

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang yang dilakukan oleh peserta kerja magang di Faspay (PT Media Indonusa) selama 60 hari dimulai dari tanggal 21 Agustus 2020 hingga 13 November 2020 berkedudukan sebagai *Marketing Communication Internship*, yang bertugas untuk membantu seluruh pelaksanaan *event*, membuat dan mengelola *online advertising*, *online public relations*, *event*, *direct marketing*, dan *sales promotion*.

Peserta kerja magang diawasi dan dibimbing oleh Yofiani Johari selaku *Marketing Communication Executive* Faspay. Selama periode tersebut, peserta kerja magang bekerja dengan sistem *Work from Home (WFH)*, sehingga seluruh komunikasi, laporan hasil kerja, dan update harian dilakukan secara daring yang terhubung dengan sistem absensi perusahaan. Setiap pekerjaan yang peserta kerja magang lakukan, perlu diserahkan kepada pembimbing lapangan yang selanjutnya akan diberikan revisi, masukan, dan tambahan sesuai dengan standar perusahaan dan target pasar yang dituju. Setelah mendapatkan persetujuan dari pembimbing lapangan, selanjutnya akan diserahkan untuk diperiksa kembali secara mendetail oleh *Marketing Senior Manager* Faspay sebelum disebar dan direalisasikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1 *Timeline* Praktik Kerja Magang

No	Deskripsi Pekerjaan	Agustus 2020		September 2020				Oktober 2020				November 2020			
		III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

1	<i>Online Advertising (social media, poster, content writing)</i>																		
2	<i>Online Public Relations (press release, article blog)</i>																		
3	<i>Event (online event, event collaboration)</i>																		
4	<i>Direct Marketing (email marketing, newsletter, event invitation)</i>																		
5	<i>Sales Promotion (prize promotion, cashback, discount)</i>																		
6	<i>Marketing Report</i>																		

Dari penjelasan tabel 3.1, selama praktik kerja magang peserta kerja magang mendapatkan kesempatan mengerjakan beberapa kegiatan yang banyak berkaitan dengan *marketing communication* untuk meningkatkan *brand awareness* dan menunjang tujuan dari Faspay.

3.3 Pembahasan

Selama melakukan praktik kerja magang dibawah divisi *marketing communication*, peserta kerja magang melakukan berbagai aktivitas kerja magang, mulai dari melakukan riset tren pasar, merancang konsep, mengelola, dan

mengeksekusi segala bentuk kegiatan *marketing communication* yang diimplementasikan kedalam beberapa variabel yang disebut dengan *marketing communication mix* atau *promotion mix*. Kotler dan Armstrong (2018) mengartikan *marketing communication mix* adalah segala bentuk perpaduan antara *promotion tools* yang bersifat persuasif dengan cara mengkomunikasikan nilai yang dibawa oleh sebuah perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan konsumennya.

Terdapat 5 elemen utama yang terdapat dalam kegiatan promosi yang disebut dengan *marketing communication mix/promotion mix* meliputi *advertising*, *direct marketing*, *publicity/public relations*, *sales promotion*, dan *personal selling* yang biasa digunakan perusahaan untuk mencapai tujuannya adalah sebagai berikut (Kotler dan Armstrong 2018):

1. *Advertising*

Bentuk komunikasi nonpersonal yang biasanya berisi mengenai suatu organisasi/perusahaan, produk, jasa, atau ide yang berbayar. Iklan biasanya dibuat dan dikeluarkan oleh satu sponsor yang diketahui siapa pengiklannya.

2. *Direct Marketing*

Digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung untuk mendapat respon cepat dari para pelanggan atau calon pelanggannya agar terjalin hubungan jangka panjang. Biasanya dalam bentuk, SMS, telepon, *newsletter*, *e-mail*, dan media lainnya yang langsung terhubung dengan pelanggan dan calon pelanggan.

3. *Publicity/Public Relations*

Merupakan usaha yang digunakan oleh perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan para *stakeholdernya* yang bertujuan untuk membangun *corporate image* yang baik.

4. *Sales Promotion*

Kegiatan pemasaran melalui pemberian nilai tambah kepada tenaga penjualan, distributor, atau konsumen. Adanya nilai tambah ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

5. *Personal Selling*

Merupakan bentuk komunikasi langsung antara penjual dengan calon pembelinya (*person-to-person communication*). *Personal selling* memungkinkan terjadinya interaksi yang intim dan hubungan personal antara penjual dan pembeli, sehingga pihak penjual dapat melihat, merasakan, dan mendengarkan secara langsung apa yang menjadi kebutuhan dari konsumennya.

Berdasarkan uraian diatas, berikut merupakan penjelasan kegiatan *marketing communication* yang peserta kerja magang lakukan berupa kegiatan *promotion mix*, *event*, dan *marketing report* selama melakukan praktik kerja magang di Faspay (PT Media Indonusa).

3.3.1 Uraian Pembahasan Praktik Kerja Lapangan

3.3.1.1 *Online Advertising*

Andrew dan Shimp (2018) menjelaskan *advertising* atau iklan sebagai suatu bentuk komunikasi nonpersonal yang berisi mengenai suatu organisasi, produk, jasa, atau ide yang berbayar. Iklan biasanya dibuat dan dikeluarkan oleh pihak tertentu. Hingga saat ini, iklan menjadi salah satu bentuk promosi yang paling banyak dikenal dan digunakan, karena dianggap dapat menjangkau khalayak secara luas.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Faspay mayoritas menggunakan *online advertising* dengan memanfaatkan media sosial dan *website* untuk menyampaikan pesan dan menarik konsumennya. Tujuannya untuk meningkatkan *brand awareness* Faspay sebagai penyedia layanan *payment gateway*.

Dalam implementasinya, peserta kerja magang melakukan perencanaan konten *social media*, mulai dari membuat ide konten, *campaign*, ide dan arahan desain, mengatur jadwal unggahan, serta *caption* di seluruh *social media* Faspay. Berikut adalah beberapa kegiatan yang peserta kerja magang lakukan selama melakukan praktik kerja magang, yaitu

1. Mengurus, merencanakan, dan mengeksekusi konten Instagram dan Facebook. Konten biasanya berisi seputar informasi mengenai produk, tips bisnis, promosi, produk baru, *channel* pembayaran baru, publikasi *event*, ucapan hari raya, *campaign* dengan *hashtag* tertentu, testimoni dari *merchant*, informasi lowongan kerja, dan kuis interaktif baik di *feeds*, *story*, dan IGTV.

Gambar 3.1 Contoh Konten pada *Social Media* Instagram



Sumber: Instagram Faspay
Diunggah pada 21 Agustus 2020 di Instagram @Faspay.id

Gambar 3.2 Contoh Konten pada Instagram *Story*



Sumber: Instagram Faspay
Diunggah pada 21 September 2020 di Instagram @Faspay.id

2. Mengurus, merencanakan, dan mengeksekusi konten di LinkedIn. Konten yang dibuat hampir sama dengan konten Instagram, namun terdapat beberapa konten berbeda yang disesuaikan dengan *audience*. Konten yang diunggah mayoritas seputar tips bisnis, *marketing*, dan konten informatif lainnya.

Gambar 3.3 Contoh Konten pada *Social Media* LinkedIn



Sumber: LinkedIn Faspay
Diunggah pada 26 Agustus 2020 di LinkedIn Faspay

3. Mengurus, merencanakan, dan mengeksekusi konten di Youtube Faspay. Konten yang diunggah adalah mengenai produk baru dan kompilasi *event online* Faspay.

Proses pembuatan desain konten, dibantu oleh *creative design* dengan arahan dari peserta kerja magang sesuai dengan kunci visual yang sudah ditetapkan dan disetujui oleh *marketing senior manager* Faspay sebelumnya. Secara garis besar, konten yang dibuat berupa detail isi konten dibuat setiap minggu terakhir di akhir bulan hingga awal bulan minimal 10 (sepuluh) konten sesuai dengan acuan proker tahun 2020 yang telah dibuat di tahun sebelumnya dan berdasarkan *monthly report* yang selanjutnya akan diberi masukan oleh Yofiani Johari selaku pembimbing lapangan sebagai *Marketing communication executive*. Hasil dari revisi yang telah disetujui akan divisualisasikan oleh *creative design* dan desain final diajukan kepada *marketing senior manager* untuk mendapatkan persetujuan. Selanjutnya, akan diunggah melalui kanal-kanal *social media* yang sudah ditentukan sebelumnya dengan waktu mengunggah disesuaikan dengan jenis *platform social media*.

Gambar 3.4 Contoh Konten pada *Social Media* Youtube



Sumber: Youtube Faspay
Diunggah pada 8 Desember 2020 di Youtube Faspay Payment Gateway

4. Mengelola, membuat, memperbaharui *website* Faspay. Dalam hal ini, peserta kerja magang bertanggung jawab mengurus *website banner* dan membantu berkomunikasi dengan pihak vendor SEO dan SEM yang membantu mengoptimalkan *website* Faspay. Setiap bulannya, peserta kerja magang meng-*update website banner* yang terdapat pada halaman awal *website* Faspay. Konten *website banner* biasanya merupakan turunan desain dari *social media*, artikel, atau informasi produk dan prestasi terbaru dari Faspay.

Gambar 3.5 Contoh Website Banner Faspay



Sumber: www.faspay.co.id

3.3.1.2 Online Public Relations

Giannini (2010) menyebutkan *public relations* adalah strategi yang digunakan oleh suatu lembaga sebagai upaya untuk meningkatkan, melindungi, dan mempertahankan citra sebuah lembaga dan segala aspek yang berkaitan dengan lembaga tersebut dengan bantuan media baik media massa, media digital, atau melalui individu tertentu untuk mendapatkan publisitas.

Peserta kerja magang secara spesifik membantu kegiatan *public relations writing* yang dilakukan selama praktik kerja magang sebagai berikut:

1. Menulis dan mengirimkan *press release* kepada beberapa media massa *online* untuk dipublikasikan. Konten yang dibuat berhubungan dengan pelaksanaan *event online*, *event collaboration*, dan peluncuran produk baru. Dalam membuat *press release*, peserta kerja magang akan membuat poin utama pada setiap paragraf yang selanjutnya akan

dijabarkan dalam bentuk tulisan. Setelah selesai, *press release* tersebut akan diberi masukan oleh *marketing communication executive* untuk diperbaiki. Hasil akhir yang telah disetujui akan diajukan kepada *marketing senior manager* untuk diperiksa ulang sebelum dikirimkan kepada media melalui *email* redaksi beserta dengan gambar atau dokumentasi pendukung.

Gambar 3.6 Contoh *Press Release*

 <p>Tutup 2020, Faspay Luncurkan Tiga Inovasi Baru untuk Dukung Pelaku Bisnis</p> <p>SARAN PERS</p> <p style="text-align: right;"><i>Untuk diterbitkan segera</i></p> <p>Jakarta, 23 Desember 2020 – Menutup tahun 2020, Faspay meluncurkan tiga (3) inovasi terbaru bagi seluruh pengguna layanan Faspay Payment Gateway, diantaranya Faspay Dana Usaha, API Faspay Billing hingga fasilitas Tarik Tunai di Alfa Group. Tiga inovasi ini semakin melengkapi layanan Faspay yang telah dan akan memberikan nilai (collection system), pengimbitan dana secara massal (dokumentasi senpisi hingga pencetakan atau modal usaha). Selain itu, ketiga inovasi tersebut tentunya juga hadir berkolaborasi dengan mitra seperti Alfa Group untuk layanan Cash Out (Tarik Tunai) di Alfa Group serta kerjasama dengan Komworks untuk layanan Faspay Dana Usaha.</p> <p>Tepat di akhir tahun 2019 lalu, Faspay menerima penghargaan sebagai Indonesia Payment Gateway Company of the Year dari lembaga riset internasional, Frost & Sullivan. Penghargaan ini lantas tidak membuat Faspay berpuas diri, melainkan menjadi sebuah dorongan untuk menghadirkan layanan yang semakin lengkap dan terdapat bagi pengguna maupun calon pengguna layanan Faspay. Selain itu, tiga inovasi baru ini diharapkan mampu menjawab berbagai tantangan pembayaran digital dan pengembangan bisnis. Salah satu bentuk dukungan Faspay untuk membantu para pengguna dalam mengembangkan bisnis terutama UKM di tengah pandemi COVID-19 adalah Faspay Dana Usaha. Saat ini, Faspay bekerja sama dengan perusahaan fintech lending KomWorks untuk menyediakan dana pinjaman tambahan hingga 2 Miliar Rupiah bagi merchant yang telah terdaftar di Faspay. Di masa mendatang, Faspay akan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan fintech lending lainnya untuk memfasilitasi para merchant kami, sehingga mampu memperancar arus kas bisnis, merubah stok barang, mempermudah pertumbuhan serta ekspansi bisnis.</p> <p>Faspay juga menyediakan dua solusi pembayaran digital yang merupakan pengembangan dari produk sebelumnya, yaitu tarik tunai di Alfa Group dan API Faspay Billing. Layanan tarik tunai Alfamart merupakan fitur tambahan dari Faspay Semesta. Layanan ini dapat digunakan pelaku bisnis yang hendak mendistribusikan dananya secara massal dari real-time serta memungkinkan penerima dana untuk dapat melakukan tarik tunai di seluruh gerai Alfamart & Alfa Group di seluruh Indonesia. Layanan Tarik Tunai di Alfa Group ini diharapkan membantu pebisnis untuk meningkatkan dana bagi penerima dana yang berada di daerah maupun yang belum memiliki akses perbankan.</p> <p>Pengembangan produk lainnya adalah Faspay Billing yang kini telah memiliki API atau Application Programming Interface sehingga layanan ini dapat langsung diintegrasikan dengan website atau aplikasi dari para merchant Faspay. Layanan Faspay Billing memungkinkan merchant untuk mengirimkan invoice atau tagihan online serta langsung menerima pembayaran online dan beragam pilihan channel pembayaran di Faspay. Selain itu, layanan Faspay Billing yang diintegrasikan juga dapat menyesuaikan sistem tagihan sehingga merchant bisa perlu lagi melakukan pengecekan tagihan secara manual.</p>	<p>"Misi Faspay adalah memberikan solusi berbasis teknologi untuk mempermudah dan meningkatkan frekuensi transaksi keuangan digital dalam setiap pelaku bisnis. Solusi yang kita berikan di akhir tahun ini adalah wujud nyata dari Faspay dalam mendukung pertumbuhan ekonomi secara umum, terutama di dalam masa pandemi COVID-19" ujar Gedy Tji, CEO Faspay. "Melalui inovasi konstan, Faspay akan terus mengembangkan solusi teknologi finansial baru yang mendukung pelaku bisnis dalam menghadapi tantangan dinamika ekonomi" lanjutnya.</p> <p>Dalam perjalanannya, Faspay telah bekerja sama dengan berbagai kategori bisnis. Menurut data riset Faspay, tiga kategori bisnis yang memiliki pertumbuhan yang melesat di tahun ini adalah industri F&B, Fashion serta layanan IT. Bisnis F&B memiliki peningkatan sebesar 340% dari tahun sebelumnya, diikuti dengan industri Fashion yang meningkat hingga 103% serta layanan IT yang mengalami kenaikan transaksi hingga 94%. Fakta ini menunjukkan pelaku bisnis semakin menyadari tren dan tantangan bisnis yang semakin menuju ke transaksi digital. Bahkan, ketiga industri ini merupakan bukti nyata dari kemajuan bisnis yang tumbuh di tengah masa pandemi. Khususnya setelah mengadopsi solusi digital seperti layanan payment gateway dari Faspay.</p> <p>Dengan komitmen untuk terus mendorong terapan industri untuk Go Digital, Faspay berusaha untuk menjadi mitra pembayaran online terbaik dengan menawarkan berbagai inovasi berbasis teknologi yang aman, nyaman, mudah, dan terpercaya. Melalui beragam layanan dan inovasi, kedepannya Faspay akan terus berkomitmen untuk menjadi mitra pebisnis di Indonesia mampu terus #TumbuhBersamaFaspay di tahun 2021 dan seterusnya.</p> <p style="text-align: center;">*END*</p> <p>Tentang Faspay</p> <p>Faspay (PT. Media Indonesia) merupakan penyedia Layanan Sistem Pembayaran Online atau <i>Online Payment</i> yang berizin dan diawasi oleh Bank Indonesia dan telah hadir sejak tahun 2003. Faspay merupakan bagian dari ASTEL Group yang telah berkembang di dunia bisnis teknologi informatika lebih dari 35 tahun di Indonesia yang melihat adanya potensi di dunia teknologi finansial serta membawa dirinya merisikan lini bisnis baru yaitu Faspay yang adalah murni karya anak bangsa. Faspay dapat memproses berbagai macam metode pembayaran online seperti kartu kredit, internet banking, virtual account, mobile banking, e-money, retail payment hingga kredit online. Hingga saat ini Faspay telah melayani lebih dari 2000 pelaku bisnis online maupun bisnis konvensional. Pada tahun 2019, lalu, Faspay mendapat penghargaan internasional sebagai Indonesia Payment Gateway Company of the Year dari lembaga riset internasional, Frost & Sullivan.</p> <p>Untuk informasi lebih lanjut, silakan menghubungi:</p> <p>Kina Grace Kawatu Senior Marketing Manager Faspay M: +62-813-1884-8920 E: kina.grace@faspay.co.id</p> <p>Yofani Johari Marketing Communication Executive M: +62-815-8563-6263 E: yofani.johari@faspay.co.id</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Internal Faspay

- Merencanakan dan membuat artikel *blog* dan artikel produk baru minimal 4 (empat) artikel dalam satu bulan yang diunggah di *website* Faspay. Biasanya, isi tulisan disesuaikan dengan tren pasar, promo yang sedang berlangsung, *update* produk, *event*, kegiatan *partnership*, dan *merchant story* berdasarkan acuan proker tahun 2020. Seluruh konten yang ditulis mendapat arahan dan masukan dari pembimbing lapangan yang selanjutnya akan direvisi sebelum diserahkan kepada *marketing communication executive* untuk diperiksa kembali secara mendetail dan diterbitkan di *website* Faspay yang diunggah bersama dengan desain *cover* oleh *creative design* dan mendapat persetujuan penerbitan.

3.3.1.3 Event

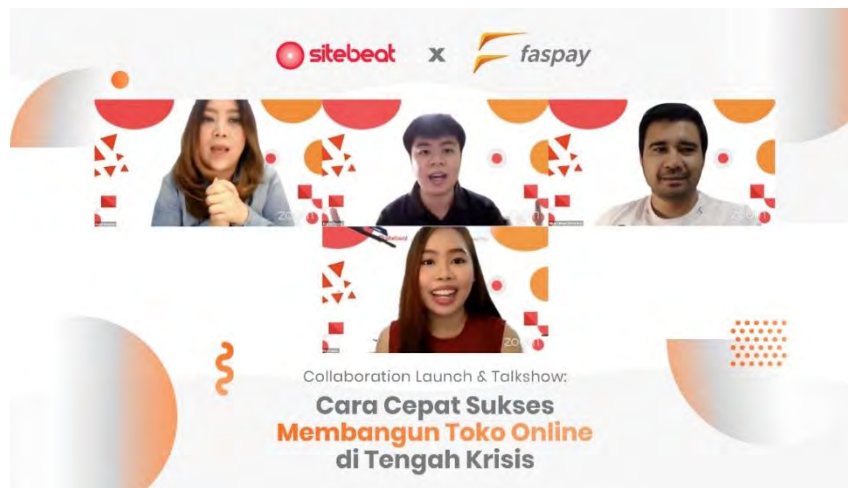
Menurut Belch dan Belch (2018) *event* adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka untuk mempromosikan perusahaan atau merek tertentu yang berkaitan dengan suatu acara atau kegiatan untuk menciptakan pengalaman bagi konsumen dan memperkenalkan sebuah merek, produk, atau jasa tertentu.

Sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *awareness* Faspay kepada masyarakat, tim *marketing communication* menyelenggarakan beberapa *event online*, seperti *webinar*, *event collaboration* dan berpartisipasi dalam *online exhibition*. Selama praktik kerja magang, telah berlangsung 3 (tiga) *event*, yaitu

1. Sitebeat x Faspay Collaboration Launch & Talkshow: Cara Cepat Sukses Membangun Toko Online di Tengah Krisis.

Event kolaborasi diselenggarakan dalam bentuk *webinar* yang merupakan kolaborasi antara Faspay dan Sitebeat dengan *guest speaker* dari ShopeePay. Peserta kerja magang membantu konten publikasi sebelum dan sesudah acara berlangsung, pembuatan poster *event*, *time keeper* selama acara berlangsung, *reminder* para peserta melalui *email*.

Gambar 3.7 Dokumentasi *Online Event Collaboration*
Sumber: Internal Faspay



2. Faspay Talks: Winning in F&B Business Industry through Digitalization

Pada *event* kedua, peserta kerja magang diberikan kepercayaan mulai dari tahap perencanaan konsep awal, menyusun proposal untuk internal, *media partner*, dan *speaker*, presentasi pengajuan konsep final, memilih *speaker*, hingga pada saat eksekusi. Tentunya ini merupakan pengalaman berharga selama praktik kerja magang. Di bawah bimbingan *marketing communication executive*, peserta kerja magang diberikan banyak bimbingan dan bantuan sehingga rapat terealisasi dan berjalan dengan baik. *Event* kedua diselenggarakan dalam bentuk *webinar* dengan *guess speaker* Ermei Trisniaty (*Founder Dapur Cokelat*), Gupta Sitorus (*Digital Marketing Specialist*, dan banyak pengalaman di bidang kuliner dan *gastronomy*), dan ditutup oleh Mercy Simorangkir (*Managing Director AFTECH*).

Gambar 3.8 Dokumentasi Faspay Talks



Sumber: Internal Faspay

3. *Online Event Exhibition* dalam Bulan Inklusi Keuangan 2020 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Pameran *online* yang diselenggarakan selama satu bulan di Bulan Oktober 2020 merupakan upaya dari OJK bersama dengan Kementerian Indonesia, dan Lembaga Jasa Keuangan bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia. Peserta kerja magang membantu kegiatan publikasi melalui *platform social media* yang dibantu oleh *creative design*

untuk merealisasikan konten secara visual. Konten yang dipublikasikan merupakan persetujuan dari *marketing senior manager*.

3.3.1.4 Direct Marketing

Direct marketing merupakan salah satu kegiatan *marketing communication* dengan menggunakan surat, telepon, sms, *email*, dan *platform chat* internet lainnya yang langsung terhubung secara pribadi dengan calon konsumen dan konsumen, sehingga dapat terjadi komunikasi secara langsung (Kotler dan Armstrong, 2018).

Pekerjaan yang pelaksana kerja magang lakukan berkaitan dengan *marketing communication* antara lain:

1. Merencanakan dan mengirimkan *newsletter* yang dilakukan sebanyak 2 (dua) dalam satu bulan kali setiap akhir minggu kedua dan di akhir bulan yang berisi *update* dan berita terbaru berkaitan dengan Faspay.
2. Merencanakan dan mengirimkan *email marketing* yang biasanya dilakukan ketika akan menyelenggarakan *event*, *special update*, promo, *product launching*, dan ucapan hari raya. Biasanya beberapa ucapan hari raya dikirimkan kepada *subscriber* tertentu misalnya pada saat Hari Raya Galungan dan Kuningan khusus dikirimkan bagi *merchant* Bali.
3. Merencanakan dan mengirimkan *online event invitation* personal kepada *merchant*.

Seluruh konten yang akan dikirimkan kepada *merchant*, *partner*, dan pihak yang berlangganan *email* Faspay direncanakan dan disusun oleh peserta kerja magang dengan bantuan *creative design* berdasarkan arahan dari peserta kerja magang sesuai dengan *key visual*. Selanjutnya konten yang telah diperiksa dan disetujui oleh *marketing senior manager* akan dipublikasikan melalui *email marketing*.

3.3.1.5 Sales Promotion

Sales promotion adalah salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui promo-promo tertentu, seperti diskon, bonus, atau keuntungan yang ditawarkan kepada target konsumen, sehingga diambil suatu tindakan tertentu (merespon) yang nantinya akan memberikan manfaat/keuntungan (Percy, 2018).

Selama praktik kerja magang, aktivitas *sales promotion* yang dilakukan terdapat 2 (dua) macam, yaitu dari internal Faspay, dan dari *partner channel* pembayaran yang memberikan promo kepada *merchant* Faspay yang menggunakan *channel* pembayaran tersebut. Beberapa hal yang peserta kerja magang lakukan dalam membantu *sales promotion* adalah sebagai berikut:

1. Membantu menyusun strategi dan perencanaan promo yang tepat. Peserta kerja magang membantu memberikan masukan beberapa ide promo, membuat ketentuan dan syarat promo, perencanaan konten, dan publikasi melalui *social media*, *banner*, dan artikel yang sudah disetujui oleh *marketing senior manager*. Promo yang dijalankan, yaitu Free Faspay Fee bagi *merchant* baru yang mendaftarkan bisnisnya, akan mendapatkan promo gratis biaya transaksi selama periode tertentu.

Gambar 3.9 Contoh *Sales Promotion* 'Free Faspay Fee'



Sumber: Instagram Faspay

Diunggah pada 12 November 2020 di Instagram @Faspay.id

2. Melakukan publikasi dan berkoordinasi dengan *creative design* berkaitan dengan promo-promo yang diberikan oleh beberapa *channel* pembayaran bagi *merchant* Faspay, antara lain, OVO Boskuy, promo dengan Indodana, dan lain-lainnya. Biasanya, peserta kerja magang hanya melakukan beberapa perubahan konten yang disesuaikan dengan *key visual* dari Faspay. Setelah sesuai dan mendapat persetujuan dari *marketing senior manager* promo akan diunggah melalui *social media* Faspay.

3.4 Kendala Selama Praktik Kerja Magang

Selama melakukan praktik kerja magang peserta mengalami beberapa kendala, antara lain sebagai berikut:

1. Produk layanan dan jenis perusahaan B2B masih menjadi hal yang asing bagi peserta kerja magang, maka dari itu pada awalnya sempat bingung dan harus banyak mempelajari produk, strategi pemasaran, konsumen, target pasar yang dituju, dan lain-lainnya.
2. Belum tersedianya dokumen legal dengan format yang pasti, seperti MoU, proposal *event*, dan surat-surat, sehingga beberapa dokumen belum tersedia yang menyebabkan tidak efektif.
3. Beberapa kegiatan *digital marketing*, seperti SEO, SMO, UI/UX, dan lainnya masih cukup asing bagi peserta kerja magang, karena belum mempelajari secara mendalam.
4. Terjadi *miscommunication* dan *feedback* pekerjaan menjadi sedikit lama. Karena adanya pandemi, seluruh kegiatan dilakukan secara *Work from Home* (WFH), sehingga komunikasi secara daring via telepon dan *chat*. Ini yang menimbulkan beberapa masalah komunikasi dan tidak jarang terjadi *miscommunication* terutama ketika *briefing* desain.

5. Sumber daya manusia masih kurang. Jumlah anggota *marketing communication* yang terbatas dirasa kurang sebanding dengan tugas dan target yang harus dicapai setiap harinya. Selain itu, beberapa kali divisi lain meminta bantuan secara mendadak dan memberikan pekerjaan tambahan, sehingga pekerjaan yang seharusnya selesai pada hari itu, menjadi tertunda karena adanya urgensi dari divisi lain.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa kendala tersebut telah dikomunikasikan dan menjadi masukan bagi seluruh pihak yang terlibat dan menghasilkan solusi sebagai berikut:

1. Berusaha untuk mempelajari produk, pemasaran B2B, tren pasar, dan strategi yang tepat dari para kompetitor dan perusahaan sejenisnya.
2. Mencari format dokumen yang diperlukan melalui internet dan materi-materi yang didapatkan selama perkuliahan.
3. Mencari tahu lebih lagi mengenai digital marketing, istilah-istilahnya, cara kerja, manfaat, dan informasi lainnya melalui internet dan blog perusahaan-perusahaan yang menyediakan layanan tersebut dan mempelajarinya.
4. Dalam menyelesaikan permasalahan *miscommunication* yang sering terjadi, ketika menyampaikan *brief* pekerjaan dilakukan melalui telepon dan setiap anggota memiliki kewajiban untuk memberikan respon cepat selama jam kerja. Sementara, untuk menghindari *miscommunication* ketika *brief* desain, selain memberikan penjelasan berupa kata-kata juga dapat mengirimkan *board design* kasar atau mengirimkan referensi yang diinginkan.
5. Di tahun 2021, tim *marketing communication* telah mengajukan penambahan jumlah anggota divisi. Sementara waktu, setiap anggota diberikan tanggung jawab dan pembagian tugas yang jelas. Mengatasi permasalahan adanya pekerjaan tambahan secara mendadak dari divisi

lain, tim *marketing communication* memberikan aturan tetap, jika hendak meminta bantuan tim *marketing communication* wajib memberikan *briefing* di jauh-jauh hari.