



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.

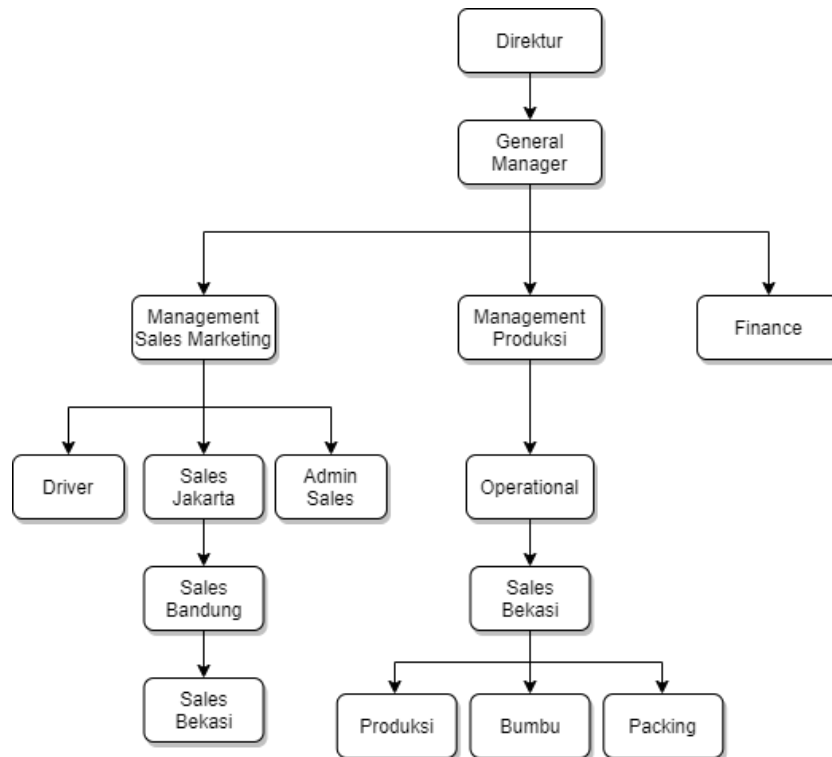
Copyright and reuse:

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 melakukan praktek kerja magang, Penulis berkesempatan untuk bekerja dalam divisi *Digital Marketing* di PT. Quantum Boga Indonesia. *General Manager* dari PT. Quantum Boga Indonesia adalah Bapak Altanta S.Ikom., dan pada divisi *Management Sales and Marketing* adalah Ibu Claudia Sofyan. Penulis berada dibawah bimbingan *General Manager* nya langsung yaitu Bapak Altanta yang memberi pekerjaan yang harus dilakukan oleh Penulis, serta Ibu Claudia Sofyan yang membimbing dalam bidang *Digital Marketing* seperti *Online Shopping* dan juga Media Sosial.



Sumber: Dokumen Perusahaan (2020)

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Quantum Boga Indonesia

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama Penulis melaksanakan praktek kerja magang, terhitung sejak tanggal 3 Februari 2020 – 24 April 2020, ada beberapa tugas dalam divisi *Digital Marketing* yang telah diberikan oleh Bapak Altanta. Tugas yang diberikan terlampir sebagai berikut:

Minggu	Keterangan	Koordinasi	Kategori
1	Membangun ulang Website yang pernah down server.	Pak Altanta	Rutin
2	Mempromosikan akun Media Social perusahaan.	Ibu Claudia	Rutin
3	Mempromosikan Social Media perusahaan dengan target lebih besar.	Ibu Claudia	Rutin
4	Melanjutkan pembuatan website karena membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membangun ulang.	Pak Altanta	Rutin
5	Membantu memegang Online Shopping perusahaan di Tokopedia.	Ibu Claudia	Rutin
6	Menghubungkan promosi yang dilakukan di Social Media perusahaan ke akun Tokopedia perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan.	Ibu Claudia	Rutin

7	Meningkatkan promosi Social Media perusahaan agar dapat dijangkau lebih banyak orang.	Ibu Claudia	Rutin
8	Kontrol dan cek hasil dari promosi yang sudah dilakukan.	Pak Altanta	Rutin
9	Finishing pembuatan website, promosi Social Media, dan Online Shopping serta menjelaskan cara pengoperasian website dan promotion kepada perusahaan.	Pak Altanta	Rutin
10	Mengunjungi toko distributor produk Eternal Food.	Pak Altanta	Tidak Rutin
11	Mengunjungi distributor terdekat untuk cek kualitas produk dan waktu expired dari produk.	Pak Altanta	Tidak Rutin
12	Mengunjungi toko distributor untuk survey complain dari konsumen terhadap produk Eternal Food	Pak Altanta	Tidak Rutin

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

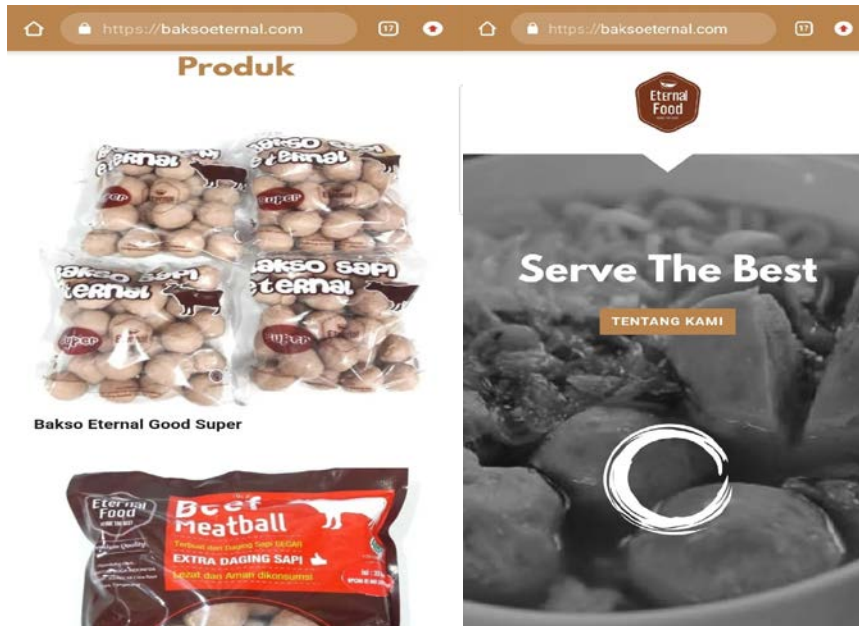
3.3.1 Proses Pelaksanaan

Praktek kerja magang yang dilaksanakan oleh Penulis terhitung sejak 3 Februari 2020 yang telah disetujui oleh perusahaan dan berakhir pada tanggal 24 April 2020. Selama melaksanakan praktek kerja magang, Penulis diberikan beberapa pekerjaan yang berhubungan dengan bidang Penulis yaitu *Marketing*, serta banyak pelajaran yang didapat oleh Penulis mengenai kedisiplinan kerja, tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan, serta dapat bertanggung jawab atas pekerjaan yang telah diberikan oleh atasan sehingga hal ini dapat menambah pengalaman penulis dalam bekerja disuatu perusahaan.

Pekerjaan yang telah dilakukan oleh Penulis antara lain adalah memegang kendali terhadap *Digital Marketing* dalam perusahaan tersebut seperti Media Sosial dari perusahaan tersebut, mempromosikan produk secara *Online*, membangun website yang sempat *Down Server*, serta membantu *General Manager* mencari distributor atau *Reseller* untuk menjual produk Eternal Food.

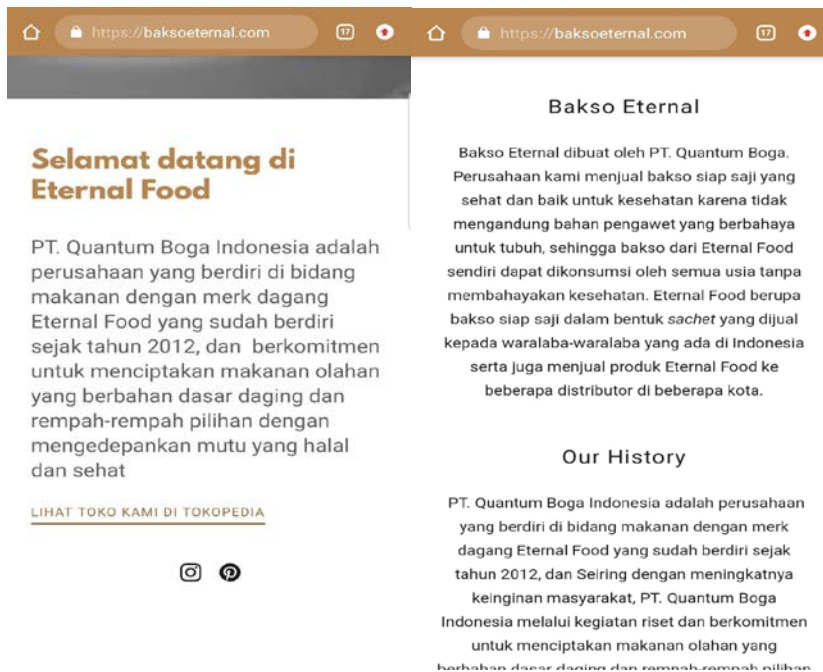
A. Menghidupkan Kembali Website

Penulis ditugaskan untuk menghidupkan kembali *website* yang sempat *down server* agar dapat memberikan info-info mengenai produk dari Eternal Food serta profil dari perusahaan agar dapat diketahui oleh masyarakat sehingga membuat peluang para distributor yang ingin mengambil produk Eternal Food dapat berkomunikasi langsung terhadap perusahaan. *Website* ini berisikan tentang *company profile*, produk dari Eternal Food dan info *contact person* dari perusahaan yang bertujuan agar mempermudah *reseller* ataupun masyarakat yang ingin membeli produk Eternal Food langsung dari perusahaan.



Sumber: baksoeternal.com

Gambar 3.2 Website baksoeternal.com



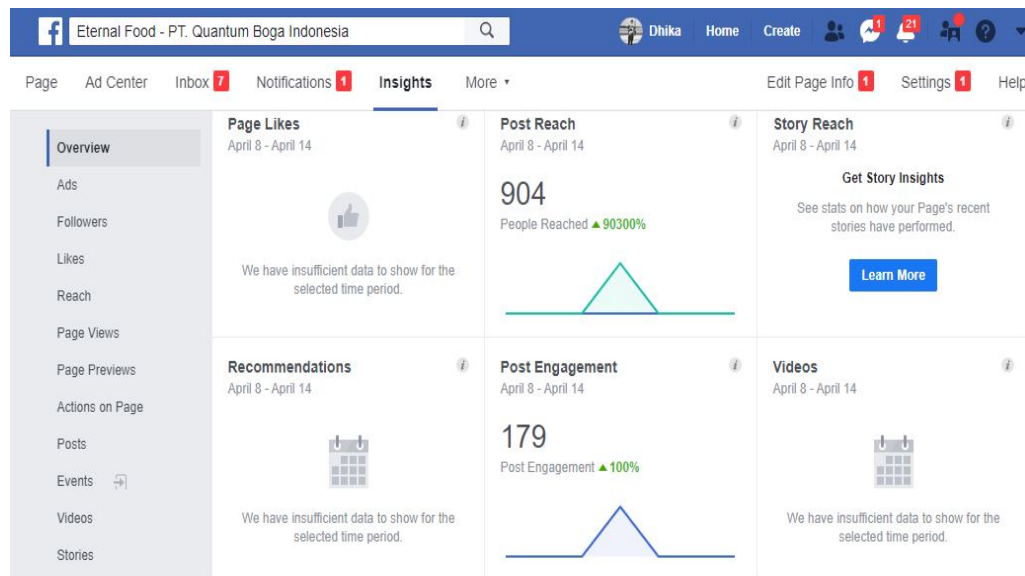
Sumber: baksoeternal.com

Gambar 3.3 Website baksoeternal.com

B. Memegang *Social Media Promotion*

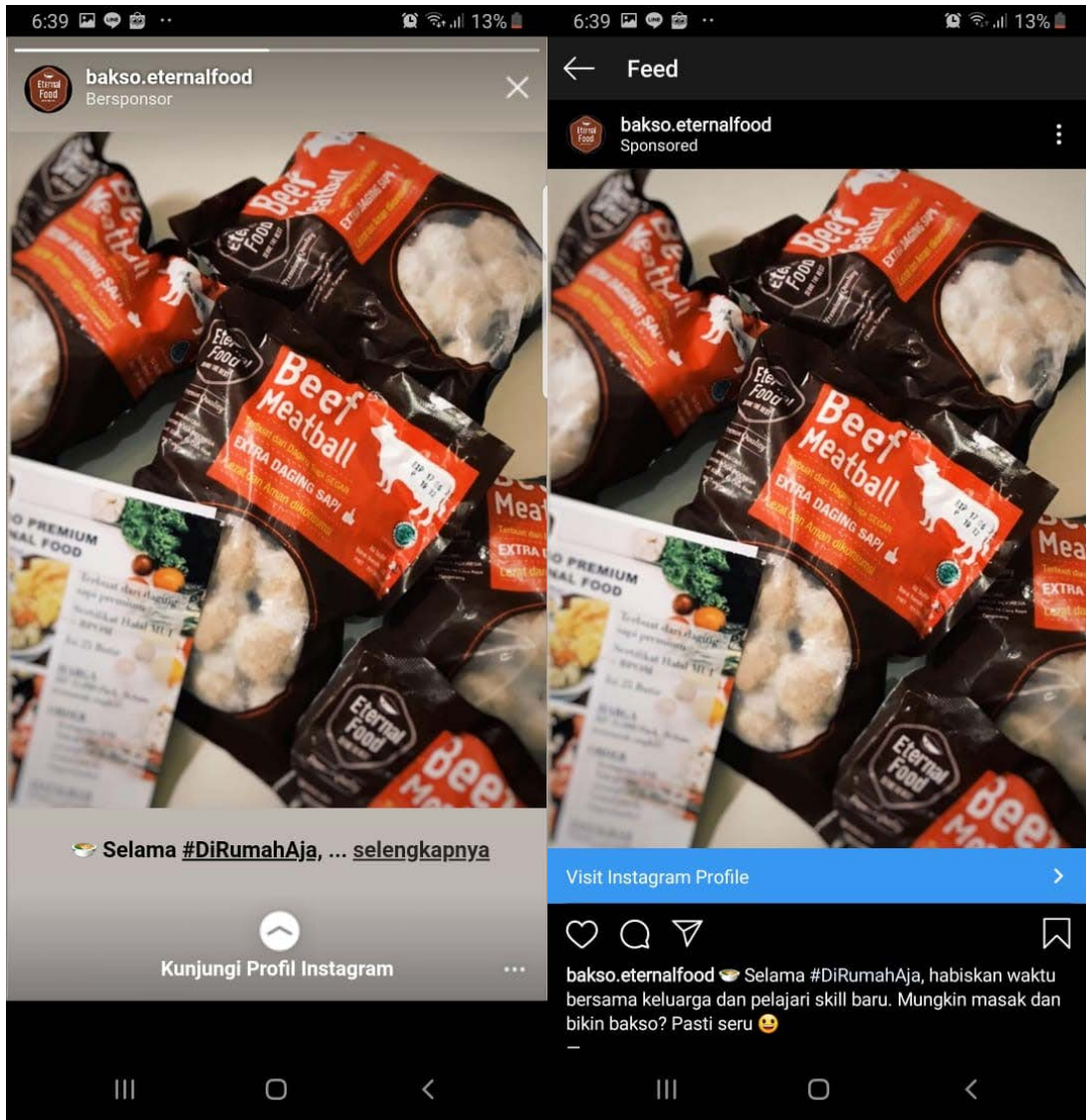
Penulis ditugaskan oleh perusahaan untuk memegang kendali promosi produk dari Eternal Food melalui media social agar produk dari perusahaan dapat diketahui oleh banyak masyarakat. Salah satu cara yang digunakan oleh Penulis yaitu menggunakan *Facebook Promote* dan *Instagram Promote*. Promosi yang dilakukan tersebut dapat menentukan target pasar yang dituju oleh perusahaan dan sangat membuat peluang perusahaan menjadi semakin dikenal oleh masyarakat karena promosi ini dapat menunjukkan profil dari media sosial perusahaan yang langsung muncul di halaman pengguna *Facebook* dan *Instagram*.

Penulis juga dibantu oleh Ibu Claudia untuk menghandle penggunaan media sosial dengan baik sehingga semua pekerjaan yang dilakukan oleh Penulis sudah diperiksa terlebih dahulu oleh Ibu Claudia. Setelah persetujuan Ibu Claudia, Penulis akan memasukkan promosi tersebut ke media sosial dengan tujuan agar semakin banyaknya pemasukkan perusahaan melalui promosi yang dilakukan dan hal ini berdampak lumayan banyak untuk pemasukkan perusahaan.



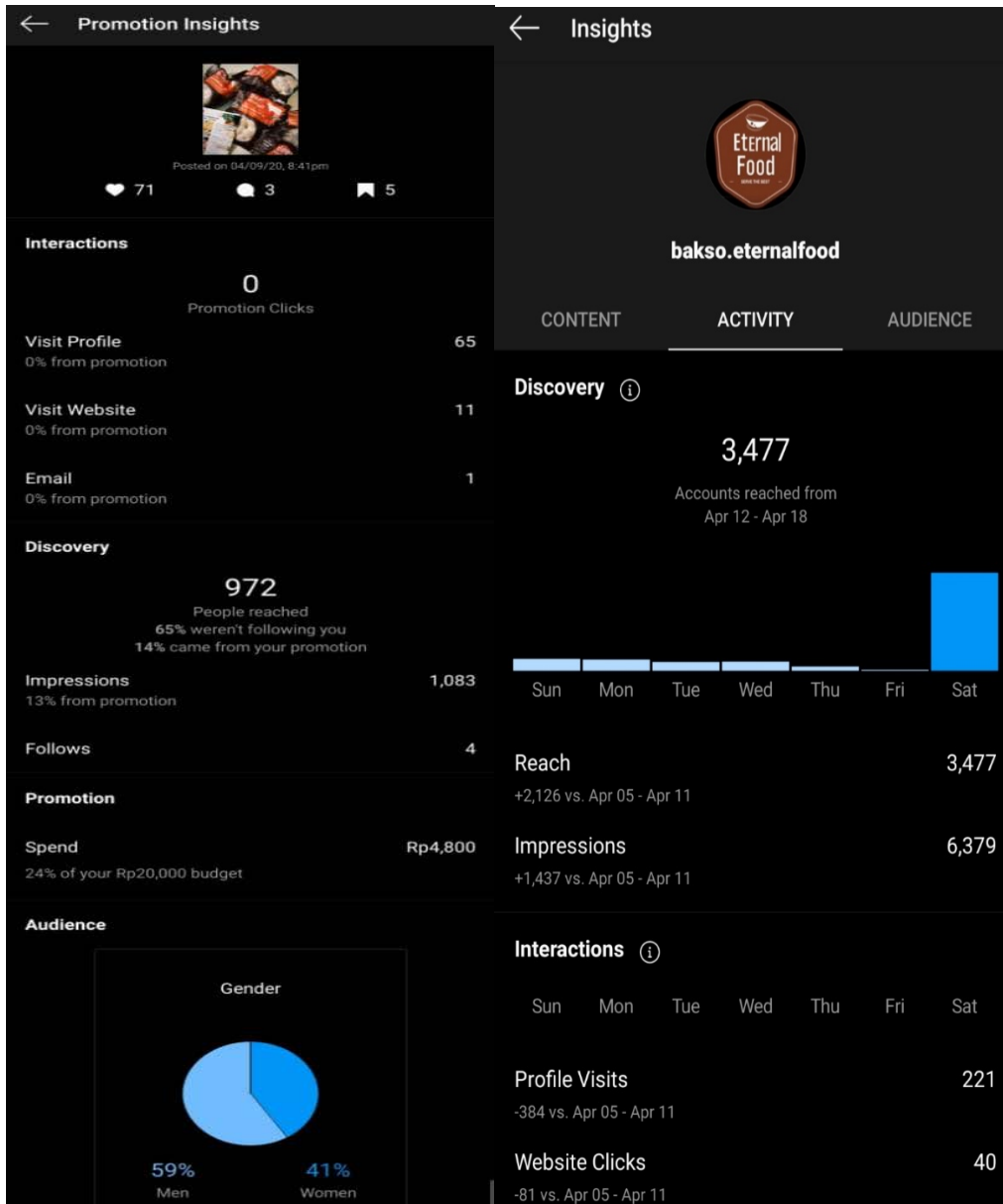
Sumber: Dokumen Perusahaan (2020)

Gambar 3.4 Facebook *Promotion* Eternal Food



Sumber: Dokumen Perusahaan (2020)

Gambar 3.5 Instagram Promotion Eternal Food



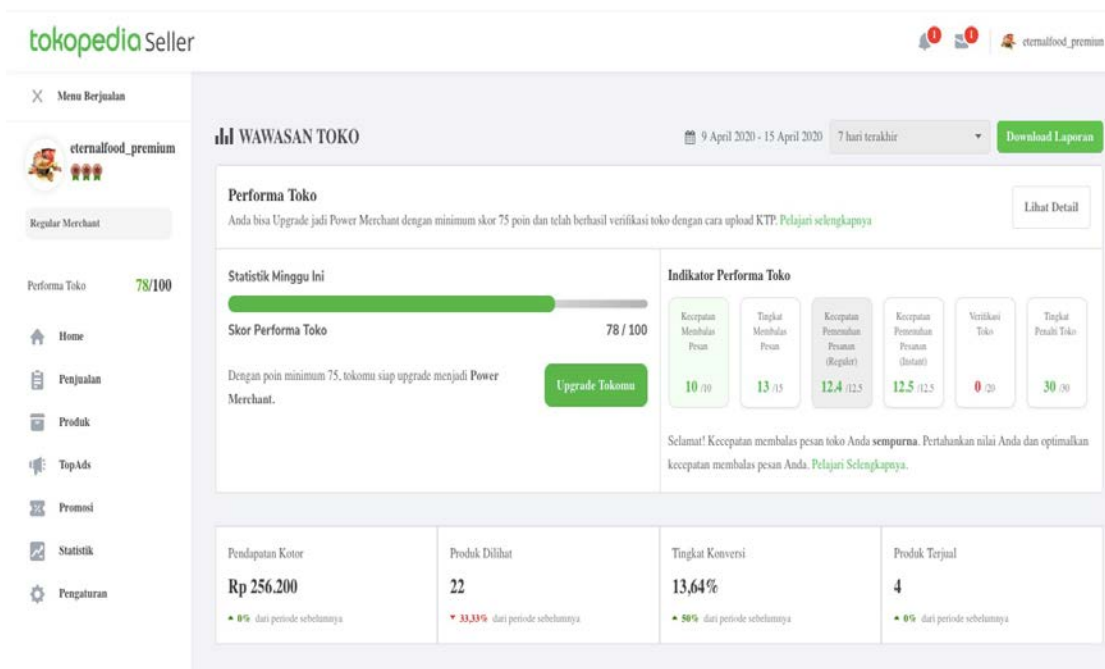
Sumber: Dokumen Perusahaan (2020)

Gambar 3.6 Insight Instagram Promote Eternal Food

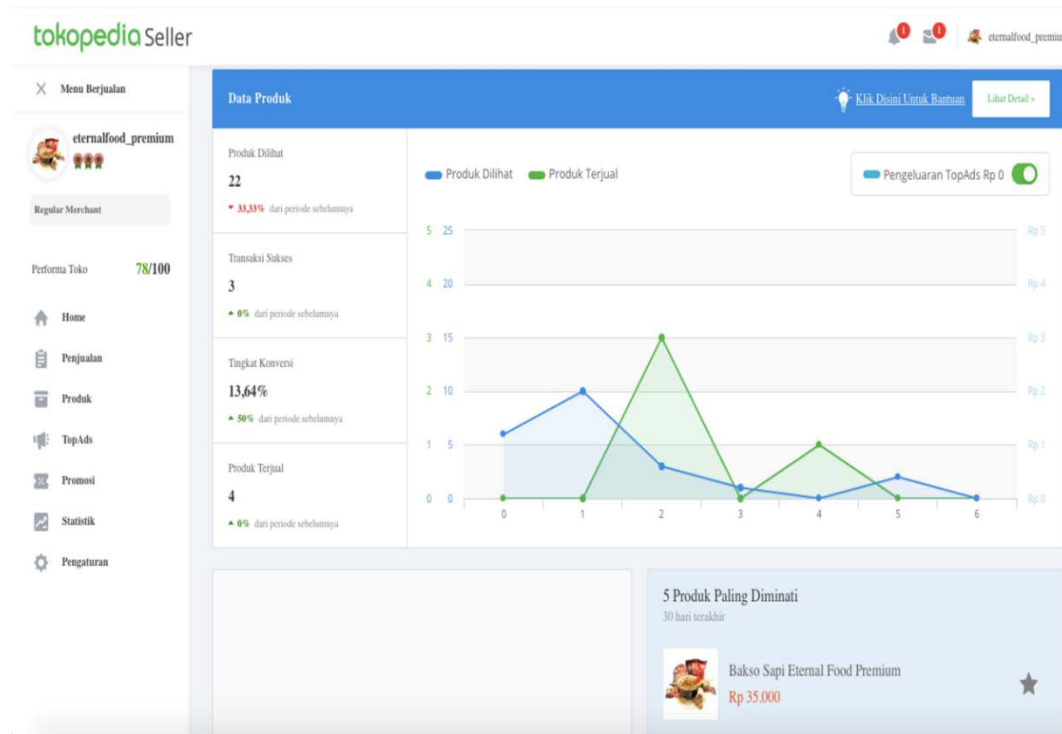
C. Memegang *Online Shopping*

Penulis membantu Ibu Claudia untuk memegang *Online Shopping* melalui Tokopedia serta menghitung pemasukkan dari produk yang dibeli oleh konsumen serta menghitung berapa banyaknya produk yang terjual kepada konsumen. Hal ini masih berhubungan dengan promosi melalui *Instagram* dan *Facebook Promote*, karena Penulis menghubungkan promosi tersebut ke situs Tokopedia dari Eternal Food, sehingga pemasukkan memiliki kenaikan yang lumayan pesat dikarenakan adanya promosi melalui Media Sosial tersebut.

Sumber: Dokumen Perusahaan (2020)



Gambar 3.7 Transaksi Mingguan Tokopedia Eternal Food



Sumber: Dokumen Perusahaan (2020)

Gambar 3.8 Kenaikkan Penjualan Tokopedia Eternal Food

D. Menghitung *Stock* Toko

Penulis ditugaskan oleh perusahaan untuk menghitung stock produk dari Eternal Food yang ada di beberapa toko ditangerang, salah satunya adalah Anto Frozen yang berada di daerah Ciledug. Penulis ditugaskan untuk menghitung berapa banyak produk yang sudah terjual serta mengecek produk yang sudah waktunya ditarik kembali ke perusahaan dikarenakan sudah mendekati kadaluarsa untuk dibuang oleh perusahaan.

NO	NAMA TOKO	TOTAL PENJUALAN	RETUR GOOD	PERSENTASE	TOTAL	RETUR	PERSENTASE	ALL PENJUALAN	ALL RETUR	PERSENTASE
		GOOD QUALITY	QUALITY		PENJUALAN	GOOD				
					POLOS	POLOS				
1	AA FROZEN	1,856,000		0%	-		#DIV/0!	1,856,000	-	0%
2	ADELA FROZEN	4,147,000		0%	-		#DIV/0!	4,147,000	-	0%
3	ADI PS JENGKOL	4,200,000		0%	-		#DIV/0!	4,200,000	-	0%
4	AGUNG	720,000		0%	-		#DIV/0!	720,000	-	0%
5	ALBHAIK FROZEN	-		#DIV/0!	-		#DIV/0!	-	-	#DIV/0!
6	ALBI FROZEN	-		#DIV/0!	-		#DIV/0!	-	-	#DIV/0!
7	ANEKA FROZEN BINTARI	-		#DIV/0!	-		#DIV/0!	-	-	#DIV/0!
8	ANEKA FOODRINK	1,881,000		0%	-		#DIV/0!	1,881,000	-	0%
9	ANDI FROZEN	1,305,000		0%	-		#DIV/0!	1,305,000	-	0%
10	ANTO FROZEN ANYAR	2,998,200		0%	-		#DIV/0!	2,998,200	-	0%
11	ANTO FROZEN BOROBUI	12,996,000		0%	-		#DIV/0!	12,996,000	-	0%
12	ANTO FROZEN LEMBANI	24,520,000		0%	-		#DIV/0!	24,520,000	-	0%
13	ANTO FROZEN SARASWI	10,473,750		0%	-		#DIV/0!	10,473,750	-	0%
14	AURA FROZEN	-		#DIV/0!	-		#DIV/0!	-	-	#DIV/0!
15	BAH FROZEN	1,180,000		0%	-		#DIV/0!	1,180,000	-	0%
15	BAHARI FROZEN	-		#DIV/0!	2,240,000		0%	2,240,000	-	0%
16	BAROKAH FROZEN DEPC	928,000		0%	-		#DIV/0!	928,000	-	0%
17	BAROKAH JAYA	-		#DIV/0!	-		#DIV/0!	-	-	#DIV/0!
18	BAYU	-		#DIV/0!	-		#DIV/0!	-	-	#DIV/0!
19	BEN DO TUKU	-		#DIV/0!	-		#DIV/0!	-	-	#DIV/0!
20	BIANCA FROZEN	174,000		0%	-		#DIV/0!	174,000	-	0%

Sumber: Dokumen Perusahaan (2020)

Gambar 3.9 Data Penjualan Produk Eternal Food

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

A. Menghidupkan *Website*

Kendala yang ditemukan Penulis adalah susahnya menghidupkan kembali domain *website* yang sudah lama *down server* dan memasukkan kembali *company profile* sesuai dengan perusahaan, sehingga proses ini dapat dikatakan seperti membangun ulang *website* dan harus membayar domain *website* secara langsung ke perusahaan penyedia *website* di luar negeri. Penulis harus menyusun ulang semua isi dari konten yang ada di *website* dan dibuat semenarik mungkin untuk mengundang masyarakat agar mau mengunjungi *website* tersebut.

B. Memegang *Social Media Promotion*

Kendala yang dialami Penulis adalah bagaimana membuat masyarakat yang sudah sesuai target market perusahaan dapat mengunjungi Media Sosial dari Eternal Food dan membuat mereka ingin membeli produk Eternal Food, sehingga promosi

yang dilakukan melalui Media Sosial harus selalu dipantau dan melakukan promosi secara terus menerus agar membuat masyarakat dapat berinteraksi dengan Media Sosial yang dimiliki oleh Eternal Food.

C. Memegang *Online Shopping*

Banyaknya pesaing dari produk sehingga harus membuat promosi yang akan membuat konsumen melihat produk dari Eternal Food. *Online shopping* ini dilakukan menggunakan aplikasi atau *website* dari Tokopedia. Kendala dari transaksi melalui Tokopedia sendiri antara lain adalah harus menunggu waktu yang lama jika ingin mencairkan dana yang masuk ke akun perusahaan.

D. Menghitung *Stock Toko*

Toko yang menjual produk dari Eternal Food memiliki tempat yang jauh untuk dikunjungi sehingga menghambat efisiensi waktu untuk mengunjungi toko tersebut. Perusahaan sengaja menaruh produknya ke toko yang cukup jauh dari perusahaan, sehingga membuat peluang para *reseller* dapat berjualan melalui *online*.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

A. Menghidupkan *Website*

Penulis mencoba menggunakan jasa pembuatan *website* untuk membantu membangun ulang *website* yang sudah sempat mati, dengan adanya bantuan jasa dari perusahaan pembuat *website* Penulis sangat terbantu untuk membangun ulang dan Penulis bisa memasukkan info-info dari perusahaan, *company profile*, serta *contact person* dari perusahaan untuk mempermudah masyarakat yang ingin membeli produk Eternal Food atau ingin menjadi distributor dari produk Eternal Food.

B. Memegang *Social Media Promotion*

Penulis mengontrol terus media sosial dari perusahaan agar bisa melihat perkembangan dari *Social Media Promotion* yang sudah dilakukan oleh Penulis sehingga dari sini Penulis dapat mengetahui target pasar yang dituju oleh perusahaan sudah sesuai atau belum, jika target belum memenuhi kriteria dari perusahaan, Penulis

akan terus mempromosikan atau *update* promosi dari media sosial perusahaan agar dapat sesuai dengan target perusahaan.

C. Memegang *Online Shopping*

Kendala utama yang dialami Penulis adalah menunggu dana cair dari Tokopedia ke akun perusahaan, sehingga solusi yang Penulis lakukan adalah terus berkomunikasi dengan kurir pengirim barang dan berkomunikasi dengan pembeli, apakah barang yang dipesan sudah sampai ditujuan atau belum, sehingga jika barang sudah sampai ditujuan, Penulis memberitahu kepada pembeli agar segera mengkonfirmasi apabila barang sudah diterima dan dana Tokopedia dapat cair ke akun perusahaan.

D. Menghitung *Stock Toko*

Kendala dari hal ini adalah sulitnya menjangkau toko yang dikarenakan lokasi yang cukup jauh dari perusahaan, sehingga Penulis setelah mengunjungi toko harus kembali ke perusahaan untuk memberikan laporan yang sudah didapat dari toko. Solusi yang dilakukan oleh Penulis adalah berkomunikasi dengan toko melalui telepon, sehingga Penulis hanya perlu mengunjungi toko 1 minggu sekali untuk mengecek laporan dari toko untuk mingguan.