



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 praktik kerja magang di PT AturToko Solusi Indonesia, penulis ditempatkan dibawah naungan posisi Brand Executive sebagai divisi Brand Management. Penulis berada di bawah tanggung jawab dan berkordinasi dengan pembimbing lapangan yakni Offra Hazza selaku Senior Brand Manager di PT AturToko Solusi Indonesia yang mengontrol dan mengawasi Junior Brand Manager, Brand Executive, dan Brand Management serta bertanggung jawab atas semua klien yang sudah bekerja sama dengan perusahaan.

UMMN

3.2 Tugas yang dilakukan

Tabel 3.1 Berikut ini adalah tugas dan pekerjaan yang dikerjakan dalam praktik kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis di PT AturToko Solusi Indonesia sebagai Brand Management selama 3 bulan:

Minggu Ke	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa	Keterangan
1-4	Brand Management	Merancang ide promosi yang akan dipakai ke beberapa E-commerce, Mencatat orderan baru,.
5-9	Brand Management	Mengecek produk yang habis atau ada yang mengalami kendala di pengiriman.
10-13	Marketing Report	Membuat monthly report yang berisikan rencana untuk bulan berikutnya, membuat sales brand yang berisikan pendapatan mingguan.

UMMN

3.3 Uraian Kerja Magang

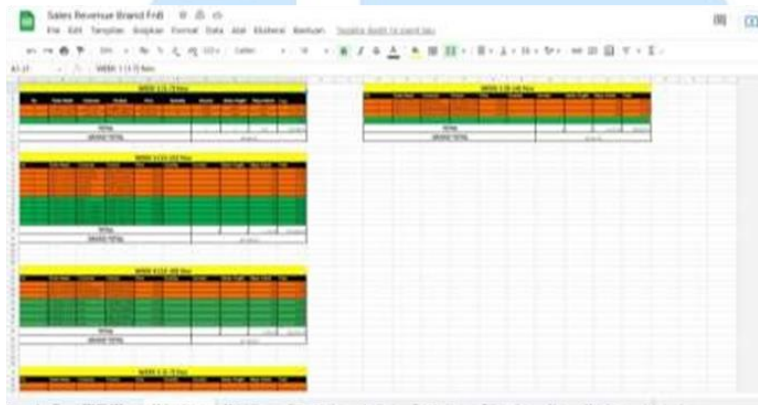
3.3.1 Brand Management

Pengelolaan brand management merupakan aktivitas yang penting bagi sebuah perusahaan, karena dapat berdampak besar pada bisnis yang sedang berjalan. Seperti kemampuan untuk mengubah persepsi umum tentang suatu merek, itu juga dapat memperluas operasi dan meningkatkan kesadaran merek. Brand Management adalah praktik pemasaran yang menggunakan teknik untuk meningkatkan nilai suatu produk atau lini merek dari waktu ke waktu. Manajemen merek yang efektif meningkatkan harga produk dan penerimaan pelanggan yang loyal melalui asosiasi dan citra merek yang positif, dan menciptakan kesadaran merek yang kuat. Tahapan pengelolaan brand yang telah diterapkan oleh PT AturToko Solusi Indonesia antara lain menentukan target audience, menentukan karakteristik dari brand seperti desain logo, membuat dan menerapkan jenis promosi yang akan digunakan di berbagai macam e-commerce.

1. Penulis ditugaskan untuk mengelola brand dalam mengatur skema promo untuk menarik calon pembeli baru sehingga perhatian masyarakat atas *brand* tersebut meningkat, meningkatkan pendapatan perminggu bahkan perbulan, meningkatkan jumlah pengunjung di *e-commerce* dari masing-masing brand.

2. Penulis ditugaskan untuk mencatat pendapatan dari berbagai merek yang dikelola di *weekly brand sales progress and sales revenue brand fnb* yang berisikan tabel transaksi pembelian dan jumlah produk yang telah diproses agar segera dikirim ke alamat pembeli. Berikut ini adalah *table sales revenue* yang berisikan seluruh orderan per mingguan melalui *e-commerce shopee, tokopedia dan blibli*:

Gambar 3.2 Sales Revenue

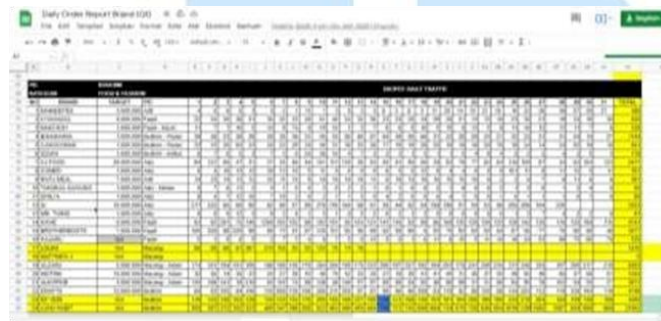
The image shows a screenshot of a web-based sales revenue report. The report is organized into several horizontal sections, each representing a different brand or product line. Each section contains a table with columns for dates (likely weekly) and corresponding sales figures. The data is presented in a color-coded format, with green and orange rows alternating. The overall layout is clean and professional, typical of a business dashboard or reporting tool.

Sumber: Dokumentasi PT AturToko Solusi Indonesia, 2021

UMMN

3. Penulis ditugaskan untuk mencatat jumlah orderan baru dan *daily traffic* orderan dari ketiga *brand* di *spreadsheets daily order report brand*. Berikut ini adalah table shopee daily traffic yang berisikan jumlah pengunjung setiap harinya melalui *e-commerceshoopee*:

Gambar 3.3 Spreadsheets shopee dailytraffic

The image shows a screenshot of a Google Sheet titled "Daily Order Report Brand (2)". The spreadsheet contains a large table with multiple columns and rows. The columns include dates and various numerical data points, likely representing daily traffic and orders for different brands on Shopee. The data is organized in a structured format, with some rows highlighted in yellow. The spreadsheet is viewed through a web browser interface.

Sumber: Dokumentasi PT AturToko Solusi Indonesia,2021

3.3.2 Marketing Report

Adanya *report* mingguan bahkan bulanan secara rutin sangat membantu penulis untuk mengetahui perencanaan promosi seperti apa yang sekiranya cocok dan menarik untuk ditawarkan melalui *e-commerce*. Saat mengerjakan report mingguan dan bulanan, hal pertama yang penulis akan lakukan adalah menganalisa penyebab terjadinya penurunan ataupun peningkatan pendapatan di berbagai macam *e-commerce* seperti shopee, tokopedia dan blibli. Marketing report diperlukan untuk melihat perkembangan terkait penjualan dari brand yang dikelola oleh penulis dan kemudian dipresentasikan kepada klien sehingga bisa diketahui kekurangan atau diberikan masukan agar brand tersebut mengalami peningkatan. Adapun tugas yang dikerjakan oleh penulis yang berhubungan dengan aktivitas *marketing report* yang berupa:

4. Penulis ditugaskan untuk membuat monthly report yang berisikan planning / rencana promosi untuk bulan berikutnya.

Gambar 3.7 Monthly report



Sumber: Data olahan pribadi, 2021

- Penulis ditugaskan untuk Membuat *Sales brand report* yang berisi pendapatan per minggu dari beberapa *brand* yang dikelola, Berikut ini adalah *spreadsheets* yang penulis gunakan untuk mendata pesanan baru selama 4 minggu:

Gambar 3.8 Spreadsheets sales brand report

No	Tanggal Order	Toko/Brand	Deskripsi	Jumlah	Total
1	2021-11-05 10:01	lola1182	Mangga Ayam Wortel Makanan Beku Frozen 100g 28.000	1	210
2	2021-11-06 10:01	lola1182	Bakwan Ikan Makanan Beku Frozen 100g 42.000	2	400
3	2021-11-06 07:57	lola1182	Tahu Bakso Makanan Beku Frozen 100g 25.000	3	1.500
4	2021-11-11 17:26	lola1182	Mangga Wortel Makanan Beku Frozen 100g 22.000	1	160
5	2021-11-11 17:26	lola1182	Mangga Wortel Makanan Beku Frozen 25.000	3	400
6	2021-11-15 10:24	lola1182	Tahu Bakso Makanan Beku Frozen 100g 25.000	4	100
7	2021-11-15 10:24	lola1182	Mangga Ayam Makanan Beku Frozen 100g 25.000	2	375
8	2021-11-20 07:06	lola1182	Mangga Wortel Makanan Beku Frozen 100g 28.000	1	1.500
9	2021-11-20 07:06	lola1182	Tahu Bakso Makanan Beku Frozen 100g 25.000	1	210
10	2021-11-20 07:06	lola1182	Mangga Wortel Makanan Beku Frozen 25.000	1	1.500
11	2021-11-25 23:44	lola1182	Bakwan Ikan Makanan Beku Frozen 100g 18.000	1	130
12	2021-11-27 00:44	lola1182	Bakwan Ikan Makanan Beku Frozen 100g 18.000	1	130
13	2021-11-27 00:44	lola1182	Mangga Wortel Makanan Beku Frozen 25.000	1	100

Sumber: Dokumentasi PT AturToko Solusi Indonesia, 2021

3.4 Kendala

Selama menjalankan praktek magang dalam divisi Brand Management di PT AturToko Solusi Indonesia terdapat beberapa masalah yang dihadapi seperti kesulitan dalam mempelajari aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia dan Blibli dikarenakan skill dari penulis yang mengelola brand tersebut tidak optimal, pengetahuan tentang *e-commerce* kurang maka tidak mengerti bagaimana cara mengelola brand yang efektif dan berdampak pada brand itu sendiri yang sempat mengalami penurunan minat calon pembeli.

3.4.1 Solusi

Dalam menghadapi kendala di atas, penulis melakukan training untuk mendalami pengelolaan brand yang baik dan melakukan diskusi secara rutin dengan pembimbing lapangan untuk ikut membahas ide-ide promosi yang akan dibuat untuk bulan selanjutnya sehingga dapat meningkatkan penjualan.

