



### **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

##### 3.1.1 Kedudukan

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT. GLOBAL LOYALTY INDONESIA (Alfamart), ini ditempatkan pada divisi *Marketing Research* (Penelitian Pemasaran), yang dipimpin oleh Bapak Benny Chandra selaku *Product Operation Manager*, dan penulis dibimbing oleh anggota *Marketing Department* yaitu Bapak Salmon Aldo untuk memantau aktivitas penulis dalam melakukan praktik kerja magang di PT. GLOBAL LOYALTY INDONESIA. Penulis melakukan pekerjaan sehari-hari seperti melakukan riset mengenai aplikasi Alfagift untuk mengetahui apakah ada kendala dalam melakukan registrasi atau pendaftaran aplikasi Alfagift sehingga riset tersebut bertujuan untuk mengetahui kesulitan seperti apa saat melakukan registrasi aplikasi Alfagift dan dilakukan dengan menggunakan metode *Telephone Survey*, metode ini dilakukan seperti wawancara tetapi menggunakan telepon atau *by call*. Pada proses wawancara penulis sudah menyiapkan pertanyaan yang ingin ditanyakan mengenai kesulitan registrasi Alfagift kepada penggunanya.

Penulis diberikan data nomor telepon user Alfagift yang mengalami kesulitan saat registrasi dan kemudian penulis melakukan proses *Telephone Survey*. Penulis juga diminta untuk membantu melakukan test transaksi aplikasi Alfagift untuk mengetahui apakah aplikasi Alfagift tersebut mengalami bug atau masalah sehingga ketika terjadi masalah dapat langsung diatasi. Penulis juga diminta untuk mempelajari *Google Analytic* Alfagift dan kemudian diminta untuk melakukan riset dari *Google Analytic* tersebut. Penulis juga diminta untuk membantu divisi *Digital Marketing* untuk membuat *content promotion*, membuat *wording* atau kata-kata untuk *blast email promotion*. Pada perancangan ini, penulis menjadi pencatat hasil riset, test transaksi aplikasi Alfagift, *Content creator promotion*, dan penulis membuat *report* untuk setiap analisis yang dilakukan dan setelah selesai penulis memberikan

kesimpulan atas hasil analisis yang sudah dilakukan dan dipresentasikan kepada Bapak Benny Chandra.

### 3.1.2 Koordinasi

Dalam praktik kerja magang yang dilakukan penulis, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Research* (Penelitian Pemasaran) yang dipimpin oleh Bapak Benny Chandra yang menjabat sebagai *Product Operation Manager* beliau lah yang memberikan penulis arahan dan bimbingan selama penulis melakukan praktik kerja magang. Tidak hanya itu, penulis juga sempat diberikan tugas dari Pak Benny Chandra untuk membantu pengembangan *content promotion* yang dipimpin oleh Bapak Salmon yang menjabat sebagai staff *Digital Marketing*. Dalam penugasan ini, penulis berkoordinasi langsung dengan Bapak Salmon untuk menyelesaikan pembuatan *wording* atau kata-kata untuk *blast email promotion* Alfamart.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis yang ditempatkan pada divisi *Marketing Research* (Penelitian Pemasaran) diberikan tugas-tugas yang harus dikerjakan dan diselesaikan selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA. Berikut adalah uraian pekerjaan penulis secara detail, serta penjelasannya berdasarkan tujuan, dan koordinasi di divisi *Marketing*.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
<b>A. <i>Marketing Research</i></b>		
1	Melakukan Riset mengenai kesulitan registrasi dari aplikasi Alfagift	Bapak Benny Chandra ( <i>Product Operation Manager</i> )
2	Melakukan <i>Survey</i> dengan menggunakan <i>Telephone Survey</i>	Bapak Benny Chandra ( <i>Product Operation Manager</i> )

<b><i>B. Test Transaction Application Alfagift</i></b>		
1	Melakukan test transaksi aplikasi Alfagift untuk mengetahui apakah ada suatu masalah yang terjadi.	Bapak Hermawan Andhi ( <i>Staff Product Operation</i> ) dan Ibu Kiki (Tim Kreatif)
<b><i>C. Make a Survey about Brand Image</i></b>		
1	Merancang kuesioner untuk melakukan <i>survey Brand Image</i> terhadap aplikasi Alfagift	Bapak Benny Chandra ( <i>Product Operation Manager</i> )
<b><i>D. Google Analytic Alfagift</i></b>		
1	Melakukan analisis dengan menggunakan <i>Google Analytic</i> untuk aplikasi Alfagift.	Bapak Benny Chandra ( <i>Product Operation Manager</i> )
<b><i>E. Digital Marketing</i></b>		
1	Membuat <i>Content promotion</i> Alfamart	Bapak Salmon Aldo ( <i>Staff Digital Marketing</i> )
2	Merencanakan <i>Schedule Promotion</i> untuk bulan September	Bapak Salmon Aldo ( <i>Staff Digital Marketing</i> )
3	Mempelajari “MoEngage” untuk berkreasi membuat <i>content</i> Alfamart dan Riset mengenai <i>content</i>	Bapak Salmon Aldo ( <i>Staff Digital Marketing</i> )
4	Membuat <i>Wording</i> untuk <i>blast email</i> Alfamart kepada user	Bapak Salmon Aldo ( <i>Staff Digital Marketing</i> )

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2020

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Magang**

#### **3.3.1 Proses Pelaksanaan**

Dalam masa praktik kerja magang yang dilakukan penulis, penulis diberikan beberapa tugas yang terkait dengan analisa *User Experience*, *Content promotion*, dan implementasi Strategi Promosi tersebut. Berikut merupakan penjelasan secara detail mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh penulis di PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA:

##### **1. *Marketing Research***

Terdapat beberapa pengguna Alfagift yang mengalami kendala ketika registrasi. Untuk itu penulis ditugaskan untuk melakukan analisis mengenai kesulitan apa saja saat melakukan pendaftaran atau registrasi dalam aplikasi Alfagift. Dalam menjalankan tugas ini, penulis dibimbing oleh Bapak Benny sebagai *Product Operation Manager*, beliau kemudian memberikan data pengguna yang mengalami kegagalan atau kesulitan saat melakukan pendaftaran aplikasi Alfagift.

Untuk mengetahui kendala yang dialami pengguna penulis ditugaskan untuk melakukan *interview*. Hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah menyiapkan beberapa pertanyaan terkait dengan kesulitan atau kegagalan saat melakukan registrasi aplikasi Alfagift. Setelah itu, melakukan proses analisa dengan metode *Telephone Survey* dengan melakukan *interview by call*. Penulis melakukan *interview* terhadap 60 responden dan kemudian membuat analisis report di excel untuk mengetahui hasil jawaban dari setiap user. Hasil *interview* tersebut kemudian dilaporkan pada Bapak Benny Chandra selaku *Product Operation Manager*.

Tujuan dari *interview* ini adalah untuk mengetahui masalah dari kegagalan atau kesulitan pengguna Alfagift saat melakukan pendaftaran di Alfagift. Alfagift akan melakukan perbaikan terhadap aplikasi Alfagift ketika mengetahui hal apa yang membuat user mengalami kesulitan dan kegagalan saat melakukan pendaftaran sehingga pengguna juga dapat menggunakan aplikasi Alfagift dengan baik.

Berikut merupakan Gambar 3.1 dan 3.2 data terkait pekerjaan penulis dari hasil *interview* terhadap user Alfagift mengenai kesulitan atau kegagalan saat melakukan pendaftaran atau registrasi dalam aplikasi Alfagift.

	B	C	D	E	F
11	0813 6872 8306	19 thn	Mahasiswi	Mendaftarnya dibuatkan oleh pegawai alfamart, saat lupa kata sandi tidak bisa di ganti karena alasannya nomor sudah terdaftar	Tidak ada
12	081932133246	49thn	Wiraswasta	kurang mengerti mengenai aplikasi online jadi agak susah untuk daftarnya.	tidak ada, kalau bisa diajarkan mengenai cara mendaftar aplikasi alfagift karena tidak semua kalangan bisa mengerti
13	089657653857	20 thn	Pramuniaga	Lupa password, saat mau daftar ulang gabisa meskipun menggunakan nomor lain tetap gabisa. (081295725782)	tolong diperbaiki, di permudah untuk registrasinya.
14	087728552006	35thn	Ibu rumah tangga	Saat itu hp 1nya bisa didaftar, lalu daftar dengan hp yang lain tidak bisa.	tidak ada
15	082288217829	29thn	Ibu rumah tangga	saat itu ada aplikasi alfagift, tetapi jarang dibuka. Lalu ketika dibuka aplikasinya minta password atau kode, tetapi gatau karena dibuatkan orang alfamart.	Tolong diperbaiki dengan lebih baik agar tidak begitu sulit.
					Lebih ditingkatkan kembali untuk bagian "PENGIRIMAN". Agar pengirimannya dapat lebih cepat. Saya juga punya aplikasi klik indomaret, jika dibandingkan dengan klikindomaret, saat pemesanan misalnya

Sumber : Dokumen Pribadi Penulis, 2020

Gambar 3.1 *Marketing Research* saat Registrasi Aplikasi (Alfagift)

	A	B	C	D	E	F
14	Eva februana	087728552006	35thn	Ibu rumah tangga	Saat itu hp 1nya bisa didaftar, lalu daftar dengan hp yang lain tidak bisa.	tidak ada
15	Roza Safitri	082288217829	29thn	Ibu rumah tangga	saat itu ada aplikasi alfagift, tetapi jarang dibuka. Lalu ketika dibuka aplikasinya minta password atau kode, tetapi gatau karena dibuatkan orang alfamart.	Tolong diperbaiki dengan lebih baik agar tidak begitu sulit.
16	Noviyanti Permatasari	087791784797	32thn	Ibu rumah tangga	Tidak ada kesulitan	Lebih ditingkatkan kembali untuk bagian "PENGIRIMAN". Agar pengirimannya dapat lebih cepat. Saya juga punya aplikasi klik indomaret, jika dibandingkan dengan klikindomaret, saat pemesanan misalnya ketika order jam 8 maka jam 9 sudah langsung di terima dan juga ada express. Jika alfagift misalnya dialfagift jam 8 order bisa di kirim siang atau sore, gabisa estimasi waktu. Biasanya saya ketika urgent seperti galon aqua habis, biasa pesen ke indomaret. karena pengirimannya cepat dan tergantung promo yang dapat menguntungkan customer juga.
17	Ayu gita	083147827303	20thn	pegawai	Tidak ada kesulitan	Tidak ada.

Sumber : Dokumen Pribadi Penulis, 2020

Gambar 3.2 *Marketing Research* saat Registrasi Aplikasi (Alfagift)

## 2. *Test Transaction Application Alfagift*

Dalam melakukan test transaksi pada aplikasi Alfagift, penulis dibimbing oleh Bapak Hermawan Andhi dan Ibu Kiki Manurung. Dimana penulis diajarkan untuk mengetahui perbedaan dari transaksi *pick up*, transaksi kirim alamat (Toko Normal), transaksi kirim alamat (Toko SAPA), transaksi VDC (SAPA), transaksi VDC (Toko Normal), transaksi TENANG (*coming soon*).

Dalam proses melakukan transaksi, penulis melakukan pembelian suatu produk melalui aplikasi Alfagift dimana setiap per-jam penulis akan melakukan test untuk semua transaksi mulai dari transaksi *pick up*, transaksi kirim alamat (Toko Normal), transaksi kirim alamat (Toko SAPA), transaksi VDC (SAPA), transaksi VDC (Toko Normal), transaksi TENANG (*coming soon*). Sehingga ketika penulis mengalami kendala atau masalah, penulis akan langsung memberitahukan kepada pembimbing Bapak Hermawan Andhi atau Ibu Kiki Manurung mengenai *bug* pada aplikasi atau permasalahan yang dihadapi agar dapat langsung diatasi.

Tujuan dari proses kerja ini adalah untuk mengetahui tingkat kesempurnaan dari aplikasi Alfagift. Dilihat dari test yang dilakukan, jika memang sering terjadi masalah dalam proses transaksi pembelian suatu produk menggunakan aplikasi Alfagift maka akan dilakukan perbaikan. Sehingga pengguna Alfagift juga merasa nyaman menggunakan aplikasi Alfagift karena tidak adanya gangguan atau *error transaction*.

Untuk menjaga agar aplikasi dapat berjalan dengan baik, setiap harinya rutin dilakukan tes transaksi dari berbagai tipe yang meliputi transaksi *pick up*, transaksi kirim alamat (Toko Normal), transaksi kirim alamat (Toko SAPA), transaksi VDC (SAPA), transaksi VDC (Toko Normal), transaksi TENANG (*coming soon*) setiap jamnya. Sehingga dapat mengetahui tipe transaksi apa yang mengalami masalah sehingga harus dengan cepat diperbaiki. Berikut merupakan Gambar 3.3, dan 3.4 data terkait pekerjaan penulis mengenai test transaksi aplikasi Alfagift untuk mengetahui apakah ada bug atau masalah yang terjadi atau tidak.

TRANSAKSI ALFAGIFT ☆ 📄 🗑️

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Add-on Bantuan Terakhir diedit beberapa detik lalu

100% £ % 0.00 123 Default (Ari... 10 B I S A

Transaksi VDC (SAPA)

A	B	C	D	E	F	G	H
Date	Time	Transaksi Pick Up	Transaksi Kirim Alamat (Toko Normal)	Transaksi Kirim Alamat (Toko SAPA)	Transaksi VDC (SAPA)	Transaksi VDC (Toko Normal)	Transaksi TENANG (coming soon)
18-Jun-2020	10:00	O-200618-AGBXPKT	O-200618-AGWKQPX	O-200618-AGHTMTJ		O-200618-AGHJHPM	O-200618-AGPKGLJ
18-Jun-2020	11:00	O-200618-AGXZRFZ	O-200618-AGJHTPC	O-200618-AGGCJLD		O-200618-AGXRRDG	O-200618-AGFSDCCK
18-Jun-2020	12:00	O-200618-AGXFVNZ	O-200618-AGDGPZQ	O-200618-AGJSRJW		O-200618-AGMMKKZ	O-200618-AGLWPYB
18-Jun-2020	13:00	O-200618-AGGGHSG	O-200618-AGXCTDV	O-200618-AGXDPGT		O-200618-AGCWHKV	O-200618-AGZLSWG
18-Jun-2020	14:00	O-200618-AGMYNPZ	O-200618-AGPSWXF	O-200618-AGCHNKF		O-200618-AGDKQXC	O-200618-AGVKQMS
18-Jun-2020	15:00	O-200618-AGPKWPB	O-200618-AGHFJBJ	O-200618-AGYGFYX		O-200618-AGPYWXH	O-200618-AGBTHGN
18-Jun-2020	16:00	O-200618-AGVKTNT	O-200618-AGNQLDF	O-200618-AGWDYZW		O-200618-AGYFRPZ	O-200618-AGGVKMW
18-Jun-2020	17:00	O-200618-AGGJKSQ	O-200618-AGYQDJZ	O-200618-AGLHCSF		O-200618-AGQGNNF	O-200618-AGLWKMJ
19-Jun-2020	10:00	O-200619-AGYNJWZ	O-200619-AGPLFFK	O-200619-AGXMGGK		O-200619-AGXNGCY	ERROR
19-Jun-2020	11:00	O-200619-AGYTFFS	O-200619-AGWSYPM	O-200619-AGQMXHP		O-200619-AGRBLYY	ERROR
19-Jun-2020	12:00	O-200619-AGVPPXF	O-200619-AGWJJDC	O-200619-AGZBWSY		O-200619-AGFWBHC	ERROR
19-Jun-2020	13:00	O-200619-AGJTMHJ	O-200619-AGDKBDR	O-200619-AGGPCMZ		O-200619-AGKQWSC	ERROR
19-Jun-2020	14:00	O-200619-AGRNLIC	O-200619-AGBZST	O-200619-AGJPLL		O-200619-AGCRSZJ	ERROR

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2020

Gambar 3.3 Test Transaction Application Alfagift

TRANSAKSI ALFAGIFT ☆ 📄 🗑️

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Add-on Bantuan Terakhir diedit beberapa detik lalu

100% £ % 0.00 123 Default (Ari... 10 B I S A

Transaksi VDC (SAPA)

E	F	G	H	I	J
Transaksi Kirim Alamat (Toko SAPA)	Transaksi VDC (SAPA)	Transaksi VDC (Toko Normal)	Transaksi TENANG (coming soon)	Status	Note
O-200618-AGHTMTJ		O-200618-AGHJHPM	O-200618-AGPKGLJ		Error, saat proses pembayaran saat menunggu loading tetapi tiba-tiba menuju homepage alfacart. (TRANSAKSI TENANG)
O-200618-AGGCJLD		O-200618-AGXRRDG	O-200618-AGFSDCCK		Tidak ada masalah
O-200618-AGJSRJW		O-200618-AGMMKKZ	O-200618-AGLWPYB		Tidak ada masalah
O-200618-AGXDPGT		O-200618-AGCWHKV	O-200618-AGZLSWG		Error, saat proses pembayaran saat menunggu loading tetapi tiba-tiba menuju homepage alfacart. (TRANSAKSI PICK UP)
O-200618-AGCHNKF		O-200618-AGDKQXC	O-200618-AGVKQMS		Tidak ada masalah
O-200618-AGYGFYX		O-200618-AGPYWXH	O-200618-AGBTHGN		Tidak ada masalah
O-200618-AGWDYZW		O-200618-AGYFRPZ	O-200618-AGGVKMW		Tidak ada masalah
O-200618-AGLHCSF		O-200618-AGQGNNF	O-200618-AGLWKMJ		Transaksi VDC (Toko Normal) saat ingin melakukan pembayaran tiba-tiba ada tulisan server sedang mengalami gangguan!
O-200619-AGXMGGK		O-200619-AGXNGCY	ERROR		Transaksi TENANG tidak bisa berbelanja error.
O-200619-AGQMXHP		O-200619-AGRBLYY	ERROR		Tidak ada masalah
O-200619-AGZBWSY		O-200619-AGFWBHC	ERROR		Tidak ada masalah
O-200619-AGGPCMZ		O-200619-AGKQWSC	ERROR		Saat ingin bertransaksi ada tulisan server sedang mengalami gangguan! Transaksi Kirim Alamat (TOKO NORMAL)
O-200619-AGJPLL		O-200619-AGCRSZJ	ERROR		Saat ingin bertransaksi ada tulisan server sedang mengalami gangguan! Transaksi VDC (TOKO NORMAL)

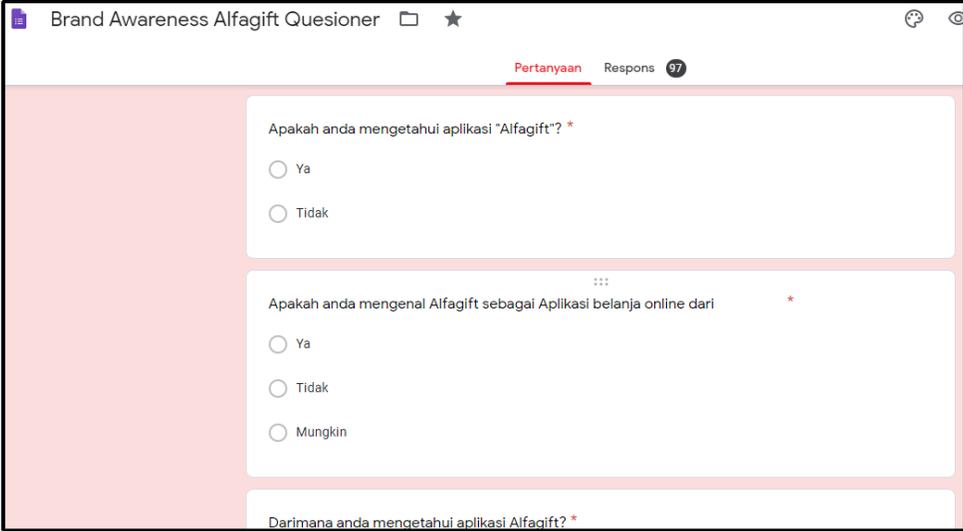
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2020

Gambar 3.4 Test Transaction Application Alfagift

### 3. *Make a Survey About Brand Image Alfagift*

Penulis ditugaskan untuk pembuatan questioner atau *survey mengenai Brand Image & Brand awareness* dari aplikasi Alfagift. Dalam menjalankan tugas ini, penulis dibimbing langsung oleh Bapak Benny Chandra.

Dalam proses pembuatan kuesioner atau *survey mengenai Brand Image & Brand awareness* dari aplikasi Alfagift ini, penulis melakukan persiapan untuk membuat pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada calon responden. Penulis membuat berbagai pertanyaan terkait dengan *Brand Image & Brand awareness*, kemudian pembimbing akan melakukan pengecekan. Penulis melakukan revisi beberapa kali untuk penyempurnaan kuesioner *survey* yang akan disebarkan, setelah mendapat masukan dari Bapak Benny Chandra dan setelah melakukan beberapa perbaikan untuk pertanyaan pada kuesioner, penulis meminta persetujuan pada Bapak Benny Chandra untuk penyebaran kuesioner tersebut melalui media social (Instagram, Line, Whatsapp). Berikut merupakan Gambar 3.5 data terkait pekerjaan penulis mengenai test transaksi aplikasi Alfagift untuk mengetahui apakah ada *bug* atau masalah yang terjadi atau tidak.



The image shows a screenshot of a survey titled "Brand Awareness Alfagift Questioner". The survey is displayed on a mobile device interface. At the top, there is a navigation bar with "Pertanyaan" (Questions) and "Respons" (Responses) with a count of 97. The survey consists of three visible questions, each with radio button options:

- Question 1: "Apakah anda mengetahui aplikasi 'Alfagift'? \*"  
Options:  Ya,  Tidak
- Question 2: "Apakah anda mengenal Alfagift sebagai Aplikasi belanja online dari ... \*"  
Options:  Ya,  Tidak,  Mungkin
- Question 3: "Darimana anda mengetahui aplikasi Alfagift? \*"

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2020

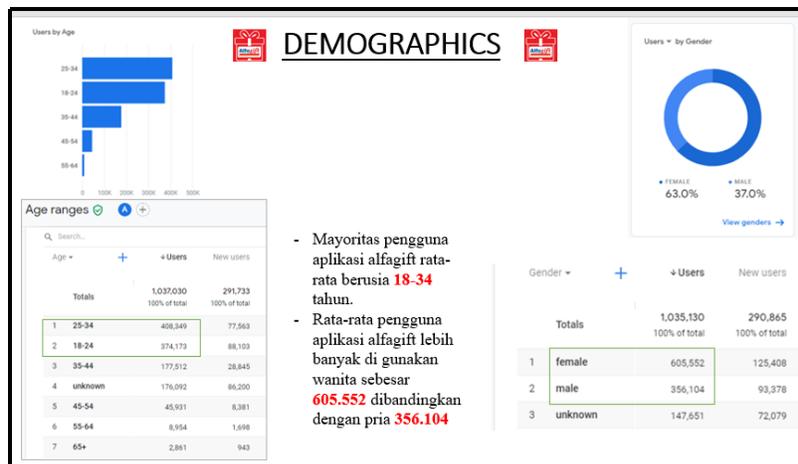
Gambar 3.5 *Make a Survey about Brand Image Alfagift*

#### 4. Google Analytic Alfagift

Dalam melakukan analisis mengenai aplikasi Alfagift dengan menggunakan *Google Analytic*, penulis dibimbing oleh Bapak Benny untuk melakukan analisis terhadap aplikasi Alfagift. Analisis tersebut biasanya untuk mengetahui berapa banyak user baru, penjualan, demografi user dan lainnya.

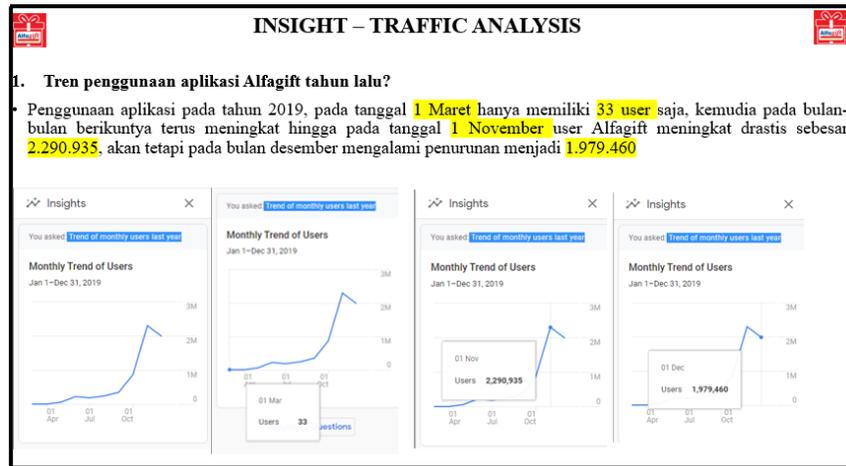
Dalam proses analisa ini, penulis mempelajari terlebih dahulu cara menggunakan *Google Analytic*. Kemudian penulis juga belajar bagaimana cara membaca grafik dalam *Google Analytic* sehingga dapat membandingkan dari bulan ini dengan bulan sebelumnya. Analisa yang dilakukan bertujuan untuk dapat mengetahui pengguna aplikasi Alfagift berusia berapa, rata-rata berasal darimana, menggunakan bahasa apa, dan lainnya.

Tujuan dari proses kerja ini adalah untuk mengetahui atau mendapatkan informasi mengenai user aplikasi Alfagift dari segi Demografi, Penjualan, Ketertarikan. Sehingga dapat memudahkan perusahaan untuk menganalisa user atau new user dengan menggunakan *Google Analytic*. Berikut merupakan Gambar 3.6 dan 3.7 data terkait pekerjaan penulis mengenai analisis dengan menggunakan *Google Analytic*.



Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2020

Gambar 3.6 Google Analytic Alfagift



Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2020

Gambar 3.7 *Google Analytic* Alfagift

## 5. *Digital Marketing*

Dalam melakukan pekerjaan dibidang *Digital Marketing*, penulis dibimbing oleh Bapak Salmon sebagai staff *Digital Marketing* untuk melakukan pembuatan *content promotion* beserta dengan wording atau kata-kata untuk setiap konten yang nantinya akan disebarakan melalui email Alfamart.

Dalam proses analisis *digital marketing*, penulis pertama-tama menyiapkan jadwal untuk promo apa yang ingin disebarakan melalui email dengan menentukan tanggal dan hari apa. Kemudian penulis membuat *content wording* untuk *promotion* tersebut dengan menarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Penulis juga diajarkan oleh Bapak Salmon cara menggunakan aplikasi “MoEngage” dimana penulis dapat membuat konten dengan berkreasi sendiri. Dengan menggunakan MoEngage penulis juga dapat mengetahui berapa banyak user yang melihat *content promotion* tersebut, user yang tertarik, user yang meng-klik promo tersebut.

Tujuan dari proses kerja ini adalah untuk menarik perhatian konsumen atau calon konsumen dengan *content promotion* yang menarik melalui kata-kata yang dapat menarik perhatian konsumen sehingga membuat konsumen penasaran dengan *content promotion* yang telah dibuat. Berikut merupakan Gambar 3.8 data terkait

pekerjaan penulis Melakukan pekerjaan *Digital Marketing* dengan “MoEngage” untuk membuat *content promotion* beserta *wording* untuk *blast email* Alfamart.



Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2020

Gambar 3.8 *Digital Marketing*

### 3.4 Kendala yang Ditemukan

#### 1. *Marketing Research*

Penulis yang ditugaskan untuk melakukan riset mengenai kesulitan atau kegagalan saat pengguna melakukan registrasi Alfagift mengalami kesulitan, karena data nomor telephone yang diberikan banyak yang tidak tersambung sehingga memakan banyak waktu untuk melakukan riset dengan metode *Telephone Survey*) *by call*. Penulis diwajibkan dalam sehari untuk menyelesaikan riset dengan metode ( *Telephone Survey*) *by call* dengan target 100 responden. Penulis juga mengalami kesulitan karena saat melakukan *interview* banyak menggunakan suara sehingga kelelahan karena harus mengulang kata-kata yang sama kepada pengguna

yang masih tidak mengerti dan terkadang penulis terkadang dianggap ingin melakukan tindakan kriminal seperti penipuan.

## **2. *Google Analytic Alfagift***

Penulis mengalami kendala saat melakukan analisis Alfagift dengan menggunakan *Google Analytic*. Karena penulis harus mempelajari cara penggunaan *Google Analytic* secara otodidak dan membuat laporan *analytic* dari berbagai aspek.

## **3. *Digital Marketing***

Kendala yang dialami penulis saat membuat konten sosial media untuk promo Alfamart yakni penulis mengalami kesulitan karena harus mempelajari terlebih dahulu *platform* yang digunakan. *Platform* tersebut bernama “MoEngage”, penulis juga mengalami kesulitan untuk menyiapkan kata-kata untuk *blast* email tentang *promotion* Alfamart. Penulis juga harus mempersiapkan semua *schedule* untuk *promotion* sehingga harus mengerjakan dengan cepat agar tidak terlambat untuk *schedule promotion*.

### **3.5 Solusi atas Kendala yang ditemukan**

#### **1. *Marketing Research***

Untuk mengatasi kendala saat itu penulis melakukan riset mengenai kesulitan atau kegagalan pengguna saat melakukan registrasi Alfagift. Penulis menyiapkan sebuah kertas yang sudah disusun agar dapat mempermudah penulis saat melakukan (*Telephone Survey*) *by call*. Penulis melakukan *interview* dengan menanyakan hal inti mengenai kesulitan atau kegagalan saat melakukan registrasi Alfagift agar tidak membuang banyak waktu.

#### **2. *Google Analytic Alfagift***

Saat membuat *report* atau laporan untuk melakukan analisis menggunakan *Google Analytic*, penulis secara rutin mempelajari cara menggunakan *Google Analytic* berdasarkan youtube, google, dan blog lainnya. Sehingga penulis dapat mengerti penggunaan *Google Analytic* dan dapat membuat laporan tentang Alfagift.

### 3. *Digital Marketing*

Saat penulis membuat *content promotion* Alfagift, penulis diawal banyak melakukan revisi terkait kata-kata yang kurang menarik sehingga penulis meminta saran kepada Bapak Salmon Aldo untuk bantuannya. Setelah itu penulis juga melakukan riset mengenai aplikasi lain seperti Go-Jek, Grab, Tokopedia untuk sebagai acuan untuk membuat *wording text* untuk *blast email promotion* Alfamart.

#### 3.6 Peranan *Telephone Survey* dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan.

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA, penulis mendapatkan informasi, relasi baru, dan pengalaman baru dan pengetahuan tentang *Marketing Research* melalui metode (*Telephone Survey*) menggunakan kuesioner untuk menganalisis kepuasan pelanggan.

Saat pelaksanaan praktik kerja magang di PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA, *marketing research* digunakan sebagai alat untuk melakukan analisis aplikasi Alfagift dan Alfamart mengenai kepuasan pelanggan, *brand image*, dan *brand awareness*. Tujuan dari melakukan *marketing research* untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, pengembangan *brand image*, dan peningkatan *brand awareness*. Untuk mendukung hal tersebut, penulis mendapatkan tugas untuk menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan digunakan saat melakukan *Telephone Survey*, selain itu penulis juga diminta untuk membuat kuesioner, mengetahui *brand image* dan *brand awareness* dari aplikasi Alfagift. *Survey* ini dilakukan dengan, menggunakan *Google Analytic* untuk mengetahui segmentasi penggunaanya berdasarkan Geografi, Demografi, dan Psikografi.

Pada saat melakukan (*Telephone Survey*) melalui media telepon, untuk mengetahui tentang kesulitan konsumen pada saat melakukan registrasi di aplikasi Alfagift, penulis merasa bahwa dengan metode ini kurang dapat menarik informasi dari pelanggan dengan lebih baik, karena pelanggan kurang kooperatif dalam menjawab pertanyaan, adanya keterbatasan waktu dan dengan metode ini pelanggan dapat mengakhiri pembicaraan kapan saja. Sehingga metode ini harusnya dapat ditingkatkan lagi, agar hasilnya dapat lebih efektif.

*Marketing Research* adalah riset pemasaran dengan beberapa metode untuk mengumpulkan data dan mendapatkan kesimpulan sehingga dapat menganalisis sebuah data yang didapatkan dari pelanggan dan informasi bisnis, telah menjadi sumber dalam bidang praktik pemasaran dan fokus untuk melakukan riset yang bersifat ilmiah. Lee, T. Y., & Bradlow, E. T. (2011). Sedangkan menurut Paurva, S. (2019). *Marketing research* merupakan bagian penting karena dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan dengan memberikan informasi yang akurat. Setiap keputusan memiliki keunikan, kebutuhan informasi, dan strategi yang relevan sehingga dapat dikembangkan dengan menggunakan informasi yang telah dikumpulkan melalui riset pemasaran.

Untuk meningkatkan efektifitas hasil menurut *interview* PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA dapat melakukan tahapan *interview* dari (Castillo-Montoya, M. (2016). Proses atau cara penyempurnaan protokol *interview* (IPR) yang baik dan benar terdiri dari empat tahap. Setiap tahap akan memudahkan peneliti untuk mengembangkan tujuan penelitian mereka. Empat tahap ini memiliki sistem yang bertujuan untuk mengembangkan protokol atau sistem wawancara yang teruji dan dapat membantu peneliti dalam memperoleh hasil yang benar dan data wawancara secara rinci yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut (Castillo-Montoya, M. (2016).

Tahap pertama yaitu “Ensuring *Interview Questions Align With Research Questions*” merupakan sebuah tahap yang fokus terhadap penyelarasan atau cara antara pertanyaan wawancara dan pertanyaan penelitian. Cara ini dapat meningkatkan proses penelitian dengan menggunakan pertanyaan wawancara, tujuan dari wawancara bukan hanya untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang kita berikan, tetapi untuk memahami pengalaman orang tersebut. Pertanyaan yang dibuat oleh peneliti harus selaras dengan tujuan penelitian sehingga mendapatkan sebuah informasi yang relevan atau berguna. Untuk mencapai keselarasan tersebut peneliti dapat membuat sebuah matriks agar dapat membantu peneliti mengetahui apakah terdapat celah terhadap pertanyaan yang sedang ditanya. Pembuatan matrix ini juga membuat peneliti mengetahui pertanyaan wawancara mana yang paling mendekati untuk menjawab pertanyaan dari penelitian tersebut.

Terkait dengan perusahaan PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA, tahap *interview* pertama perusahaan harus melakukan penyesuaian pertanyaan yang ingin ditanyakan terkait permasalahan yang ingin diketahui oleh perusahaan sehingga ketika ingin melakukan wawancara dengan responden harus memiliki sebuah pertanyaan yang sesuai sehingga mendapatkan hasil yang lebih efektif.

Tahap kedua yaitu “*Constructing an Inquiry-Based Conversation*” dimana merupakan sebuah tahap yang fokus terhadap cara menyeimbangkan pertanyaan dengan kata-kata apakah cocok atau tidak dan mengatur pertanyaan yang spesifik terkait dengan tujuan penelitian. (Pattion, 2015). Dalam tahap kedua ini mengharuskan peneliti untuk mengembangkan percakapan berbasis penyelidikan wawancara dengan menyusun dan mengatur pertanyaan dengan bahasa yang jelas, singkat, dan mudah dimengerti. Seperti yang sudah dijelaskan dalam tahap kesatu, pertanyaan penelitian berbeda dari pertanyaan wawancara. Perbedaan antara pertanyaan penelitian dan pertanyaan wawancara menurut (Maxwell, 2013) yaitu pertanyaan penelitian lebih fokus terhadap apa yang ingin anda pahami dalam wawancara tersebut, sedangkan pertanyaan wawancara adalah sesuatu yang anda minta dari seseorang untuk mendapatkan pemahaman penelitian. Perkembangan pertanyaan wawancara yang baik membutuhkan sebuah kreativitas dan wawasan yang tinggi. Sebagai peneliti bisa menggunakan pengetahuan tentang norma untuk menulis pertanyaan wawancara yang dapat mudah dimengerti dan diakses oleh peserta wawancara. Menurut (Brinkmann dan Kvale, 2015). Pertanyaan peneliti dibuat berdasarkan bahasa yang teoritis, sedangkan pertanyaan wawancara dibuat berdasarkan bahasa sehari-hari dari orang yang diwawancarai.

Terkait dengan perusahaan PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA dalam tahapan *interview* kedua, perusahaan ketika ingin melakukan proses riset pemasaran perlu memahami dulu tentang perbedaan pertanyaan penelitian dan pertanyaan wawancara. Ketika perusahaan ingin melakukan riset pemasaran, dalam proses pembuatan pertanyaan harus menggunakan kata-kata yang tepat, bahasa yang jelas, singkat, dan mudah dimengerti sehingga responden memahami betul pertanyaan yang diberikan oleh perusahaan ketika proses wawancara.

Tahap ketiga yaitu “*Receiving Feedback on the Interview Protocol*” lebih fokus untuk menerima tanggapan mengenai protokol wawancara yang dikembangkan. Tujuannya untuk meningkatkan kepercayaan sebagai alat yang digunakan untuk penelitian. *Feedback* dapat diberikan kepada peneliti sebagai sebuah informasi tentang seberapa baik peserta memahami pertanyaan wawancara dan apakah pemahaman mereka sesuai dengan yang diinginkan atau diharapkan oleh peneliti. (Patton, 2015). Peneliti meminta responden untuk diwawancarai secara dekat untuk mengetahui apakah responden memahami pertanyaan dari wawancara tersebut (Maxwell, 2013). Setelah melakukan sebuah wawancara penting sekali untuk mendapatkan *feedback* atau tanggapan tentang bagaimana menurut responden mengenai pertanyaan wawancara secara keseluruhan. Untuk mendapatkan *feedback* atau tanggapan tersebut, peneliti dapat merekrut beberapa relawan yang memiliki karakteristik yang serupa dengan responden. Relawan tersebut digunakan untuk menjawab pertanyaan wawancara sehingga peneliti mendapatkan jawaban.

Terkait dengan perusahaan PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA, tahap *interview* ketiga ini harus diterapkan karena ketika melakukan proses wawancara secara dekat agar peneliti mengetahui apakah responden tersebut memahami pertanyaan yang diberikan oleh perusahaan dan perusahaan perlu mendapatkan *feedback* mengenai wawancara tersebut. PT.GLOBAL LOYALTY INDONESIA juga dapat mencari relawan dengan karakteristik yang sesuai dengan responden untuk mendapatkan *feedback* atau tanggapan yang sesuai.

Tahap keempat yaitu “*Piloting the Interview Protocol*” merupakan tahap terakhir, dimana peneliti melakukan ujicoba wawancara dengan kondisi yang senyata mungkin seperti wawancara yang sesungguhnya dengan orang-orang yang memiliki karakteristik atau sampel yang akan diambil saat diwawancarai (Maxwell, 2013). Semua hasil wawancara digunakan untuk dapat meningkatkan protokol wawancara yang berdasarkan pengalaman pewawancara dalam melakukan sebuah wawancara bukan dari pertanyaan tentang proses berfikir orang yang diwawancarai. Menurut (Merriam, 2009) memberitahukan bahwa cara terbaik untuk mengetahui apakah urutan pertanyaan wawancara anda berhasil atau tidak adalah dengan melakukan percobaan atau simulasi wawancara. Dalam hal ini bertujuan untuk mengetahui lebih dulu tentang berapa lama waktu wawancara akan berlangsung dan apakah responden

dapat menjawab pertanyaan tersebut. Pada tahap akhir ini, peneliti dapat mengetahui kemungkinan permasalahan yang terjadi sehingga dapat diperbaiki, membuat revisi protokol wawancara, dan menyiapkan para peneliti untuk menggali informasi lebih dalam lagi (Maxwell, 2013).

Terkait dengan perusahaan PT. GLOBAL LOYALTY INDONESIA, dalam tahapan *interview* terakhir perusahaan harus melakukan ujicoba atau simulasi wawancara dengan menggunakan orang-orang yang memiliki karakteristik yang sesuai. Dengan ini dapat membantu PT. GLOBAL LOYALTY INDONESIA mengetahui urutan pertanyaan yang telah dibuat berhasil atau tidak, berapa lama waktu ketika wawancara, dan apakah responden mengerti pertanyaan yang diberikan. Jadi perusahaan dapat mengetahui apakah ada tahapan yang salah saat proses wawancara berlangsung.