BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

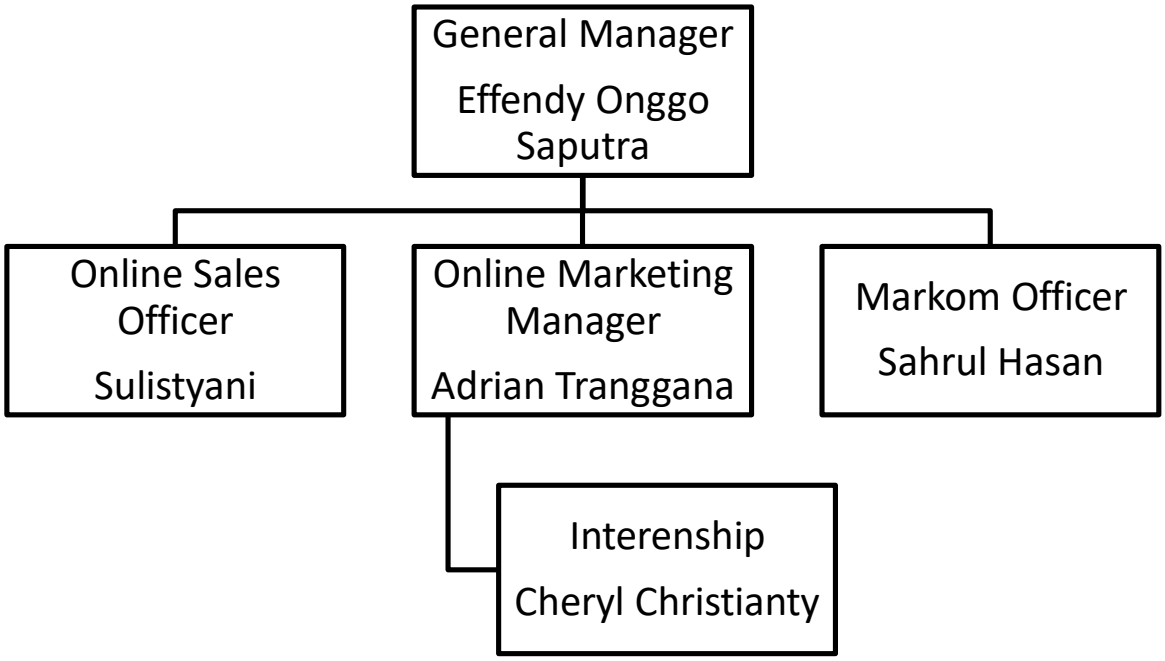
3.1.1 Kedudukan

Penulis melakukan praktek kerja magang di PT. Honoris Industry (HORI) dan mendapatkan pekerjaan magang di divisi marketing. Dalam divisi ini, penulis dibimbing oleh manager marketing HORI yaitu Bapak Adrian Trenggana. Selama penulis melakukan kerja magang di HORI, bapak Adrian bertugas dalam memantau dan membimbing penulis dalam melakukan praktek kerja dan melaksanakan kerja yang diberikan agar sesuai dengan arahan dan sesuai dengan yang diinginkan. Setiap harinya penulis melakukan pekerjaan yang tidak selalu sama setiap minggunya secara berturut-turut. Akan tetapi pekerjaan yang paling dominan dan banyak dilakukan oleh penulis adalah merancang konsep *event* yang diselengarakan oleh HORI dan memberikan konsep promosi baru baik untuk *online store*, maupun untuk *event* mendatang. Selain itu penulis juga melakukan *posting facebook page* setiap harinya dengan tujuan meningkatan kesadaran masyarakat akan merek HORI.

Penulis juga melakukan rekap penjulan HORI setiap akhir bulan untuk mengetahui berapa banyak penjualan yang terjadi selama satu bulan. Penulis juga mencari reseller baru lewat *online platform* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada. Penulis juga melakukan riset mengenai radio apa yang paling banyak dicari oleh masyarakat di Surabaya, karena HORI ingin melakukan promosi di daerah jawa timur, mengingat penjualan HORI cukup banyak di daerah Surabaya. Penulis sempat berdiskusi dengan pihak *event organizer* yang menangani *gathering* HORI di Surabaya. Dalam rapat tersebut penulis memberikan ide dan konsep mengenai acara yang ingin dilaksanakan HORI dan membantu memilih pilihan yang diberikan dari pihak EO untuk acara *gathering* tersebut agar dapat berjalan dengan baik.

3.1.2 Koordinasi

Penulis ditetapkan di bagian divisi Marketing di mana bapak Adrian merupakan manager marketing dari HORI yang menangani baik digital atau non-digital marketing. Bapak Adrian merupakan atasan penulis selama melakukan praktik magang di HORI, meskipun beliau merupakan atasan penulis, akan tetapi tidak setiap hari beliau berada di kantor karena harus berpergian keluar kota dan memiliki banyak kesibukan. Ketika bapak Adrian tidak ada di tempat, maka penulis melakukan koordinasi tugas melalui pesan WhatsApp dan *email* dalam mengirimkan hasil pekerjaan. Ketika beliau tidak ada di tempat, bapak Adrian mengirimkan tugas yang harus dikerjakan lewat *email* atau pesan WhatsApp juga atau memberikan tugas kepada penulis di hari sebelumnya. Secara keseluruhan semua tugas yang diberikan di koordinasikan kepada bapak Adrian secara langsung meskipun beliau sibuk dan terkadang tidak di kantor, meskipun sibuk setiap minggunya beliau pasti ada di kantor tidak pergi meninggalkan kantor selama satu minggu penuh.



Sumber "Data Penulis"

Gambar 3. 1 Susunan Kerja Magang

3.2 Tugas yang dilakukan

Penulis melakukan kerja magang di divisi marketing di mulai tanggal 1 Juli 2019 sampai 30 September 2019. Selama magang penulis diberikan tugas membantu kegiatan markteting khususnya dalam mengatur *event* dan promosi yang dilakukan HORI sebagai tugas utama yang harus dikerjakan dan diselesaikan selama penulis kerja magang di HORI. Berikut merupakan uraian pekerjaan yang dilakukan penulis selama kerja magang, seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Tabel Uraian Kerja Magang

No	Pekerjaan yang di lakukan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1	Menentukan konsep *event* di Surabaya (*gathering*).	Ko Adrian Tranggana	3 Minggu	*Dealing* dengan EO mengenai konsep dan harga.
2	Cari reseller baru lewat Tokopedia, Shopee, Bukalapak.	Ko Adrian Tranggana	2 Minggu	Mendapatkan 25 *reseller* baru yang ini bergabung dan menjual HORI
3	Membuat konten *posting* Facebook page HORI untuk satu bulan	Ko Adrian Tranggana	1 Minggu	*Posting post* yang telah dibuat setiap harinya.

4	Membuat *design* spanduk untuk HORI	Ko Adrian Tranggana	2 minggu	Spanduk untuk nelayan dan produk baru.
5	Membuat promo di Tokopedia, Shopee untuk promo offline seperti 17an	Ko Adrian Tranggana	1 minggu	Promo Tokopedia, Shopeedan 17an
6	Membuat konsep *event* HORI di ICE BSD Desember 2019	Ko Adrian Tranggana	2 minggu	Konsep *event* untuk HORI.
7	Membuat rekap data penjualan HORI di *online*	Ko Adrian Tranggana	1 minggu	Rekap data di *excell.*

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

3.3.1.1 Implementasi Kerja Magang

Selama proses kerja lapangan, penulis melakukan beberapa tugas yang diberikan oleh atasan yang berkaitan dengan marketing. Penulis membuat konsep event, promosi, konten Facebook page, dll selama proses kerja lapangan di HORI. Berikut merupakan penjelasan secara detail mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama di PT. Honoris Industry:

1. **Melakukan perancangan mulai dari konsep untuk *gathering* HORI di Surabaya dan di ICE BSD.**

Dalam melakukan perancangan konsep *gathering* HORI yang akan diadakan di kota Surabaya, penulis dibimbing oleh bapak Adrian sebagai Manager Marketing dari HORI. selama proses ini, penulis membantu bapak Adrian dalam membuat konsep acara, mengatur *rundown* acara, menghitung *budget* bersama EO yang digunakan. Penulis juga membuat *design* undangan untuk para tamu. Tema yang digunakan penulis sesuai dengan kesepakatan antara penulis, dan atasan. Dalam acara kali ini tema yang digunakan adalah *modern* dengan unsur lampu dan

penerangan. Selain itu HORI sedang ingin memasuki dunia *retail* di mana targetnya adalah seluruh kalangan untuk menggunakan produk HORI. Selama ini HORI lebih fokus terhadap projek seperti pemerintahan atau *developer*. Dengan adanya *design* undangan seperti itu, penulis berharap bahwa apa yang di inginkan oleh HORI bisa tersampaikan, dan juga dapat sesuai dengan harapan yang akan dicapai, yaitu menerangi seluruh negri baik lewat gedung, rumah, atau jalan, dan warna biru dipilih melambangkan mudah dipercaya dan dapat memberi ketenangan, serta melambangan HORI itu sendiri.

Selain itu, *budget* yang dipilih penulis sesuai dengan apa yang telah dirapatkan oleh penulis dengan pihak EO dan manager, yaitu menekan harga agar tidak terlalu berlebih, karena dari pihak HORI tidak menginginkan adanya biaya yang terlalu banyak untuk acara ini, mengingat bahwa acara tersebut merupakan acara perdana yang diadakan oleh pihak HORI. Untuk masalah *rundown* sendiri, HORI memilih waktu pelaksanaan dimulai jam empat sore, karena jam tersebut merupakan jam tutup toko yang umum dilakukan oleh orang Surabaya, selain itu mengingat bahwa akan adanya telat dari tamu undangan, maka ada jeda waktu yang diberikan sehinga dimulai jam empat sore, dan juga penulis memilih susunan seperti itu sesuai dengan apa yang telah disepakati dengan manager yaitu membiarkan tamu mendengar ucapan pembuka dari pimpinan atasan, disusul dengan pengenalan produk HORI yang baru yaitu lampu pemikat ikan, di mana pada saat *launching* ada SPG yang dipilih untuk mengitari ruangan guna mempraktekan kerja lampunya, dengan kondisi lampu ruangan dimatikan.

Untuk *design* baju SPG, atasan penulis yang menginginkan *design* baju seperti *tinkerbell* dengan warna baju hijau melambangkan warna logo HORI. Paket makanan yang dipilih oleh penulis dan atasan merupakan paket makanan yang *standard* karena fokus acara ini adalah untuk mengenalan produk baru, *gathering*, dan meningkatkan penjualan lewat pembangian *door prize* seperti satu unit sepeda motor, TV LED, dan setiap tamu yang datang mendapatkan *goodie bag* berisi gelas HOOYA. Alasan hadiah tersebut yang dipilih karena menurut atasan penulis hadiah tersebut yang paling cocok sesuai dengan target market yang hadir, dan isi *goodie bag* berisi produk HOOYA, karena produk tersebut merupakan anak perusahaan dari PT. Honoris Industry sehingga harga yang didapatkan lebih murah.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 2 Budgeting Gathering HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 3 Budgeting Gathering HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 4 Budgeting Gathering HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 5 *Rundown Gathering* HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 6 *Opening Speach President Director* HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 7 SPG menunjukan produk baru HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 8 *Background* FOTO HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 9 *Background* Panggung HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 10 Pembagian *Door Prize*

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 11 *Goodie Bag Untuk Tamu*

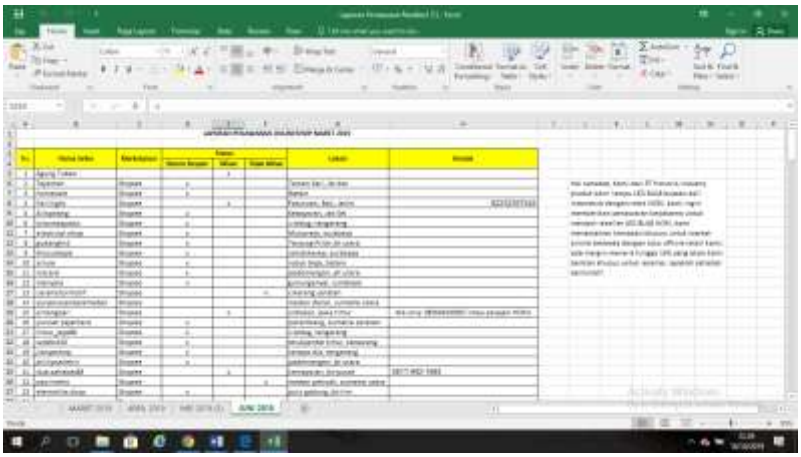
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 12 Suasana *Gathering* HORI

2. **Mencari reseller baru melalui *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak dan rekap data penjualan HORI.**

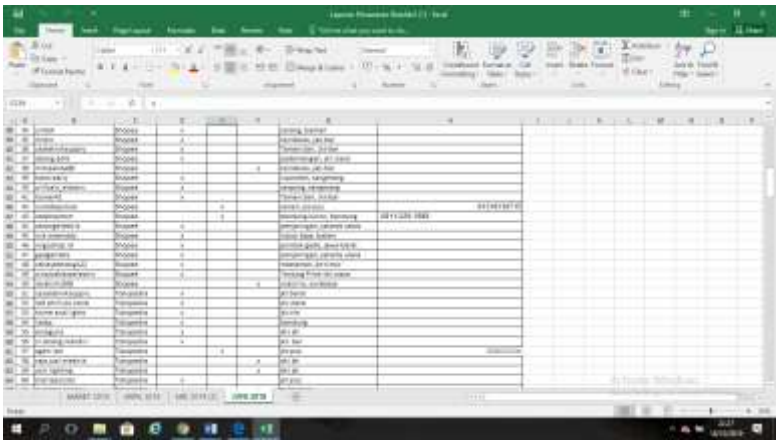
Di bulan pertama penulis melakukan praktik kerja lapangan, penulis memiliki pekerjaan yang diberikan oleh bapak Adrian adalah mencari *reseller* baru lewat *marketplace* yang HORI miliki. HORI menjual produknya di beberapa *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli.com, Bukalapak. Kalimat penawaran yang ditulis oleh penulis disediakan oleh atasan. Akan tetapi dari semua *marketplace* yang ada hanya ada tiga tempat yang dapat menjadi wadah dalam penulis berkomunikasi yaitu Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, karena di tempat lain tidak disediakan wadah untuk

berkomunikasi atau *room chat*. Selama dua minggu pertama magang penulis berusaha untuk menghubungi kontak toko tersebut, penulis mendapatkan 100 lebih toko yang dihubungi akan tetapi hanya 25 toko yang mau untuk bekerjasama dan menjadi *reseller* HORI dari tiga *marketplace* tersebut.



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 13 Rekap Kontak *Reseller* HORI



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 14 Rekap Kontak *Reseller* HORI

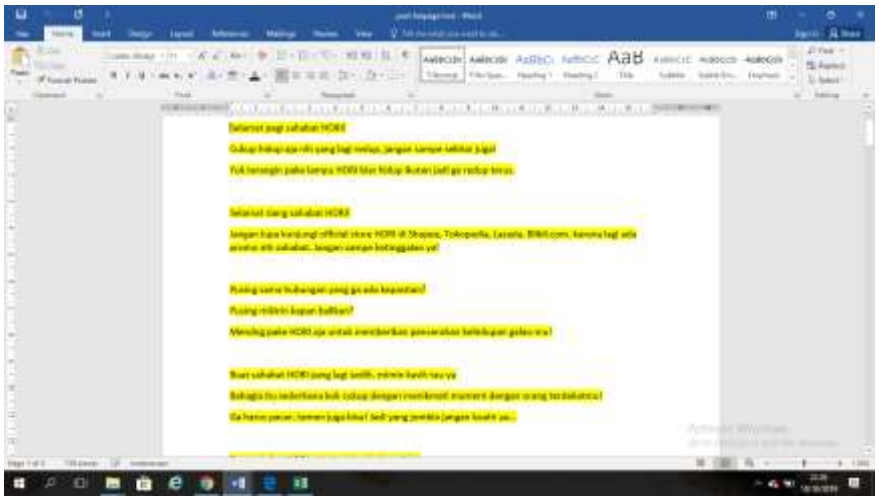
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 15 Rekap Kontak *Reseller* HORI

3. Membuat konten *facebook page* HORI untuk satu bulan.

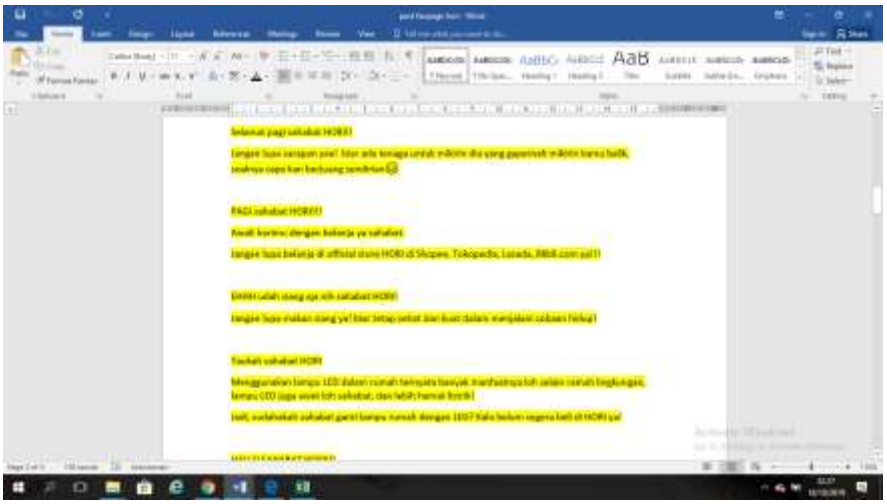
Penulis melakukan praktik kerja magang selama tiga bulan lebih enam hari di HORI. Selama proses magang tersebut, penulis memiliki kewajiban yaitu membuat konten *facebook page* HORI selama bulan Juli-September 2019, setiap awal bulan di minggu pertama. Konten yang di *post* dapat ditulis bebas dengan apa saja, dan atasan penulis menginginkan adanya gambar di setiap *posting*. Selama tiga bulan magang, penulis menuliskan konten di *facebook page* HORI beragam, mulai dari *fun fact* orang yang lahir di bulant tersebut, ucapan hari raya, diskon yang HORI adakan khususnya pada 17 Agustus 2019. Selain itu penulis membuat konten berisi gombalan receh,

perkataan humor yang tujuannya membuat konten yang lebih *fresh* sesuai dengan *millennials* yang ada dan pastinya sesuai trend. Karena penulis melihat bahwa pada zaman ini, konten yang menarik adalah konten yang sesuai dengan *trend* dan *fresh*.



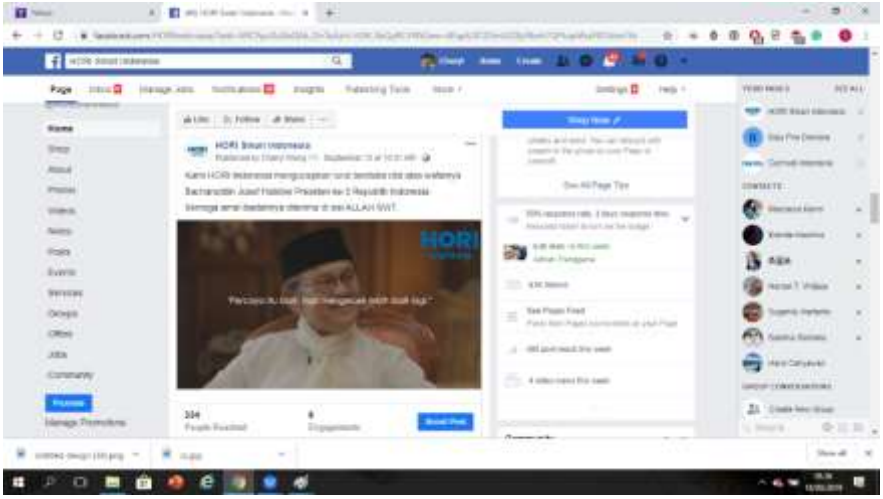
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 16 *Post Fanpage* Facebook HORI



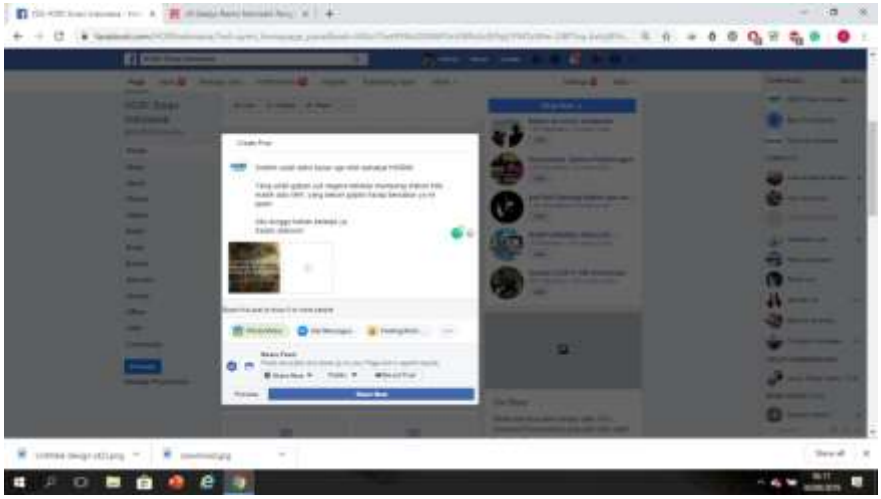
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 17 *Post Fanpage* Facebook HORI



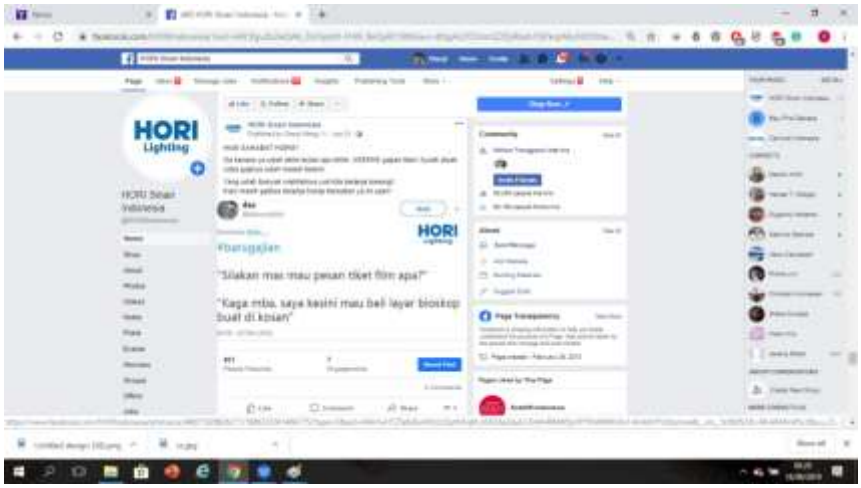
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 18 *Post Fanpage* Facebook HORI



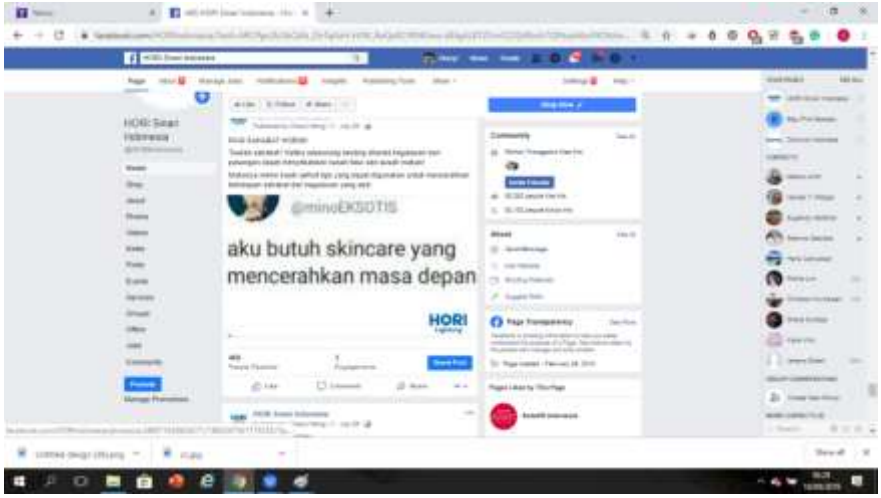
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 19 *Post Fanpage* Facebook HORI



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 20 *Post Fanpage* Facebook HORI



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 21 *Post Fanpage* Facebook HORI

4. Men-*design* spanduk HORI

Penulis memiliki tugas untuk *design* spanduk HORI untuk dua kegiatan. Kegiatan yang pertama di minggu pertama magang di bulan Juli untuk membuat *design* spanduk HORI untuk produk baru yaitu lampu pemingat ikan, di mana spanduk yang dibuat untuk dibagikan kepada orang lain lewat *social media*. Dalam hal ini penulis memilih tema nelayan yang ingin menangkap ikan dan menggunakan pancingan, karena lampu tersebut dibuat khusus untuk nelayan yang mau menangkap ikan baik lewat pancingan atau jaring, di mana lampu tersebut akan nyala ketika menyentuh air, karena memiliki sensor.

Untuk spanduk kedua, penulis mendapatkan tugasnya di akhir minggu ke 4 bulan September dan tujuan spanduk dibuat adalah untuk diberikan kepada nelayan untuk memasang spanduk tersebut dirumahnya, tujuannya adalah untuk mengedukasi nelayan akan manfaat dari lampu HORI ini sendiri, dan menarik orang untuk penasaran dan tertarik akan produk tersebut sehingga dapat merekomdenasi atau meminta atasannya membeli produk HORI, atau menjual ke sesama nelayan. Karenanya, penulis tetap memilih tema nelayan menangkap ikan lewat jaring, dengan menggunakan lampu HORI di mana di sebelahnya ada keterangan manfaat dan kelebihan produk tersebut sehingga dapat menarik orang untuk datang dan mengetahui produk tersebut.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 22 Spanduk HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 23 Konfirmasi *Design* Spanduk HORI

Sumber: Dokumentasi Penulis

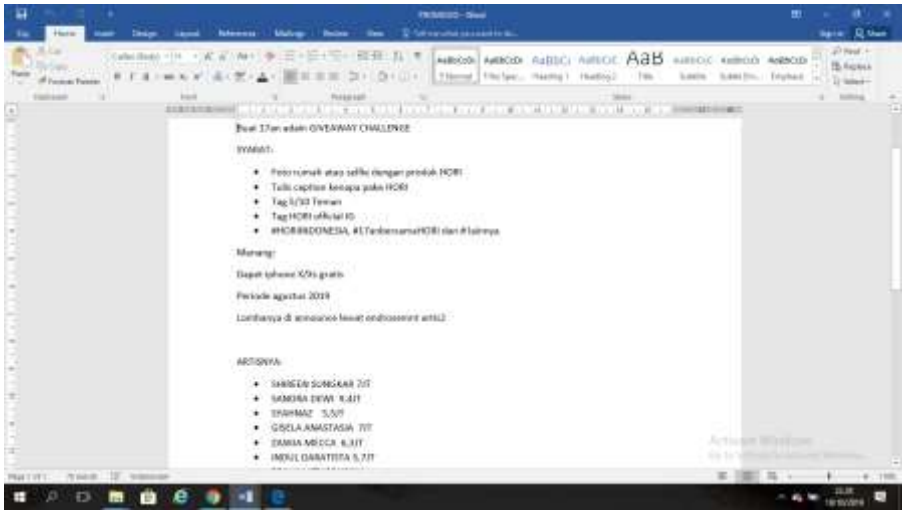
Gambar 3. 24 Spanduk HORI

5. **Membuat promosi HORI di Tokopedia, Shopee untuk acara 17 Agustus.**

Penulis diminta untuk membuat promosi HORI di awal minggu pertama bulan Agustus dalam rangka menyambut hari raya kemerdekaan, di mana penulis memilih promosi sesuai dengan gambar dibawah ini, karena penulis melihat bahwa diskon yang cukup banyak cukup memberikan dampak kepada pembeli, selain itu HORI memiliki standart promosi *online* yaitu diskon 15 persen maksimal 30 ribu, tujuannya agar setiap lampu yang dijual HORI dapat memberikan keuntungan yang maksimal untuk pembeli.

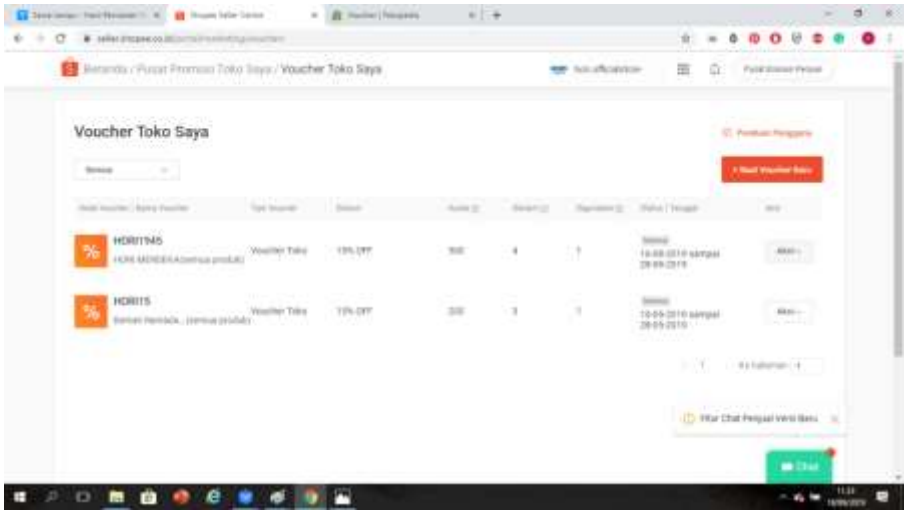
Penulis juga memberikan *giveaway* yaitu berupa *iphone* X gratis kepada orang yang membeli produk HORI dan men-*tag* temannya dan memberikan penjelasan kenapa menggunakan HORI. Untuk promosi ini HORI memilih *endorse* artis untuk wadah komunikasi, akan tetapi kegiatan ini belum diadakan baru sampai evaluasi akhir dan akan diadakan tahun depan.

Penulis juga mencari radio yang cukup populer di Surabaya sebagai wadah promosi produk HORI di daerah Jawa Timur, alasan HORI memilih Jawa Timur karena penjualan HORI cukup baik di daerah tersebut, dan juga *brand awareness* akan produk HORI sudah cukup ada nama di daerah tersebut dibandingkan oleh kota lain, dan HORI ingin mengadakan promosi pertamanya di daerah yang cukup dikenali produknya dan jatuh kepada kota Surabaya.



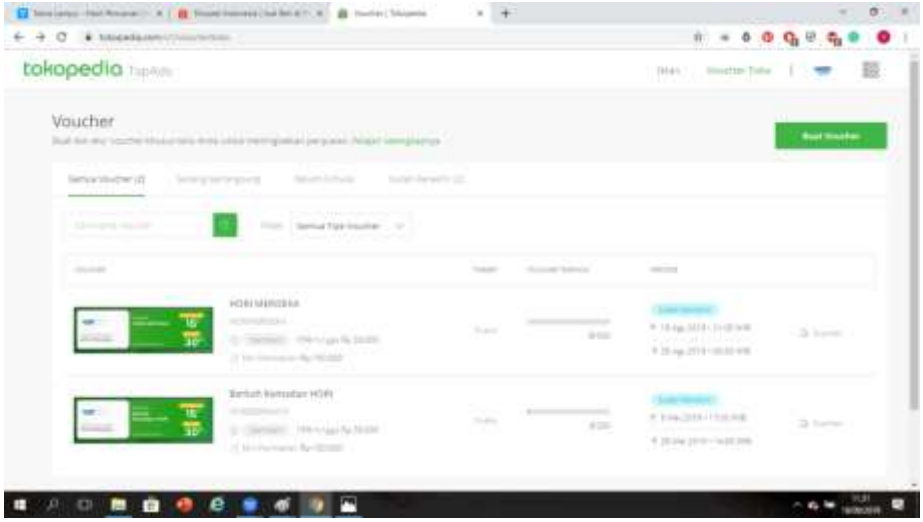
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 25 *Giveaway* 17an HORI



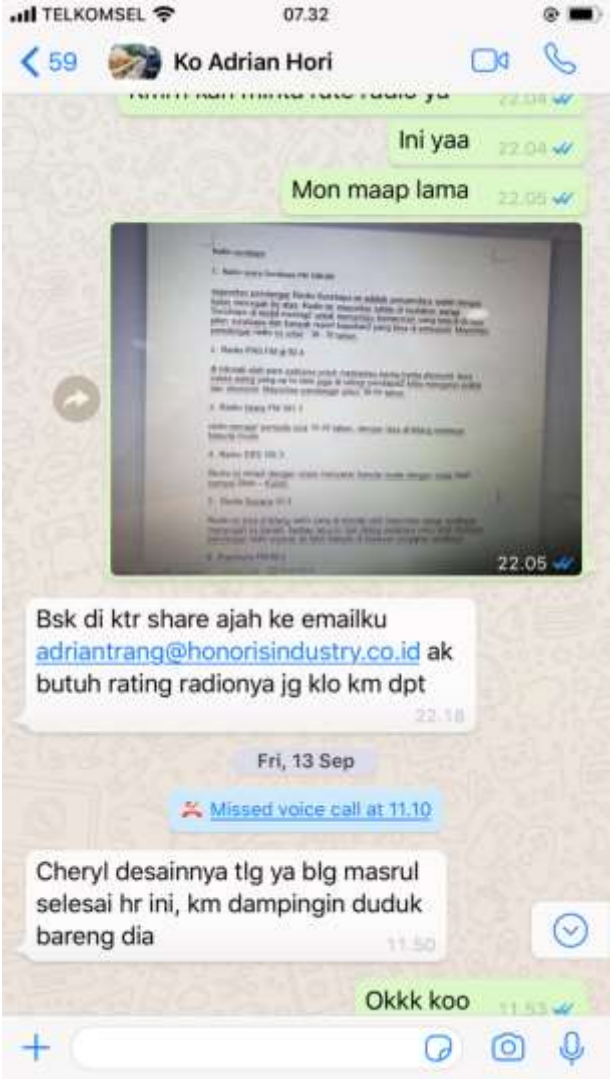
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 26 Promosi HORI di Shopee



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 27 Promosi HORI di Tokopedia



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 28 *List* Promosi Radio di Surabaya

6. **Melakukan perancangan mulai dari konsep *event* di ICE BSD.**

Penulis membantu bapak Adrian selama 2 minggu di bulan September dalam menentukan konsep acara di ICE BSD pada akhir tahun 2019. Acara tersebut adalah ICE Fest, di mana HORI mensponsori acara tersebut dan mendapatkan *booth* didalamnya. Untuk acara ini penulis diminta meng-kontak vendor untuk mencari tau harga sewa lampu taman berukuran 2,5 dan 4 meter dengan masing-masing 160 dan 40 unit. Selain itu, penulis diminta memilih hadiah untuk dibagikan kepada pengunjung seperti pena, dan juga mentelfon *vendor* percetakan tas kain lewat telfon kantor, dan juga membuat konsep acara tersebut. Di mana penulis bersama atasan melakukan *brainstorming* dan pencarian harga barang di *vendor*.

Untuk acara itu sendiri, HORI akan membagikan gelas HOOYA gratis sebagai bentuk promosi dan cara menarik pengunjung datang ke *booth* HORI, yang nantinya pengunjung diminta untuk mengambil undian diskon terlebih dahulu dan diajak membeli produk HORI baru setelah itu diberikan produk HOOYA dan hadiah lainnya. Selama bulan September penulis melakukan konsep ini bersama atasan penulis dan *meeting* untuk acara ini berlangsung, dan di akhir waktu magang tahap tersebut yang baru saja final diputuskan oleh pihak HORI untuk acara di ICE BSD.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 29 PPT Acara HORI di ICE FEST

Sumber: Dokumentasi Penulis

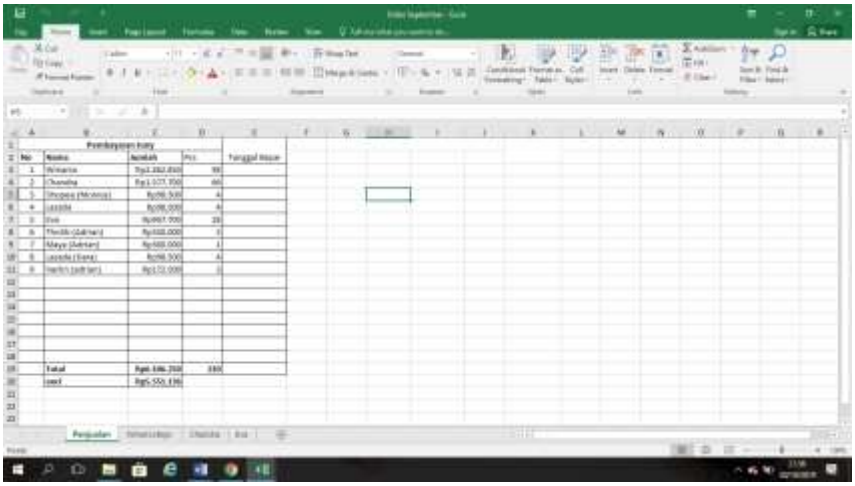
Gambar 3. 30 Cari SPG untuk ICE FEST

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 31 Cari *Vendor* Tas untuk HORI di ICE FEST

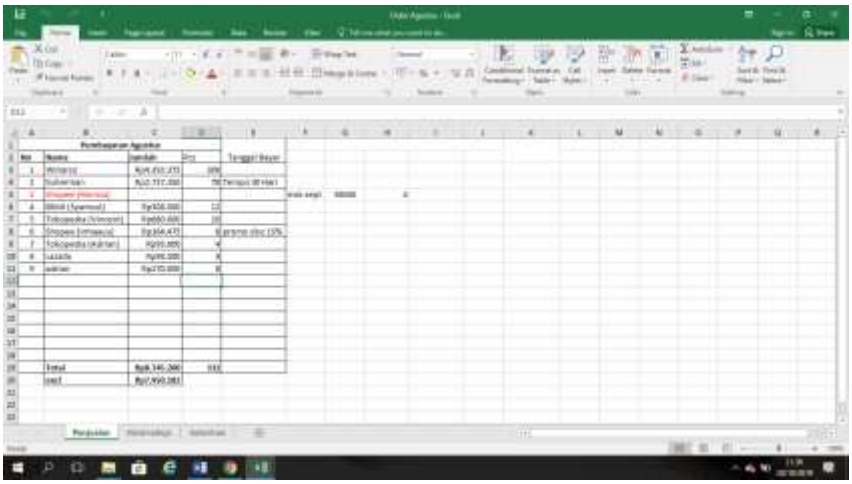
7. Membuat rekap data penjualan HORI.

Penulis melakukan rekap data penjualan setiap akhir bulan sesuai dengan data yang diberikan atasan penulis baik *online* atau *offline*, dan diminta untuk memberikan data perbandingan harga lampu di merek lain, di mana harganya sudah diberikan oleh atasan penulis. Dalam tahap ini waktu yang diberikan adalah satu hari yaitu pada akhir bulan tujuannya adalah untuk merekap hasil penjualan selama satu bulan.



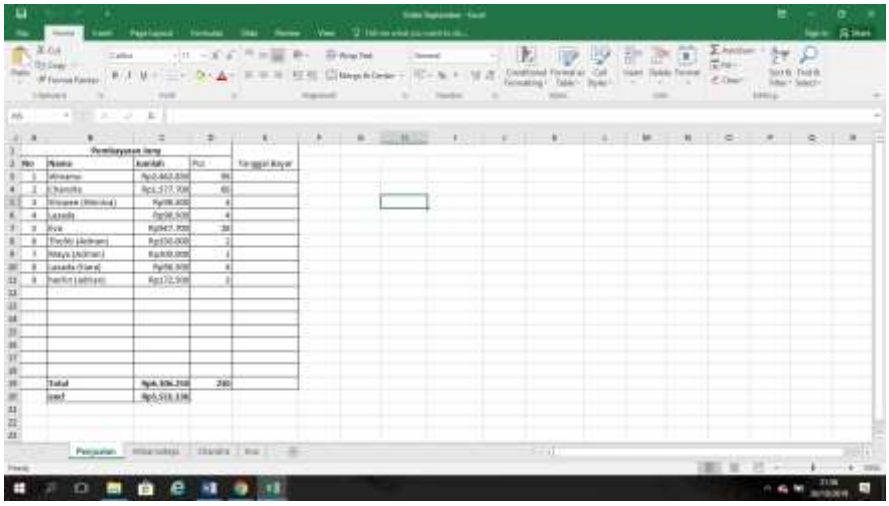
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 32 Rekap Penjualan September



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 33 Rekap Penjualan Agustus



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 34 Rekap Penjualan Juli

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3. 35 Rekap Perbandingan Harga LED Beberapa Merek

3.4 Kendala yang Ditemukan

3.4.1 Kurangnya minat pembelian produk HORI di *online store*.

Selama promosi *online* yang dibuat dan diadakan oleh penulis di HORI sendiri, penulis melihat kurangnya minat pembeli akan pembelian *online* tersebut, padahal harga diskon yang diberikan cukup banyak dan jauh lebih murah dibandingkan membeli di tempat. Menurut penulis kurangnya pembelian ini karena masih banyak konsumen yang tidak tah u akan merek HORI tersebut, dan kurangnya pengetahuan akan adanya HORI di *online marketplace* dan kurang promosi serta *brand awareness* yang dimiliki HORI. Selama proses diskon yang ada di bulan Agustus, hanya ada satu orang yang meng-*claim voucher* HORI namun tidak menggunakan, bahkan menurut data dari atasan penulis, ada waktu di mana yang *claim voucher* HORI cukup banyak namun yang menggunakan untuk transaksi hanya satu.

3.4.2 Sulitnya mencari *vendor* sewa lampu taman untuk *event* hori di ICE BSD Desember 2019.

Penulis juga mengalami kesulitan dalam mencari *vendor* sewa lampu untuk acara di ICE BSD, karena semua toko yang penulis cari di Google hanya menerima penjualan dan pembuatan lampu saja bukan menyewa lampu, selain itu penulis mandapatkan tempat menyewa lampu akan tetapi maksimal unit yang bisa disewa hanya sebanyak 20 unit. Kesulitan ini membuat cukup panik atasan penulis karena waktu acara akhir tahun, dan harus memiliki 200 unit tiang lampu, sedangkan HORI tidak ingin membeli atau membuat tiang lampu taman tersebut karena tidak dibutuhkan dan memakan biaya banyak. HORI membutuhkan tiang lampu tersebut karena dari pihak acara di BSD menginginkan tiang lampu tersebut menjadi tema acara tersebut.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

3.5.1 Kurangnya minat pembelian produk HORI di *online store*.

Solusi untuk menarik dan meningkatkan pembelian produk HORI ini, penulis berupaya dalam melakukan promosi dan juga membuat konsep *giveaway* agar banyak konsumen tau produk HORI dan membelinya lewat artis yang digunakan. Penulis melihat bahwa penjualan HORI di Tokopedia lebih banyak dibandingkan di *marketplace* lain. Selain itu penulis juga berupaya untuk membuat

konten *facebook page* yang lebih menarik agar masyarakat tertarik dan tau akan produk HORI itu sendiri. Solusi ini menjadi jawaban setelah penulis dan atasan berdiskusi mengenai cara menarik perhatian masyarakat di zaman digital ini, karena dapat dilihat bahwa globalisasi membuat perubahan cara menawarkan dan memasarkan produk karena adanya teknologi dan digital. Atasan penulis menginginkan adanya upaya meningkatkan pembelian dengan menggunakan *social media* sebagai wadah agar menarik perhatian konsumen lewat promosi dari media sosial.

3.5.2 Sulitnya mencari *vendor* sewa lampu taman untuk *event* hori di ICE BSD Desember 2019.

Penulis berupaya negosiasi dengan atasan penulis untuk melakukan pembuatan lampu taman dan menjualnya kembali sehingga tidak perlu menyimpan dan uang yang dikeluarkan menjadi tidak terlalu banyak dan hal tersebut disetujui oleh atasan penulis, namun penulis dibantu mas Ancha untuk menghubungi tempat pembuatan tiang lampu tersebut. Atasan penulis melihat akan sulitnya mencari *vendor* sewa lampu taman, sehingga memutuskan untuk menggunakan cara membuat lampu taman dengan harga murah lalu menjual kembali ketika sudah selesai digunakan, dan untuk tempat menyimpan lampunya adalah di kantor HORI di ICE BSD, agar dapat meminimalisir biaya ongkos pengiriman lampu itu sendiri.