



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:

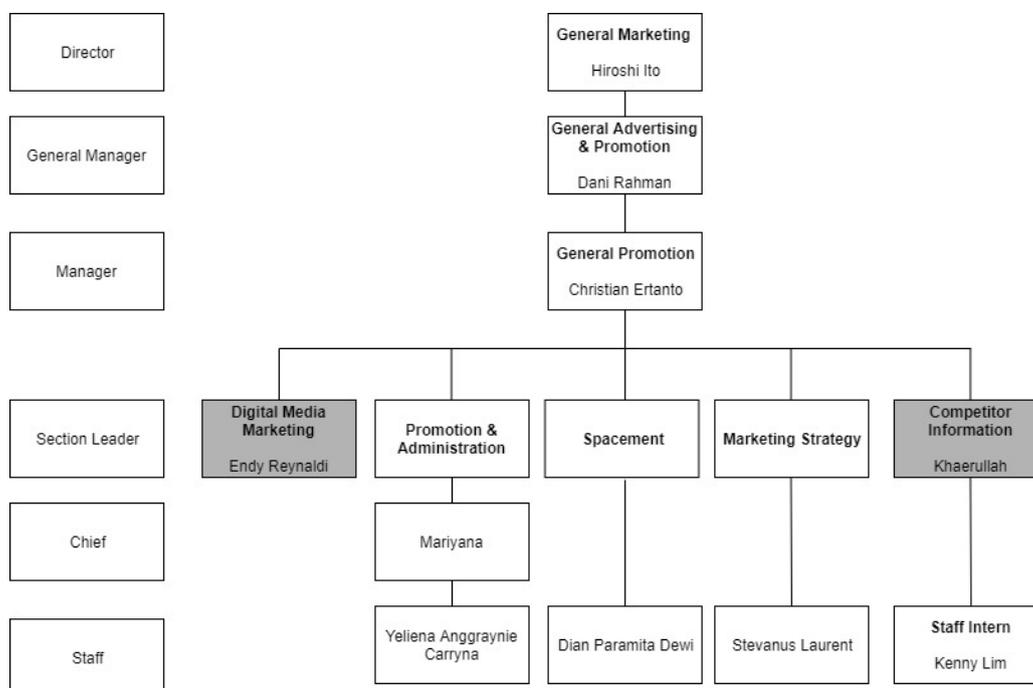
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama proses melaksanakan praktik kerja magang di PT. Mandom Indonesia Tbk, penulis ditempatkan di *Divisi General Marketing*, bagian *General Advertising and Promotion*, dalam *Team Promotion* sebagai *staff intern*. Dalam proses pelaksanaannya, penulis dibimbing oleh Bapak Christian Ertanto selaku pembimbing lapangan dan *Manager General Promotion*, lalu Bapak Dani Rahman selaku *General Manager* dari divisi *General Advertising and Promotion*, dan yang terakhir Bapak Hiroshi Ito selaku *Direktur Divisi General Marketing*. Selanjutnya, dalam proses praktik kerja magang sehari-hari penulis didampingi oleh para rekan kerja yang luar biasa dari *Team General Promotion* yaitu Pak Rey, Pak Uwo, Mbak Yana, Mbak Carryn, Mbak Mita, dan Kak Ivan.



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Team Promotion PT. Mandom Indonesia Tbk.

Sumber: Data Perusahaan 2019.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berdasarkan rencana kerja perseroan, Tugas-tugas pokok yang dilakukan oleh para *Team General Advertising & Promotion* PT. Mandom Indonesia Tbk secara umum adalah:

1. Mengontrol dan memperkuat organisasi *A&P General*
2. Koordinasi dan membuat *Plan Strategi A&P* dan *Marketing Plan New Product*
3. Bertanggung jawab untuk menciptakan orientasi *profit* dalam aktivitas *A&P General*
4. Melakukan monitor dan mengontrol *budget* departemen secara efektif dan tepat
5. Menjalin komunikasi dan informasi melalui *SPG/MD* tentang keinginan konsumen
6. *Handling* komplain dari pelanggan.

Untuk menyesuaikan *major* peminatan penulis dalam dunia perkuliahan yang berfokus kepada bagian Manajemen Operasional serta juga menyesuaikan kebutuhan dari *Team General Promotion*, maka dibawah ini adalah pekerjaan yang penulis lakukan dalam praktik kerja magang di PT. Mandom Indonesia Tbk, baik dari secara rutin ataupun tambahan:

1) Tugas Rutin:

1. Mempelajari dan menganalisa *briefing* produk (*Renewal, Refine, Revision* dan *New Product*) dari *Team Product Development* dan membantu Pak Reynaldi dalam membuat Infografik untuk dijadikan materi dalam *Instore Activity*.
2. Mempelajari aktivitas yang sedang ataupun sudah berjalan di PT. Mandom Indonesia Tbk (Baik meliputi, membaca laporan, atau melakukan wawancara) untuk membantu Pak Khaerullah dalam membuat konten *Media Marketing Digital*.

2) Tugas Tidak Rutin:

1. Mengunjungi *Factory* PT. Mandom Indonesia Tbk di Kawasan Industri MM2100, Bekasi untuk membantu *section promotion & administration* mengontrol *promotion tools* di pabrik.
2. Karena penulis merupakan anak kuliah berumur 17 – 21 yang merupakan salah satu target konsumen dari banyak produk dari PT. Mandom Indonesia Tbk, maka penulis sangat sering membantu *Team General Product Development* dalam melakukan angket dan juga diskusi dua arah terkait pengembangan produk.
3. Membantu *team advertising* menyiapkan produk untuk kegiatan yang di sponsori oleh Gatsby.
4. Membantu *team spacement* dalam menyusun Planogram untuk dikirimkan kepada para *team SPG/MD* guna penyusunan produk di rak-rak toko ritel.
5. Membantu mencari ide promosi bagi aktivitas pemasaran produk PT. Mandom Indonesia Tbk, baik itu *Instore Activity* maupun *Promotional Activity*.
6. Penulis membuat surat antar kirim hadiah untuk kepada pemenang kuis Apa Kabar Salesman yang dimuat setiap bulannya di *Media Marketing Digital* PT. Mandom Indonesia Tbk.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

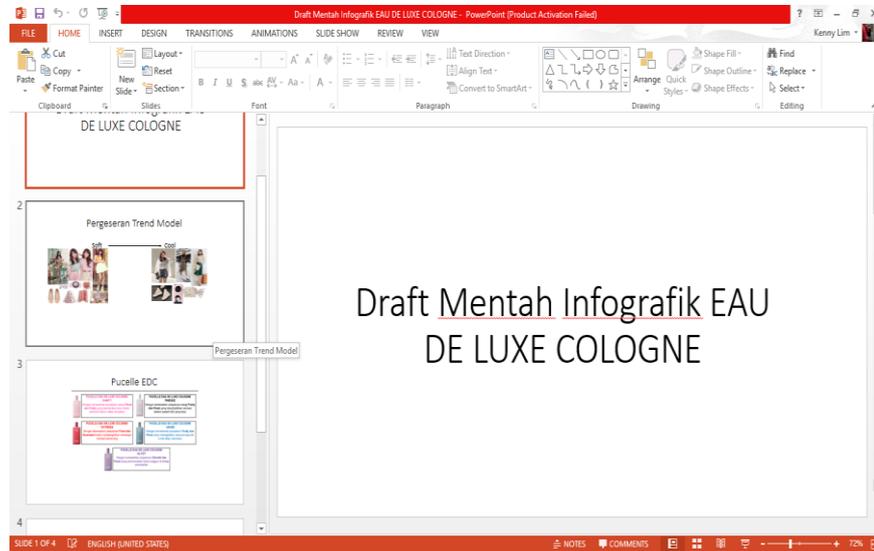
3.3.1 Proses Pelaksanaan

Penulis memulai proses praktik kerja magang di PT. Mandom Indonesia Tbk pada tanggal 17 Juni 2019. Pada minggu pertama penulis bergabung di PT. Mandom Indonesia Tbk, penulis belum mendapatkan pekerjaan rutin, melainkan penulis mendapatkan pengenalan mengenai produk-produk yang diproduksi oleh PT. Mandom Indonesia Tbk. Penulis mendapatkan katalog produk 2019 yang berisi *line-up* produk-produk beserta fungsi, ukuran, dan *Barcode*. Selain mempelajari produk-produk, penulis juga mulai mengenal mengenai kegiatan-kegiatan yang sedang berjalan dalam perusahaan, seperti program promosi, acara yang sedang disponsori, pengerjaan *project* seperti produk baru, pembuatan iklan, pembuatan kalender 2020, dan CSR dari PT. Mandom Indonesia Tbk.

Di Minggu kedua, barulah mulai penulis mendapatkan dua pekerjaan rutin, yaitu membuat Infografik dan *Media Marketing Digital*. Berikut adalah uraian pelaksanaan kerja magang penulis saat melaksanakan pekerjaan rutin:

- 1) Mempelajari dan menganalisa *briefing* produk (*Renewal*, *Refine*, *Revision*, dan *New Product*) dari *Team Product Development* dan membantu Pak Reynaldi dalam membuat Infografik untuk dijadikan materi dalam *Instore Activity*.
 - a) Penulis mendapatkan file PDF dari *Team Product Development* yang berisi *briefing* produk (Gambar 3.2). Dimana, berdasarkan rencana kerja, *Team Product Development* akan mengerjakan 4 jenis proses pengembangan produk yaitu: *Renewal* (Memperbaharui produk yang sudah ada dari segi formula, *design*, ataupun *packaging*, biasanya dilakukan untuk produk yang sudah lama), *Refine* (Memperbaiki atau menyempurnakan formula, *design*, ataupun *packaging* yang dari produk yang sudah ada, biasa dilakukan untuk produk yang mendapat komplain atau masukan), *Revision* (Perbaikan kecil pada produk yang mengalami kecacatan minor), dan *New Product* (Produk yang belum ada).

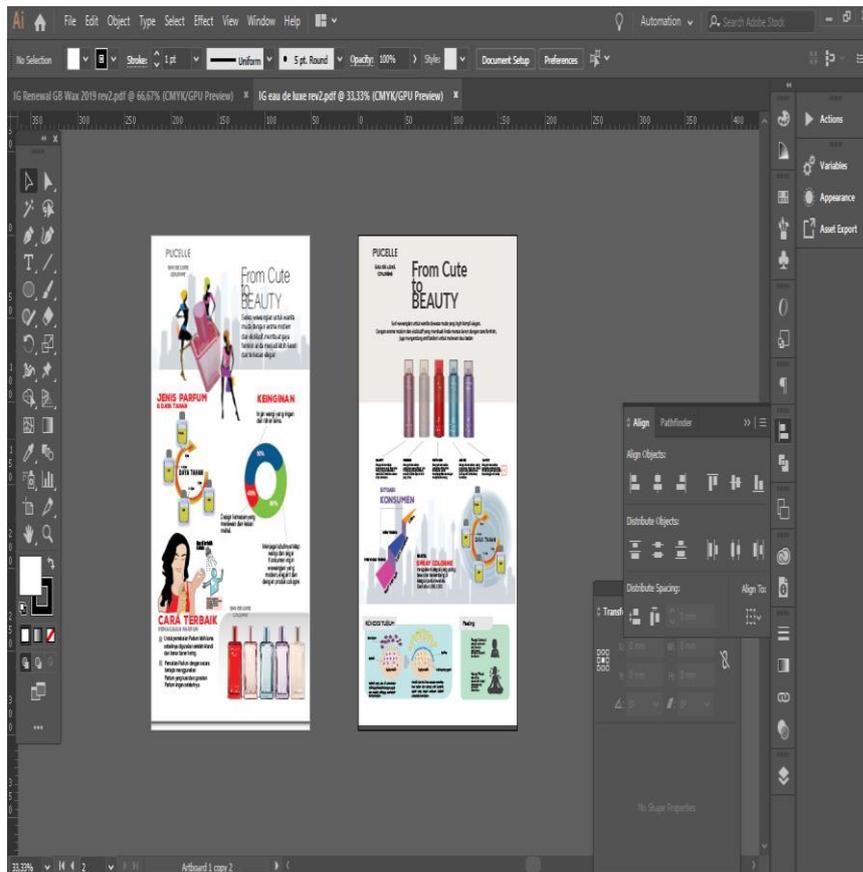
- c) Penulis mencatat poin-poin penting dengan urutan prioritas agar mempermudah pembuatan infografik. (Gambar 3.3)



Gambar 3. 3 Draft Mentah Infografik untuk Pucelle Eau De Luxe Cologne

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- d) Penulis membantu Pak Reynaldi dalam proses pembuatan infografik dari kumpulan file mentah hingga menjadi infografik yang siap digunakan dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator. (Gambar 3.4)



Gambar 3. 4 Proses Pembuatan Infografik dalam Adobe Illustrator

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- e) Penulis mengikuti setiap rangkaian mulai dari revisi infografik bersama pihak tim dipimpin oleh *Manager* dan *General Manager*, *testing information* kepada tim *Product Development*, hingga akhirnya infografik dapat dibagikan kepada para SPG/MD. (Gambar 3.5)

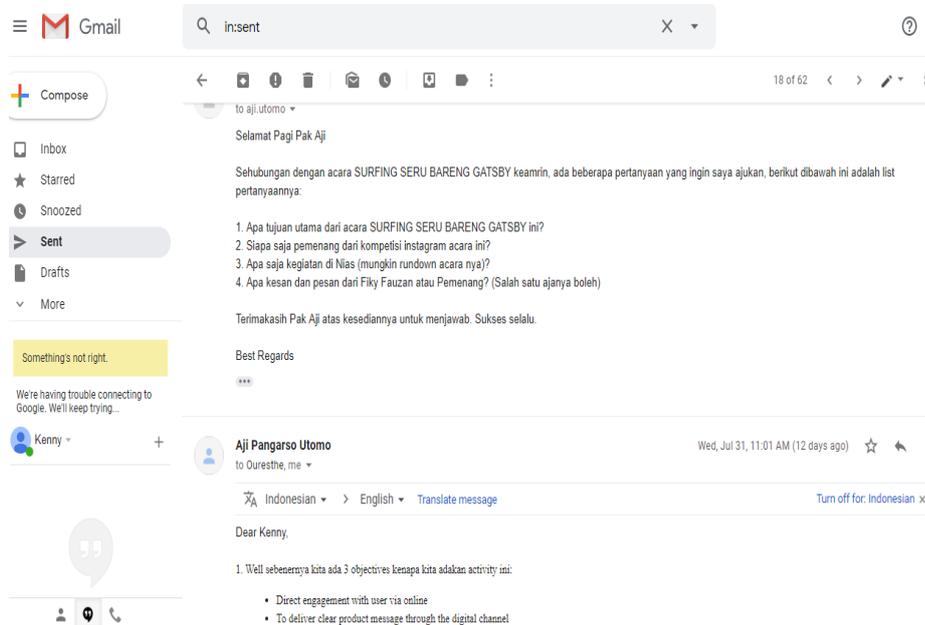


Gambar 3. 5 Infografik Pucelle Eau Da Luxe Cologne

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- 2) Mempelajari aktivitas yang sedang ataupun sudah berjalan di PT. Mandom Indonesia Tbk (Baik meliput, membaca laporan, atau melakukan wawancara) untuk membantu Pak Uwo dalam membuat konten *Media Marketing*.
 - a) Penulis mengumpulkan informasi dengan cara meliput, membaca laporan, mencari di internet, ataupun melakukan wawancara (gambar 3.6) untuk dijadikan konten dalam *Media Marketing Digital*. (Konten-konten yang

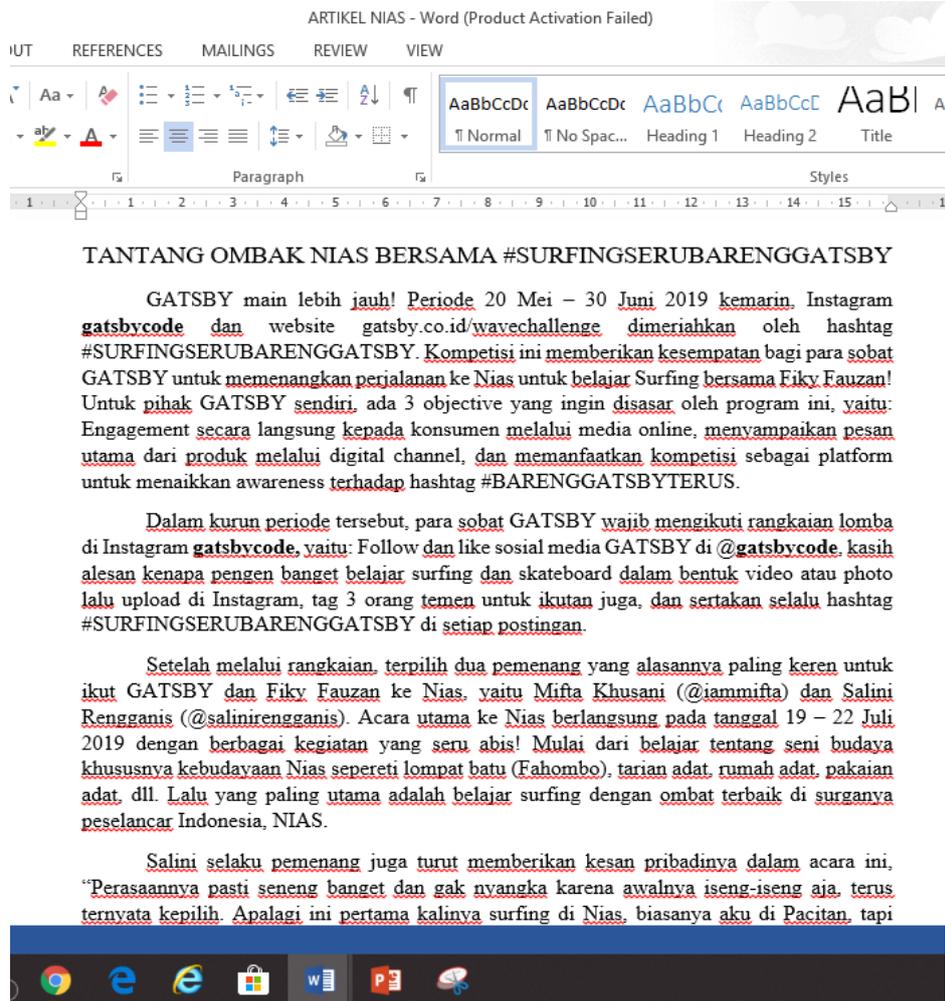
dibahas yaitu event marketing, event promotion, in-store merchandising, apakabar salesman, success story, dan seputar produk).



Gambar 3. 6 Proses Wawancara dengan E-Mail untuk Mengumpulkan Informasi.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

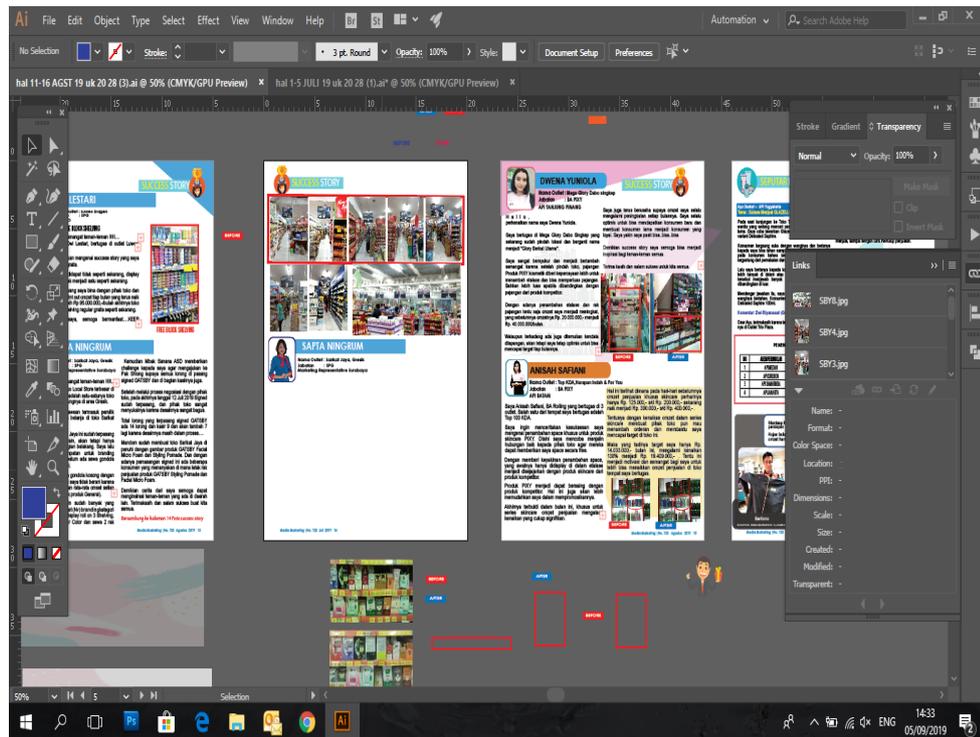
- b) Penulis membuat artikel mentah dalam bentuk word (Gambar 3.7) lalu dikirim kepada Pak Khaerullah dan penulis juga menambahkan beberapa informasi tambahan seperti foto, *statement* dari karyawan PT. Mandom Indonesia Tbk, dan lain-lain.



Gambar 3. 7 Draft Mentah untuk Artikel Media Marketing

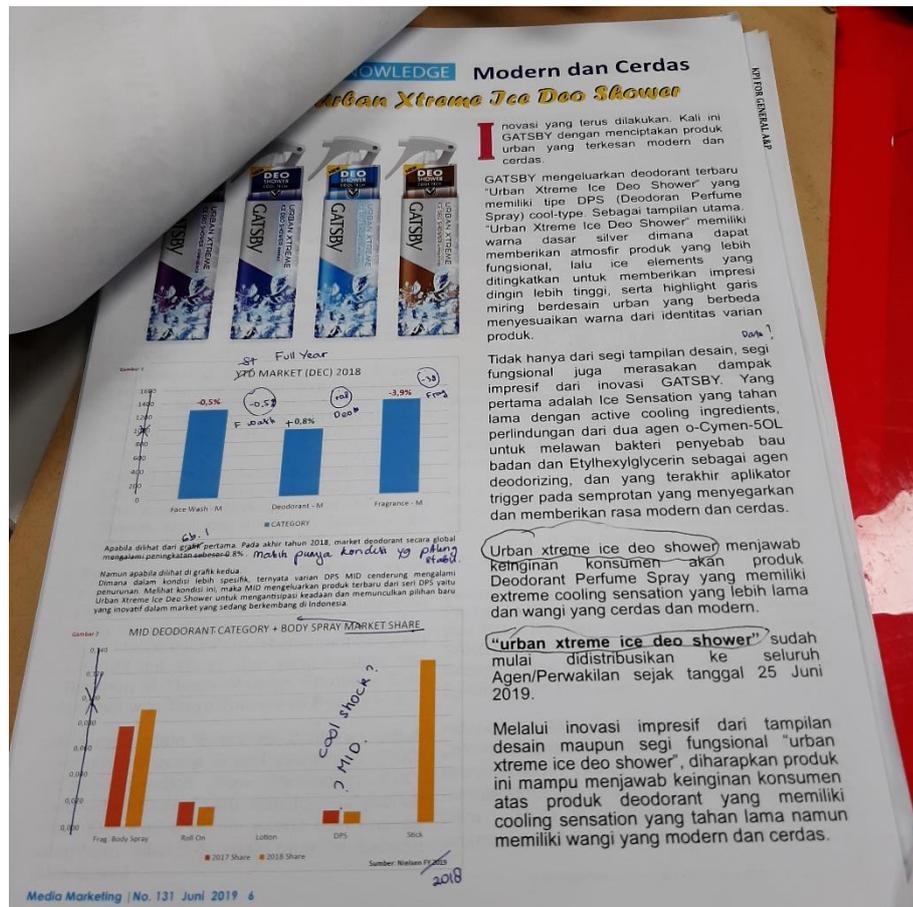
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- c) Penulis bersama dengan Pak Khaerullah melakukan diskusi untuk menentukan konten apa saja yang dapat dimuat dalam *Media Marketing Digital*.
- d) Penulis membantu Pak Khaerullah dalam melakukan *editing* dan *layouting Media Marketing Digital* dengan bantuan *software* Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator (Gambar 3.8).



Gambar 3. 8 Proses Pembuatan Media Marketing dengan Software Adobe Illustrator
 Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

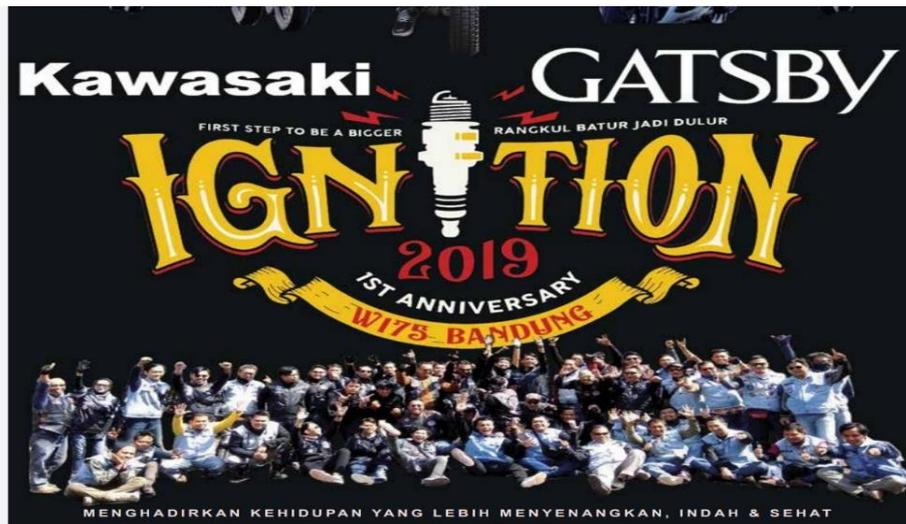
- e) Penulis bersama Pak Khaerullah melakukan konsultasi dengan Pak Christian selaku *Manager* dan Pak Dani selaku *General Manager* sekaligus meminta *final approval* untuk seluruh isi *Media Marketing Digital*. (Gambar 3.9) (Terkadang ada kritik dan saran dari Pak Christian dan Pak Dani sehingga mengharuskan ada beberapa isi yang diubah atau di revisi)



Gambar 3. 9 Proses Revisi Media Marketing

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- f) Penulis bersama Pak Khaerullah melakukan *final checking* sebelum *Media Marketing Digital* disebar kepada seluruh karyawan / direksi dari PT. Mandom Indonesia Tbk dalam bentuk pdf melalui email atau aplikasi pengirim pesan *Whatsapp*. (Gambar 3.10)



MEDIA MARKETING

Penanggung Jawab
Hiroshi Ito

Pimpinan Redaksi
Dani Rahman
Christian Ertanto

Redaktur Pelaksana
Khaerulloh
Kevin Lim

Advertising & Promotion Dept.

Pengantar Redaksi

Separuh dari perjalanan waktu di tahun 2019 telah kita lewat bersama. Berbagai keinginan dan harapan yang ingin di wujudkan pada tahun 2019 mungkin sebagian sudah dapat diperkirakan akan dapat dilaksanakan atau mungkin sudah pupus sama sekali.

Dengan mereview hasil yang yang sudah didapat dalam perjalanan setengah tahun ini, sudah terbayang apakah mimpi kita dapat terwujud atau tidak.

Begitu juga dengan melihat data penjualan selama satu semester 2019, kita masih harus berjuang keras untuk mewujudkan mimpi tercapainya target akhir tahun 2019.

Masih ada harapan, karena masih ada sisa waktu sampai bulan Desember. Mari kita mantapkan keinginan dan maksimalkan segala kemampuan untuk mengejar target disisa waktu tahun 2019.

Pada kesempatan ini kami dari tim redaksi telah menyiapkan konten-konten yang sangat menarik juga mengenai berbagai aktivitas PT. Mandom Indonesia di Media Marketing Edisi ke 132 ini! Check it out!

Dalam rangka mengevaluasi kinerja PT. Mandom Indonesia Tbk sepanjang semester pertama, maka diadakan Regional Meeting yang diadakan di 4 regional yaitu Jakarta, Surabaya,

Daftar Isi

1	MEDIA MARKETING	2
4-5	HOT NEWS	4-5
6	MARKETING KNOWLEDGE	6
7	INSTORE MERCHANDISING	7
8	MARKETING ACTIVITY	8
9	PROMOTION EVENT	9
10	APAKABAR SALESMAN	10
11-15	SUCCESS STORY	11-15
16	SEPUTAR PRODUK	16

Medan dan Bandung. Untuk informasi lebih rinci dan beberapa dokumentasi, dapat di cek di halaman 4 – 5.

GATSBY baru-baru ini meluncurkan produk baru, Untuk mengetahui lebih jauh tentang produk baru tersebut, informasinya bisa dilihat pada halaman 6.

PIXY juga dalam bulan Juli mengikuti salah satu pesta make up terbesar di Indonesia. Acara ini berlangsung di Jakarta. Untuk mengetahui bagaimana keseruan PIXY di acara tersebut, liputannya ada dihalaman 9.

Dan tidak terlupakan rubrik Instore Merchandising, Apakabar Salesman, Success Story selalu menemani pembaca semua.

Akhirnya kami dari segenap tim redaksi mengucapkan terima kasih atas perhatiannya, semoga konten dan informasi yang diberikan dapat memberikan inspirasi untuk kita. Selamat membaca!

Gambar 3. 10 Hasil PDF dari Media Marketing Digital

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

Pekerjaan rutin diatas yang telah dijelaskan dan telah dilakukan penulis dalam praktik kerja magang tidak hanya memiliki manfaat bagi diri penulis. Pekerjaan-pekerjaan di atas adalah bentuk upaya PT. Mandom Indonesia Tbk untuk melakukan efisiensi kertas.

Tabel 3. 1 Ilustrasi Alokasi Budget Kebutuhan untuk Media Marketing

Ilustrasi Alokasi dan Budget Kebutuhan untuk Media Marketing					
Keterangan	Biaya Satuan	Pcs	Total Biaya	Sebelum Digital (2019)	Proyeksi Setelah Digital (2020)
Tenaga Kerja	(N/A)			YES	YES
Penggunaan Mesin Multifungsi	(+-) Rp 500.000,-	12	(+-) Rp 6.000.000,-	YES	YES
Biaya Pemenang Kuis Apakabar Salesman	(+-) Rp 300.000,-	12	(+-) Rp 3.600.000,-	YES	YES
Biaya Percetakan	Rp 17.000.000,-	12	Rp 204.000.000,-	YES	NO
Total Biaya (Per Tahun)				(+-) Rp 213.600.000,-	(+-) Rp 9.600.000,-

Sumber: Data Penulis, 2019.

Selain pekerjaan rutin, penulis juga mendapatkan banyak kesempatan untuk membantu berbagai pekerjaan lainnya yang membantu penulis mengasah kemampuan baik *softskill* dan juga *hardskill*. Berikut adalah uraian pelaksanaan pekerjaan tidak rutin dari penulis:

- 1) Mengunjungi *Factory* PT. Mandom Indonesia Tbk di Kawasan Industri MM2100, Bekasi untuk membantu *section promotion & administration* mengontrol *promotion tools* di pergudangan PT. Mandom Indonesia, Tbk. Hari Jumat 21 Juni 2019, penulis berkesempatan untuk mengunjungi pabrik dan gudang dari PT. Mandom Indonesia, Tbk. Saat itu sedang ada kiriman 5000 *Sales Sheet* dari Vendor untuk program promosi produk terbaru Gatsby yaitu Urban Extreme Ice Deo Shower. Penulis berkesempatan untuk menyortir *sales sheet* tersebut, sekaligus melakukan kontrol terhadap peralatan promosi yang ada di gudang PT. Mandom Indonesia, Tbk.



Gambar 3. 11 Penulis di Gudang PT. Mandom Indonesia, Tbk.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- 2) Karena penulis merupakan anak kuliah berumur 21 tahun yang merupakan salah satu target konsumen dari banyak produk dari PT. Mandom Indonesia Tbk, maka penulis sangat sering membantu *Team General Product Development* dalam melakukan angket dan juga diskusi dua arah terkait pengembangan produk. Beberapa hal yang dibahas dalam angket tersebut antara lain adalah kebiasaan dari target konsumen, nama untuk produk terbaru, bagaimana *positioning* dari produk terbaru, *design packaging* dari produk terbaru, dan kesan saat menggunakan produk yang sedang dikembangkan.
- 3) Membantu *team advertising* menyiapkan produk untuk kegiatan yang di sponsori oleh Gatsby. Selain itu, penulis beberapa kali melakukan diskusi dengan *team advertising* mengenai aktivitas pemasaran Gatsby yang saat ini sedang berfokus kepada *awareness positioning* Gatsby yang baru.



Gambar 3. 12 Penulis Menyiapkan Produk untuk *Team Advertising*

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- 4) Membantu *team spacement* untuk produk GATSBY dalam menyusun planogram untuk dikirimkan kepada para *team SPG/MD* guna penyusunan produk di rak-rak toko ritel.



BEFORE

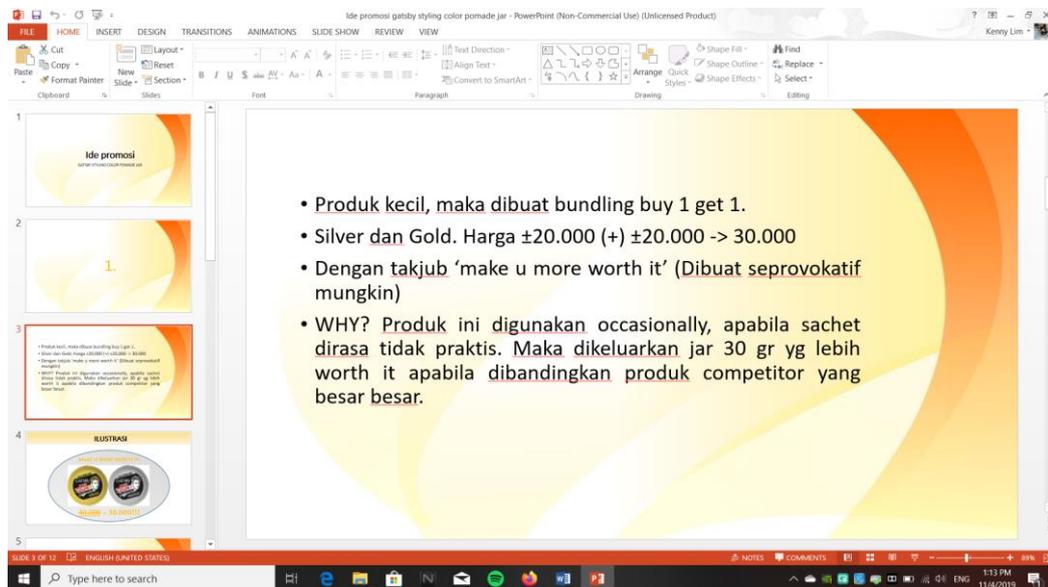


AFTER

Gambar 3. 13 Sebelum dan Sesudah Penyusunan Planogram

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

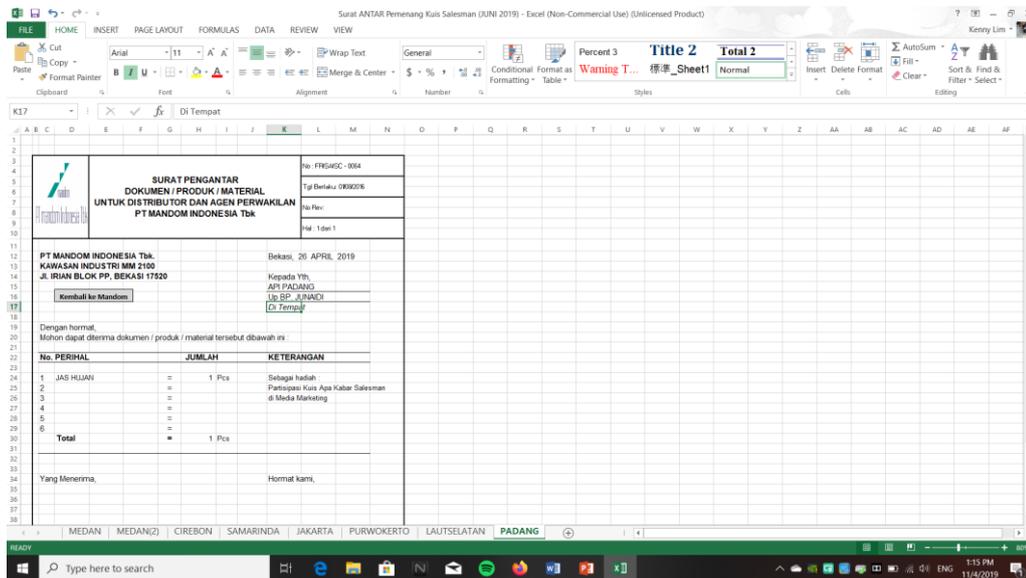
- 5) Penulis membantu mencari ide promosi bagi aktivitas pemasaran produk PT. Mandom Indonesia Tbk (baik itu produk baru ataupun produk *overstock*), baik itu *Instore Activity* maupun *Promotional Activity*.



Gambar 3. 14 Ide Promosi Aktivitas Gatsby Styling Color Pomade Jar

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

- 6) Penulis membuat surat antar kirim hadiah untuk kepada pemenang kuis Apa Kabar Salesman yang dimuat setiap bulannya di *Media Marketing Digital* PT. Mandom Indonesia Tbk. Total penulis membuat surat antar untuk 6 edisi media marketing yaitu Maret, April, Mei, Juni, Juli, dan Agustus.



Gambar 3. 15 Surat Antar Pemenang Kuis Apakabar Salesman

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama proses praktik kerja magang di PT. Mandom Indonesia Tbk, penulis tidak lepas dari berbagai kendala yang menyebabkan beberapa target dan objektif divisi menjadi kurang maksimal. Beberapa kendala diantaranya adalah:

1. Belum ada *standard operating procedure* mengenai pembuatan laporan setelah kegiatan sehingga proses pengambilan informasi mengenai aktivitas di PT. Mandom Indonesia, Tbk menjadi sering terhambat. Penulis kerap kali harus melakukan *follow-up* informasi *Media Marketing Digital* kepada pihak terkait namun mendapat respons yang cukup lambat karena pihak tersebut memiliki tanggung jawab lain dalam melakukan pekerjaannya.
2. Kurangnya sosialisasi seputar pemanfaatan teknologi yang berkaitan dengan *Paperless Office* kepada karyawan, terutama karyawan senior. Sehingga beberapa usaha untuk menerapkan konsep *Paperless Office* menjadi terhambat. Salah satunya adalah infografik yang mengalami penundaan proyek.
3. Integrasi penjadwal antara tiap departemen masih belum maksimal. Kerap kali ketika tim *General Advertising & Promotion* akan membuat *deadline* untuk

aktivitas promosi atau infografik namun ada keterlambatan dari tim lain seperti *Product Development*.

4. Kurangnya integritas jadwal antara para anggota tim. Salah satu kendala yang dirasakan penulis dalam melaksanakan pekerjaan adalah terkait dengan proses revisi proses infografik dan Media Marketing Digital, kerap kali jadwal revisi berhalangan dengan agenda pihak Manager dan General Manager (Middle Management)

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari beberapa kendala yang disebutkan oleh penulis diatas, ada beberapa solusi yang coba dipaparkan agar kelak dapat menjadi saran konstruktif bagi PT. Mandom Indonesia, Tbk. Berikut beberapa solusinya:

1. Penerapan *Standard Operating Procedure* yang mewajibkan setiap Penanggung Jawab dari setiap aktivitas di PT. Mandom Indonesia, Tbk untuk menaruh laporan di *folder Common/Mandom* yang dapat diakses oleh seluruh karyawan maksimal 3 hari setelah aktivitas tersebut selesai sebagai bentuk dalam kendala nomor 1. Agar lebih terstruktur, disarankan bahwa laporan tersebut harus berisi tujuan, pelaksanaan, hasil, dan dokumentasi dari setiap aktivitas tersebut.
2. Penulis menyarankan PT. Mandom Indonesia Tbk lebih memanfaatkan teknologi digital seperti surat elektronik, media sosial, dan aplikasi bertukar pesan dalam memberikan sosialisasi mengenai *Paperless Office*. Contoh konkritnya adalah poster digital seputar informasi cara-cara mengurangi kertas dalam bekerja yang disebar melalui platform tersebut secara rutin dan penyebaran informasi seputar kegiatan *Paperless Office* di PT. Mandom Indonesia, Tbk seperti infografik untuk mengatasi kendala nomor 2.
3. Terkait dengan kendala nomor 3 dan 4, penulis menyarankan agar *internal meeting* tiap-tiap divisi menjadi agenda rutin mingguan agar informasi seputar pekerjaan tiap anggota dalam divisi tersebut dapat secara rinci diketahui masing-masing tim. Selain itu penulis juga menyarankan agar setiap divisi memiliki catatan kecil online (Contoh: Google Calendar) yang disinkronisasi agar dapat mengintegrasikan jadwal pekerjaan divisi secara lebih akurat dan presisi.

4. Terkait dengan memaksimalkan situasi di kendala nomor 3, penulis menyarankan agar berbagai kegiatan di PT. Mandom Indonesia, Tbk mulai meninggalkan penggunaan kertas yang berlebihan seperti saat proses angket tim *Product Development* dan form pernyataan keputusan yang dapat diganti menjadi digital dengan didukung tandatangan digital.