat membantu dalam urusan motor honda,recommended bgt 😊
04/01/2024	5	Bagus
04/01/2024	5	Mudah sekali aplikasinya bagi pengguna baru
05/01/2024	1	Merepotkan
05/01/2024	5	Mantappp
:	:	:
28/04/2025	4	untuk katalog sparepart tidak lengkap...yang di cari banyak yang gak ada
28/04/2025	2	perbaiki lagi log out bentar tidak bisa masuk lagi
29/04/2025	5	trimaksig kk
30/04/2025	5	pelayanan sangat ramah, ruang tunggu nyaman 🙏
30/04/2025	5	oke
01/05/2025	1	Aplikasi percuma. Sudah booking jadwal tidak sesuai dengan bengkel. Buang <sup>2</sup> waktu. Tlp CS jawaban tergantung bengkel AHASS jadwalnya.
01/05/2025	5	pelayanan Ahass mpm Ngawi sangat istimewa
01/05/2025	1	aplikasi ribet pollll!!!!!!
01/05/2025	5	bagus kwalitass servisnya
01/05/2025	5	mudah untuk mengingat jadwal service berkalanya
01/05/2025	5	top
02/05/2025	5	pelayanan sangat memuaskan Ahass MPM ngawi...semoga berkembang lebih memuaskan lagi...konsisten terus
02/05/2025	5	pelayanan ahass mpm ngawi sangat bagus
02/05/2025	5	trimaksih
02/05/2025	5	trimaksih
02/05/2025	5	Honda mantap, saran aja untuk pembelian cas BPKB-nya jgn lama" masak harus nunggu 6 bulan. STNK juga pajak saja yang keluar untuk STNK platnya belum.
02/05/2025	5	trimaksih
02/05/2025	5	Sangat membantu
03/05/2025	1	malah bikin ribet, service sdh selesai adm msh proses 🙄🙄
03/05/2025	5	mantp
03/05/2025	1	ngapain buat booking by aplikasi begini kalau di lokasi masih harus nunggu antrian.
03/05/2025	5	mantap

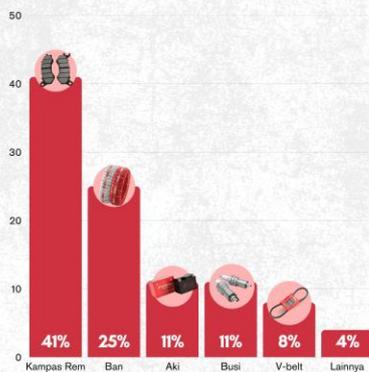
Lampiran 8. Infografis



## KESADARAN MAHASISWA: PREFERENSI SPAREPART & SERVIS MOTOR HONDA

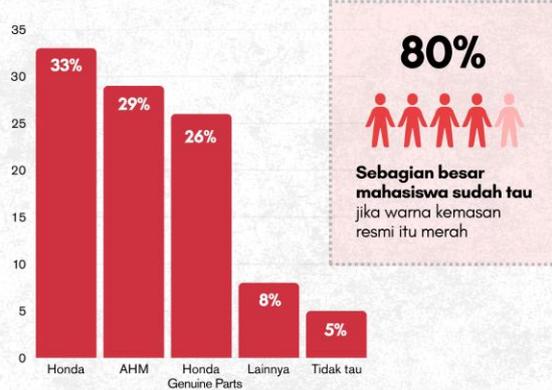
Sepeda motor Honda adalah pilihan populer di kalangan mahasiswa. Namun, sejauh mana mereka menyadari pentingnya penggunaan sparepart asli dan layanan servis yang tepat?

### Perilaku Pembelian Sparepart dalam 1 Tahun Terakhir



Mahasiswa aware untuk mengganti sparepart dan kebanyakan mengganti **kanvas rem** atau **ban**, sementara itu kategori 'Lainnya' mencakup beragam suku cadang seperti **rantai** dan **kampas kopling**

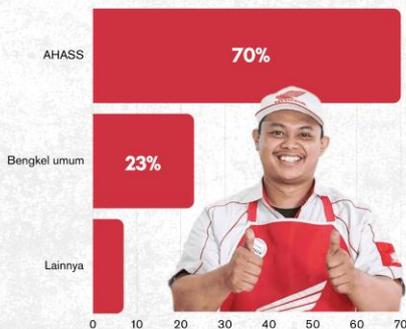
### Kesadaran Merk Sparepart Resmi Honda



**80%**  
Sebagian besar mahasiswa sudah tau jika warna kemasan resmi itu merah

Kebanyakan mahasiswa tahu bahwa HGP dan AHM adalah merk resmi, namun mayoritas cenderung menyebutkan secara umum seperti 'Honda' bukan HGP dan AHM

### Kesadaran Tempat Service



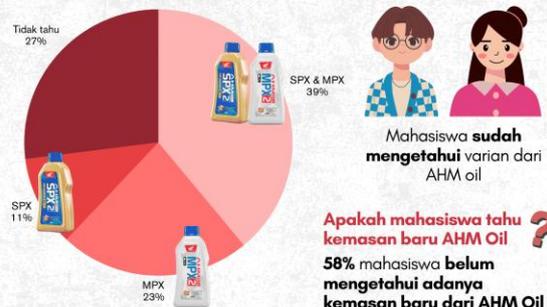
Mayoritas mahasiswa membeli sparepart dan melakukan service di bengkel resmi AHASS

### Beberapa alasan mahasiswa tidak melakukan servis dan membeli sparepart di AHASS

- ✗ Masalah lokasi, jauh dan kurang strategis
- ✗ Masalah harga, mahasiswa menduga harga di bengkel AHASS lebih mahal
- ✗ Kenal petugas bengkel, mahasiswa telah mengenal petugas bengkel yang lebih dipercaya

Beberapa hal di atas menunjukkan bahwa edukasi berkelanjutan dan promosi yang relevan sangat penting untuk memperkuat kesadaran mahasiswa akan pentingnya sparepart asli dan layanan servis motor Honda yang berkualitas

### Kesadaran Varian AHM Oil



Mahasiswa sudah mengetahui varian dari AHM oil

Apakah mahasiswa tahu kemasan baru AHM Oil? **58%** mahasiswa belum mengetahui adanya kemasan baru dari AHM Oil

Meskipun demikian, inovasi seperti QR Code dan segel hologram pada AHM Oil telah banyak diketahui oleh mahasiswa



# Analisis *Topic Modeling* Review Aplikasi BromPit Menggunakan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA)

Kanugraing Christy Sekar Arum dan Fausania Hibatullah  
Departemen Statistika Bisnis, Fakultas Vokasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya  
*e-mail*: kanugraing@gmail.com

**Abstrak**—Penggunaan aplikasi digital dalam berbagai aspek kehidupan mendorong munculnya banyak umpan balik dari pengguna dalam bentuk *review*. Informasi ini penting untuk memahami kebutuhan, pengalaman, dan kendala yang dirasakan pengguna terhadap suatu aplikasi. BromPit merupakan aplikasi layanan digital dari MPM Honda Jatim yang memfasilitasi proses *booking service* sepeda motor Honda di bengkel AHASS, serta menyediakan berbagai fitur pendukung lainnya. Penelitian ini menggunakan 2.378 *review* aplikasi BromPit dari Google Play yang dikumpulkan melalui proses *scraping*, dilanjutkan dengan *preprocessing* dan analisis *topic modeling* menggunakan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA). Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi topik utama dari *review* BromPit sebagai dasar pemetaan isu yang sering dibahas pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *review* pengguna mencerminkan lima tema utama yang mencakup kemudahan servis, penilaian terhadap aplikasi, keluhan layanan, peran aplikasi dalam sistem resmi, serta kualitas pelayanan petugas. Hasil ini diharapkan dapat menjadi dasar perbaikan layanan oleh pengembang BromPit serta menjadi rujukan untuk penelitian lanjutan yang mengeksplorasi dimensi sentimen atau kepuasan pengguna.

**Kata Kunci**—Brompit, LDA, Pengguna, Review Aplikasi, Topic Modeling

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong banyak aplikasi digital hadir untuk memudahkan berbagai aktivitas manusia. *Review* pengguna menjadi salah satu sumber informasi penting yang menggambarkan pengalaman dan opini terkait aplikasi tersebut. Namun, banyaknya data *review* membuat analisis manual menjadi tidak efektif dan memakan waktu. Oleh karena itu, diperlukan metode otomatis yang mampu mengekstrak informasi utama dari *review* secara sistematis [1]. Analisis ini sangat penting untuk memahami kebutuhan dan masalah pengguna dengan lebih cepat. Dengan demikian, pengembang dapat membuat perbaikan yang tepat sasaran berdasarkan data yang valid.

BromPit merupakan *platform digital* yang dikembangkan oleh MPM Honda Jatim untuk mempermudah konsumen melakukan *booking service* sepeda motor Honda di bengkel resmi AHASS secara terjadwal. Aplikasi ini menyediakan fitur penjadwalan servis yang fleksibel serta estimasi waktu pengerjaan yang tepat, sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna. Selain itu, BromPit menawarkan berbagai promo

menarik dan layanan tambahan seperti pelacakan status pembelian motor, pencarian lokasi bengkel AHASS terdekat, katalog produk Honda, serta sistem poin yang dapat ditukar dengan *voucher*. Dengan fitur-fitur tersebut, BromPit menjadi solusi layanan terpadu bagi pemilik motor Honda khususnya di wilayah Jawa Timur dan sekitarnya.

Penggunaan *topic modeling* dalam analisis data teks merupakan metode yang efektif untuk menemukan pola dan tema utama dalam kumpulan dokumen secara otomatis. Dalam konteks *review* aplikasi BromPit, *topic modeling* digunakan untuk mengidentifikasi topik-topik utama yang sering dibahas oleh pengguna. Dalam konteks analisis *review* aplikasi, *topic modeling* merupakan teknik untuk menemukan representasi dokumen dalam bentuk kata kunci yang mencerminkan isi dan tema utama [2]. Kata kunci ini digunakan untuk menghubungkan dokumen dengan isu tertentu berdasarkan pembelajaran berbasis tema. Pendekatan ini memungkinkan pemetaan topik secara sistematis dari data *review* yang tidak terstruktur. *Topic modeling* sangat relevan digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

*Latent Dirichlet Allocation* (LDA) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis dokumen berukuran besar dengan menghasilkan daftar topik yang diberi bobot pada setiap dokumen [2]. Metode ini menggunakan distribusi *Dirichlet* untuk menentukan distribusi topik dalam dokumen dan mengalokasikan kata-kata ke dalam topik-topik yang berbeda. LDA mengasumsikan bahwa dokumen tersusun atas beberapa topik, di mana masing-masing topik memiliki distribusi kata-kata yang mewakili model statistik dari keseluruhan dokumen. Dalam penelitian ini, LDA digunakan untuk menganalisis *review* aplikasi BromPit sehingga dapat mengungkapkan topik utama yang menjadi perhatian pengguna. Pemilihan jumlah topik dan parameter yang tepat sangat penting untuk menghasilkan model yang akurat dan informatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema dari topik utama sesuai jumlah topik optimal yang didapatkan. Manfaat penelitian ini adalah memberikan wawasan bagi pengembang aplikasi mengenai kebutuhan dan persepsi pengguna secara lebih terstruktur. Hasil penelitian dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan aplikasi BromPit ke depan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi studi analisis teks serupa di masa mendatang. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan metode analisis *review* aplikasi secara lebih efektif.

**Lampiran 10. Dokumentasi**



*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BIODATA PENULIS



Kanugrahing Christy Sekar Arum lahir di Kudus pada tanggal 24 Mei 2003 sebagai anak kedua dari dua bersaudara, putri dari pasangan Suwito dan Endah Mugirahayu. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Kanisius Kudus dan lulus pada tahun 2015. Pendidikan menengah ditempuh di SMPN 1 Kudus yang lulus pada tahun 2018, dan melanjutkan ke SMAN 1 Kudus hingga lulus pada tahun 2021. Pada tahun 2021, penulis melanjutkan studinya ke Departemen Statistika Bisnis Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Selama masa kuliah, penulis aktif menjadi asisten dosen pada beberapa mata kuliah, seperti Program Komputer 1, Manajemen Basis Data, serta Eksplorasi dan Visualisasi Data. Selain itu, penulis terlibat dalam berbagai kepanitiaan dan organisasi, seperti bendahara konser anggota baru PSM ITS, bendahara Olfaction 2022, serta kepala departemen PSDM BEM Fakultas Vokasi. Penulis juga aktif dalam kompetisi paduan suara bersama PSM ITS dan berhasil meraih penghargaan di tingkat internasional dalam ajang *Singapore International Choir Festival (SICF) 2023*. Apabila pembaca ingin berdiskusi lebih lanjut mengenai Laporan Magang ini atau memberikan kritik dan saran, silahkan hubungi penulis melalui *email* [kanugrahing@gmail.com](mailto:kanugrahing@gmail.com).