



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

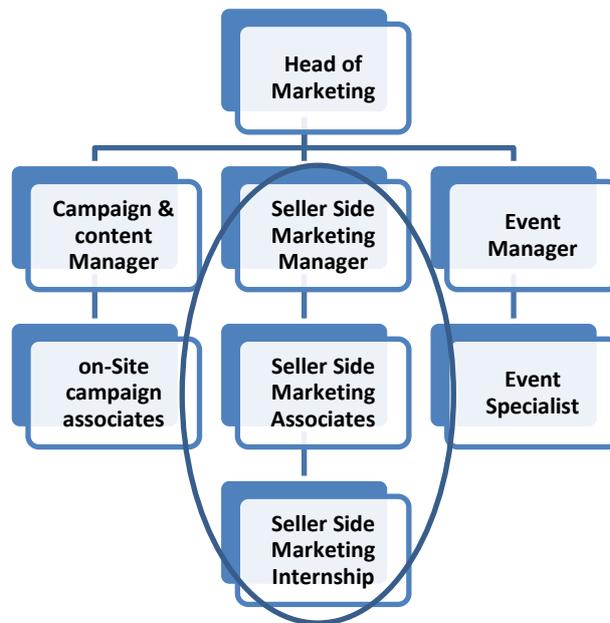
### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada dasarnya semua perusahaan memiliki kepala perusahaan yang nantiya akan menerima laporan bulanan terkait pekerjaan dari tiap divisi yang ada. Dalam praktiknya, ruang lingkup kerja divisi *Marketing* PT. Zilion Tech Indonesia sebagai berikut.

- 1) *Seller Side Marketing*
  - a) Memikirkan ide-ide hingga eksekusi untuk pelaksanaan event B2B yang akan diadakan di kota kota besar di Indonesia.
  - b) Menjalankan project event SuperApp, Reseller dan GaraSell sebagai B2B *event*.
  - c) Menghubungi *seller* dari database yang ada untuk keperluan acara.
  - d) Melakukan kegiatan evaluasi dari acara-acara yang sudah pernah diadakan.
- 2) *Event*
  - a) Mempersiapkan *event marketing plan* dari mulai ide yang unik agar pelaksanaan event menarik di lingkup *internal* maupun *eksternal* yang akan berlangsung, meneliti market terlebih dahulu mengenai nilai positif dan negatif dari pelaksanaan *event* tersebut, dan menindaklanjuti kepada pihak-pihak yang terkait untuk kelancaran acara.
  - b) Melakukan kerjasama dengan pihak ketiga dalam bentuk sponsor untuk mendapatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan pada Zlingo.
  - c) evaluasi dari acara-acara yang sudah berlangsung.
- 3) *Campaign & Content*
  - a) Melakukan kegiatan media monitoring dan kegiatan *Public Relations*.
  - b) Membuat proposal Sponsor

- c) Mencari *3<sup>rd</sup> party endorsement* untuk keperluan konten media sosial
- d) Memiliki tugas untuk melayani, memberi informasi jelas dan menampung segala keluhan, pertanyaan maupun saran yang ada di media sosial Zilingo.



Bagan 3.1 Struktur Organisasi Divisi Seller Side Marketing

Penulis ditempatkan pada divisi *Seller Side Marketing* saat melaksanakan kegiatan praktik kerja magang dan dibawah langsung oleh *Seller Side Marketing* Manager yaitu Ranu Prasetyo yang juga merupakan pembimbing pada saat kerja magang di PT Zillion Tech Indonesia.

*Seller side marketing* memiliki ruang lingkup kerja yang sesuai dengan program studi saat menjadi mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara. Divisi ini bertugas dalam merencanakan, melaksanakan dan mengawasi segala *event offline* untuk mitra Zilingo se-indonesia.

Pada pelaksanaan praktik kerja magang penulis tidak mendapatkan perlakuan khusus antara pegawai tetap maupun anak magang. Tidak ada perbedaan waktu khusus pada saat diberikan pekerjaan, setiap pekerjaan yang ada di sesuaikan dengan kebutuhan *event* dan divisi yang bekerja sama dalam pelaksanaan *event* tersebut. Dalam membantu menyelesaikan segala kegiatan yang

berkaitan dengan pemasaran B2B. Pelaksanaan event B2B memerlukan *briefing* serta *meeting* untuk pembagian divisi, seperti pembicara, *time keeper*, MC.

Sebagai praktisi kerja magang mendapatkan banyak pelajaran baru, dalam praktik kerja magang ini penulis berkoordinasi dengan pihak eksternal perusahaan. Dalam pelaksanaannya berkoordinasi dengan pihak ketiga seperti *supplier*, *merchandise*, dan pihak ketiga lainnya untuk membantu kelancaran event B2B serta membantu untuk mendapatkan ilmu baru yang tidak di dapatkan pada masa perkuliahan.

### **3.2 Tugas yang Dilaksanakan**

Secara garis besar aktifitas yang dilakukan berkaitan dengan *Project Seller Side Marketing Event*. Sebagai perusahaan baru Zilingo tentu membutuhkan kegiatan seperti *offline event* dan *campaign online* agar namanya dapat dilihat masyarakat luas dan agar penjualan dapat meningkat. Dalam praktik kerja magang, penulis harus melihat dari 2 sudut pandang yaitu Inggris dan Indonesia. Selama 60 hari menjalankan kegiatan di PT. Zillion Tech Indonesia yang terhitung dari tanggal 5 Agustus 2019 sampai 5 November 2019. Berikut adalah table dalam praktik kerja magang selama 60 hari di Zilingo.



- a) *Pre-event* adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan sebelum dilaksanakannya acara. *Pre-event* biasa di sebut dengan perencanaan sebuah acara dengan membentuk kerjasama dengan tugas masing masing. Tidak ada acara yang sukses tanpa persiapan, keberhasilan sebuah acara dapat di prediksi dari sebuah persiapan. Maka dari itu perlu perencanaan yang matang serta strategis dalam merencanakan sebuah acara. Ada beberapa tahapan untuk menyiapkan suatu acara dari pembentukan tim, menjadikan ide berubah menjadi konsep yang kreatif, *budgeting*, *rowndown*, dll.
- b) *Event* merupakan acara tersebut mulai dilaksanakan. Acara tersebut berjalan sesuai dengan koordinasi pada saat persiapan. Pada kenyataannya ada kendala yang tidak berjalan sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Pada hari acara anggota melakukan pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, professional, efektif serta efisien.
- c) *Post-event* merupakan fase dimana acara tersebut sudah selesai. Dalam fase ini kegiatan yang di lakukan adalah kontrol dan evaluasi, tujuannya dari kontrol dan evaluasi ini adalah untuk mengetahui kekurangan serta kelebihan dari acara yang sudah berjalan itu dan nantinya menjadi acuan untuk acara lain yang akan di buat agar berjalan lebih baik lagi.

Pada tanggal 5 Agustus 2019 sampai 5 November 2019 merupakan hari-hari dimana penulis melakukan praktik kerja magang di PT. Zillion Tech Indonesia. Tugas dari divisi *Seller Side Marketing* adalah mengerjakan *project event offline* untuk meningkatkan *awareness seller-seller* yang melakukan penjualan di Zilingo Indonesia. Projek *event* itu ialah Super Apps, Reseller event dan Bazar Garasell. Berikut adalah tugas selama Praktik kerja magang.

### **3.3.1 Seller Side Marketing B2B**

PT. Zillion Tech Indonesia memiliki target yang harus tercapai target tersebut antara lain adalah mengadakan Projek *event offline* SuperApps & Reseller di Kota-kota besar yang sudah bergabung menjadi mitra di Zilingo seperti Jakarta,

Bandung, Bogor, Malang, Tangerang dan Surabaya. Untuk rencana kedepan Zilingo Indonesia akan berekspansi mengunjungi kota- kota besar yang berpotensi dapat bergabung menjadi mitra atau *seller* di Zilingo Indonesia seperti Palembang, Bali, Lombok, Makasar, dan Batam. Dengan tujuan untuk membuka lebar sayap Zilingo hingga mendapatkan *seller-seller* yang ada di Indonesia. Selain itu ada juga *Project event offline* lainnya seperti bazar GaraSell. GaraSell memiliki target yang harus di penuhi setiap bulannya yaitu harus menjalankan 2 *event* bazar dan 2 *event* seminar ke tiap kampus. Namun saat ini 2 *event* seminar ke tiap kampus di bekukan karena kendala yang penulis tidak mengetahui apa penyebabnya.

Pada kesempatan ini penulis dipercaya untuk membantu *project event* SuperApps, Reseller dan GaraSell. Penulis berkoordinasi bersama Risky Fadlih selaku pemegang *project* Ressler, Siti Aulia selaku pemegang *project* SuperApp dan Carlo Hosea selaku pemegang *project* GaraSell, yang nantinya mereka akan melapor laporan ke atasan yaitu Ranu Prasetyo. Dimana pada setiap akhir bulannya membuat laporan *Seller Side Marketing* dan melakukan evaluasi bersama *head Marketing* yaitu Sarah Humaira.

## **1. Project event Garasell**

### **a) Pre-event**

Pekerjaan yang dilakukan pada saat mengerjakan *project event* Garasell yaitu mencari dan survei tempat di mana akan di adakan *event-event* bazar yang nantinya tim DSN akan berjualan untuk mencapai target mereka. Untuk membantu kelancaran *event* Garasell penulis juga mempersiapkan *Marketing tools* seperti *popup table* dan *banner* melalui *vendor* pihak ketiga demi penampilan tempat bazar yang menarik dan inovatif. Penulis juga mencari dan menghubungi *vendor* untuk keperluan team DSN berjualan seperti patung, *hanger rak*, *wagon* dll. Selain itu penulis juga mempersiapkan *merchandise* yang nantinya akan di berikan pada pembeli. Penulis juga mengikuti agenda rapat yang mereka adakan sebelum berjalannya *event* bazar Garasell. Penulis berkoordinasi dengan

Carlo Hosea selaku *Seller Side Marketing* yang mengurus *event* DSN dan bapak Nana selaku kepala *Direct Selling Networking* (DSN).

Gambar 3.1 menghubungi vendor



Sumber: Dokumen Pribadi

## b) Event

Projek *event* Garasell berjalan di berbagai tempat antara lain di Menara Jamsostek (7-9 Agustus 2019), Graha Mandiri (26-29 Agustus 2019), Wisma Mandiri (24-26 September 2019), Menara BULOG (16-18 Oktober 2019), & Patra Jasa Office Tower (29-31 Oktober 2019). Penulis memeriksa kembali keperluan bazar divisi DSN pada saat *event*, di situ juga penulis berkoordinasi untuk bagian konsumsi mereka seperti mempersiapkan air mineral, makanan tisu serta keperluan yang tim butuhkan pada hari dimana *event* sedang berjalan. pada *event* bazar di Graha Mandiri, Wisma Mandiri, Menara BULOG dan Patra Jasa Office penulis diberi kepercayaan untuk menjadi Koordinator lapangan sendiri.

Gambar 3.2 Event Garasell menara Jamsostek



Sumber: Dokumen Pribadi

### c) **Post event**

Penulis sudah melakukan kegiatan *event* bazar Garasell tentunya pada sebuah *event* ada yang berjalan sesuai dengan rencana dan ada juga yang tidak. Maka dari itu setelah berjalannya *event* bazar Garasell penulis dan tim DSN melakukan evaluasi mengenai *event* bazar tersebut apakah sudah berjalan sesuai dengan rencana atau belum, jika belum tim DSN bersama *Seller Side Marketing* mencari tau apa yang harus di perbaiki bersama. Selama *event* ini berjalan tentunya banyak negative dan positifnya.

## 2. **Project event SuperApp**

### a) **Pre-event**

Tahap ini penulis mengerjakan banyak hal seperti mencari tempat untuk pelaksanaan *event* SuperApp di berbagai kota. Penulis juga mencari catering yang dapat menghidangi makan siang setelah acara berlangsung. Setelah penulis mendata tempat dan catering yang akan di gunakan pada saat *event* nanti, penulis melakukan negosiasi guna mendapatkan pelayanan yang nyaman, tempat yang unik dan mendapatkan harga yang terjangkau dengan budget yang di berikan. Penulis juga membantu melakukan tek tok untuk melakukan pembayaran dengan orang keuangan. Demi kelancaran *event* SuperApp penulis mendata apa saja *marketing tools* yang harus di bawa ketika *event* dan mendata apakah masih banyak *merchandise* yang kita miliki, jika tidak penulis menghubungi vendor sebagai pihak ketiga untuk mencetak *brosure*, *goodiebag*, pulpen dll. Penulis juga di tugaskan mencari *master of ceremonies* (MC) untuk *event* SuperApp di bandung

Saat melakukan praktik kerja magang di Zilingo penulis menanggapi *event* SuperApp di Jakarta dari mulai mencari tempat, *negosiasi*, *dealing*, survei, membuat *budgeting*, *rundown* dan menyiapkan *marketing tools*. Tidak sampai situ ketika itu penulis juga menjadi *telemarketing* untuk mengundang *seller-seller* Zilingo untuk menghadiri acara SuperApp dan *follow up* untuk kehadiran mereka. Pada saat itu juga penulis tek tok dengan



*rundown* yang penulis buat karna kendala dari tamu undangan yang telat hadir ke acara SuperApp. Pada saat tamu undangan sudah hadir dan acara di mulai penulis memeriksa apakah *vendor* catering selaku pihak ketiga sudah selesai memasang peralatan untuk acara makan siang tamu undangan. Dalam proyek tersebut, penulis banyak memelajari hal baru. Penulis kini dapat melakukan manajemen waktu dengan efektif dan efisien, berkomunikasi dengan baik kepada *stakeholder* yang berbeda-beda, serta memahami alur kerja suatu *event* hingga ke detail terkecil. Tentunya penulis tidak berjalan sendiri sebagai anak magang, penulis di bantu oleh Siti Aulia untuk kelancaran acara SuperApp.

Gambar 3.5 event SuperApp



Sumber: Dokumen Pribadi

### c) **Post event**

Tepat di tiap akhir bulannya tim *Seller Side Marketing* melakukan evaluasi. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk mengukur keberhasilan dari event yang sudah diselenggarakan. Indikator penilaian keberhasilan suatu event yang dilaksanakan oleh Seller Side Marketing adalah feedback dari audiens dan loyalitas seller terhadap Zilingo.

Metode evaluasi yang diterapkan adalah *focus group discussion* yang dilakukan oleh tim internal *Seller Side Marketing*. Tak hanya itu, tim kami juga menjadikan kritik dan saran yang diberikan oleh audiens sebagai bahan pertimbangan internal demi terlaksananya perkembangan *event* selanjutnya.

Evaluasi juga merupakan penilaian dari keefektifitasan acara yang sudah berjalan. Indikator penilaiannya dari penyampaian pesan dan angka kesetiaan *seller* setelah itu penulis membuat report seputar *event* yang penulis kerjakan.

Gambar 3.6 Evaluasi



Sumber: Dokumen Pribadi

## 1. Project event Reseller

### a) Pre-event

Pada Tahap ini penulis mengerjakan banyak hal seperti mencari tempat untuk pelaksanaan *event* Reseller di berbagai kota. Penulis juga mencari catering yang dapat menghidangi makan siang setelah acara berlangsung. Setelah penulis mendata tempat dan catering yang akan di gunakan pada saat *event* nanti, penulis melakukan negosiasi untuk mendapatkan pelayanan yang nyaman, tempat yang unik dan mendapatkan harga yang terjangkau dengan *budget* yang di berikan. Penulis juga membantu melakukan tek tok untuk melakukan pembayaran dengan orang keuangan. Demi kelancaran *event* Reseller penulis mendata apa saja *marketing tools* yang harus di bawa ketika *event* dan mendata apakah masih banyak *merchandise* yang kita miliki, jika tidak penulis menghubungi *vendor* sebagai pihak ketiga untuk mencetak *brosure*, *goodiebag*, pulpen dll. Penulis juga di tugaskan mencari *master of ceremonies* (MC) untuk *event* Reseller di bandung.

Saat penulis melakukan praktik kerja magang di Zilingo penulis menanggapi *event* Reseller di Jakarta dari mulai mencari tempat, negoaiasi *,dealing*, survei, membuat *budgeting*, *rowndown* dan menyiapkan *marketing tools*. Tidak sampai situ ketika itu penulis juga menjadi *telemarketing* untuk mengundang *reseller-reseller* Zilingo untuk menghadiri acara Reseller dan follow up untuk kehadiran mereka. Pada saat itu juga penulis tek tok dengan dengan mas Alam selaku divisi *oprations support* untuk melakukan permintaan kirim barang keluar kota dimana akan di adakan *event* Reseller.

Pada *event* Reseller penulis inisiatif untuk menghubungi Arinta dan Fandi selaku pemegang Instagram Zilingo Asia Mall B2B untuk menanyakan proses *editing* undangan *event* Reseller yang akan dibagikan nantinya. Selain itu juga menanyakan hasil dokumentasi *event* Reseller apakah sudah dimasukan ke dalam Instagram Zilingo Asia Mall.

Gambar. 3.6 Undangan Event Reseller



Sumber : Dokumen Pribadi

## b) Event

Acara Reseller berjalan di berbagai kota besar di Indonesia di antaranya yang penulis lakukan untuk acara ini yaitu Jakarta, Bandung, dan Surabaya. penulis tidak berjalan sendiri sebagai anak magang, penulis di bantu oleh Riskie Fadlih selaku tim *Seller Side Marketing* yang memegang acara Reseller.

Pada acara Reseller penulis selaku anak magang tidak melaksanakan acara yang berjalan di kota Bandung dan Surabaya. Pada acara Reseller di Jakarta penulis mempersiapkan *banner* sebelum acara di mulai agar tamu undangan mengetahui acara Reseller Zilingo memang berada di tempat tersebut. Penulis memeriksa *sound* yang nantinya di gunakan pembicara agar tamu undangan mendengarnya, dengan demikian acara dapat berjalan dengan lancar. Setelah *sound* dan *banner* sudah di periksa penulis bekerja sebagai penerima tamu undangan, penulis mendata tamu undangan untuk memeriksa kembali apakah tamu undangan ini di undang oleh tim *Seller Side Marketing* atau di ajak oleh rekan *seller*. Data ini akan di simpan oleh pihak tim *Seller Side Marketing* ketika akan di adakan acara Reseller di Jakarta bulan depannya. Setelah tamu undangan hadir dan mengisi data penulis memberika *merchandise* untuk ucapan termikasih telah hadir di acara Reseller Zilingo. Acara tidak berjalan sesuai dengan *rundown* yang penulis buat karna kendala dari tamu undangan yang telat datang untuk menghadiri acara Reseller. Pada saat tamu undangan sudah berdatangan dan acara di mulai penulis memeriksa apakah *vendor* catering selaku pihak ketiga sudah selesai memasang peralatan untuk acara makan siang tamu undangan. Penulis mendapatkan banyak pelajaran seperti berkomunikasi dengan rekan *seller*, mengetahui apa yang harus di persiapkan pada saat acara hingga melaksanakan koordinasi dengan tim pada saat penulis bekerja sebagai proyek *event* Reseller.

Gambar. 3.7 Event Reseller



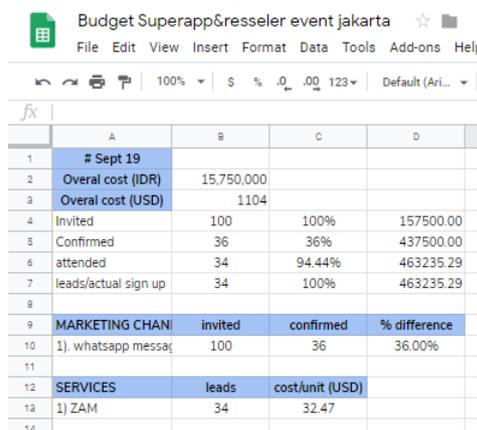
Sumber : Dokumen Pribadi

### c) Post event

Akhir bulan tim *Seller Side Marketing* melakukan evaluasi secara rutin. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk mengukur keberhasilan dari event yang sudah diselenggarakan. Indikator penilaian keberhasilan suatu event yang dilaksanakan oleh Seller Side Marketing adalah feedback dari audiens dan loyalitas seller terhadap Zilingo.

Metode evaluasi yang diterapkan adalah focus group discussion yang dilakukan oleh tim internal Seller Side Marketing. Tak hanya itu, tim kami juga menjadikan kritik dan saran yang diberikan oleh audiens sebagai bahan pertimbangan internal demi terlaksananya perkembangan event selanjutnya. Evaluasi juga merupakan penilaian dari keefektifitasan acara yang sudah berjalan. Indikator penilaiannya dari penyampaian pesan dan angka *loyalitas seller* setelah itu penulis membuat report seputar *event* yang penulis kerjakan.

Gambar 3.8 report event



	A	B	C	D
1	# Sept 19			
2	Overall cost (IDR)	15,750,000		
3	Overall cost (USD)	1104		
4	Invited	100	100%	157500.00
5	Confirmed	36	36%	437500.00
6	attended	34	94.44%	463235.29
7	leads/actual sign up	34	100%	463235.29
8				
9	MARKETING CHANNEL	invited	confirmed	% difference
10	1). whatsapp message	100	36	36.00%
11				
12	SERVICES	leads	cost/unit (USD)	
13	1) ZAM	34	32.47	
14				

Sumber: Dokumen pribadi

### 3.3.2 Event Marketing B2C

Pada kesempatan ini penulis ditugaskan oleh Siti Aulia untuk membantu divisi B2C dalam menyelenggarakan undian pemenang konten 9.9 Zilingo, dari mulai mendata pemenang undian hingga ke-10 pemenang, menyiapkan makanan untuk juri pengundi, hingga tempat dimana mengundi pemenang konten tersebut. Penulis ditugaskan untuk mencari konsumsi untuk juri. Agar acara berlangsung dengan steril dan jujur, pihak Zilingo B2C mengundang pegawai negeri dari kementerian sosial serta polisi agar tidak terjadi kecurangan serta kesalahpahaman oleh pihak pemenang dan anggota yang mengikuti *campaign* tersebut. Tak hanya itu, rangkaian acara juga didokumentasikan oleh tim Zilingo.

Gambar. 3.9 Suasana pengundian pemenang Konten 9.9



Sumber : Dokumen Pribadi