

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

Dalam PT Pangan Satwa Indonesia memiliki 4 department diantaranya departemen human resource, department warehouse and logistic, department retails store, dan yang terakhir department e-commerce.



Gambar 3.1. Struktur Perusahaan For Pets di Bagian Posisi Magang Peneliti

Sumber : PT Pangan Satwa Indonesia

Dalam pelaksanaan kerja magang di For Pets, penulis bekerja pada *department e-commerce* dan pada bagian *marketing*. *Department* ini dipimpin langsung oleh Bapak Rendi ApriSetiawan selaku *Head of Marketing* di perusahaan For Pets. Dalam melakukan kerja praktek magang penulis berkoordinasi dengan Bapak Rendi ApriSetiawan dan juga Bapak Rofiudin Syahiful serta Ibu Vania Kurniawan yang dimana dalam melakukan pekerjaannya dilakukan secara bersama-sama. Kedudukan penulis masuk dalam *staff* pada divisi ini yang dimana memiliki tugas untuk

menghandle *social media* For Pets seperti membuat content serta mencari *influencer*. Tidak hanya itu saja penulis juga membantu Bapak Rofiudin Syahiful untuk melakukan *follow up* pada *influencer* yang belum *memposting content*. Berikut merupakan penjelasan mengenai Gambar 3.1

1. Department E-Commerce

Department e-commerce bertugas untuk mengawasi semua divisi yang berhubungan dengan toko online PT Pangan Satwa Indonesia. Department ini sendiri dibagi menjadi 3 divisi yaitu divisi advertising, divisi finance, dan divisi marketing.

2. Advertising

Bertugas untuk mengelola semua hal yang berhubungan dengan periklanan di e-commerce seperti iklan di Tokopedia, Shopee.

3. Finance

Pada divisi ini memiliki tugas untuk mengelola serta merekap semua keuangan pada department e-commerce.

4. Marketing

Memiliki tugas untuk melakukan pemasaran secara digital seperti dengan menggunakan social media.

3.1.2 Koordinasi

Pada saat praktek kerja magang penulis berkoordinasi dengan Bapak Rendi ApriSetiawan serta anggota tim lainnya. *Department e-commerce* pada bagian marketing ini beranggotakan 5 orang termasuk penulis diantaranya ialah Bapak Rofiudin Syahiful, Ibu Vania Kurniawan, Kak Wawan yang juga merupakan anak magang. Pekerjaan penulis selalu dilakukan bersama-sama dengan anggota tim yang lainnya seperti pencarian *influencer*, melakukan *follow up* pada *influencer*, hingga melakukan pendataan di akhir bulan mengenai *influencer* siapa saja yang telah digunakan. Tidak hanya fokus pada *influencer* saja tetapi juga terdapat beberapa konten yang dibuat seperti pengetahuan seputar kucing hingga melakukan *giveaway*.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Penulis memulai praktek kerja magang di PT Pangan Satwa Indonesia (For Pets) pada tanggal 17 Mei 2021 dan berakhir pada tanggal 17 Agustus 2021 dimana dilakukan selama 3 bulan yang dilakukan secara WFH (*Work From Home*). Selama melakukan praktek kerja magang terdapat beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh penulis, yang akan dijelaskan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Pekerjaan yang Dilakukan Penulis Selama Magang

No	Pekerjaan	Koordinasi
Daily Job		
1	Mencari influencer dengan menggunakan web socialblade.com untuk mengetahui analisa pertumbuhan akun social media influencer	Ibu Vania Kurniawan
2	Menghubungi pihak influencer yang telah lolos pada tahap analisa	Bapak Rofiudin Syahiful
3	Memasukan data influencer yang akan digunakan	Ibu Vania Kurniawan
4	Melakukan follow-up pada influencer yang belum mengepost konten	Bapak Rofiudin Syahiful
Weekly and Monthly Job		
1	Rekap data mengenai influencer yang telah digunakan	Bapak Rendi ApriSetiawan
2	Melakukan riset pada followers social media For Pets	Bapak Rendi ApriSetiawan
3	Membuat event social media seperti giveaway	Bapak Rofiudin Syahiful, Bapak Rendi ApriSetiawan
4	Membuat konten mengenai pengetahuan seputar kucing	Bapak Rofiudin Syahiful

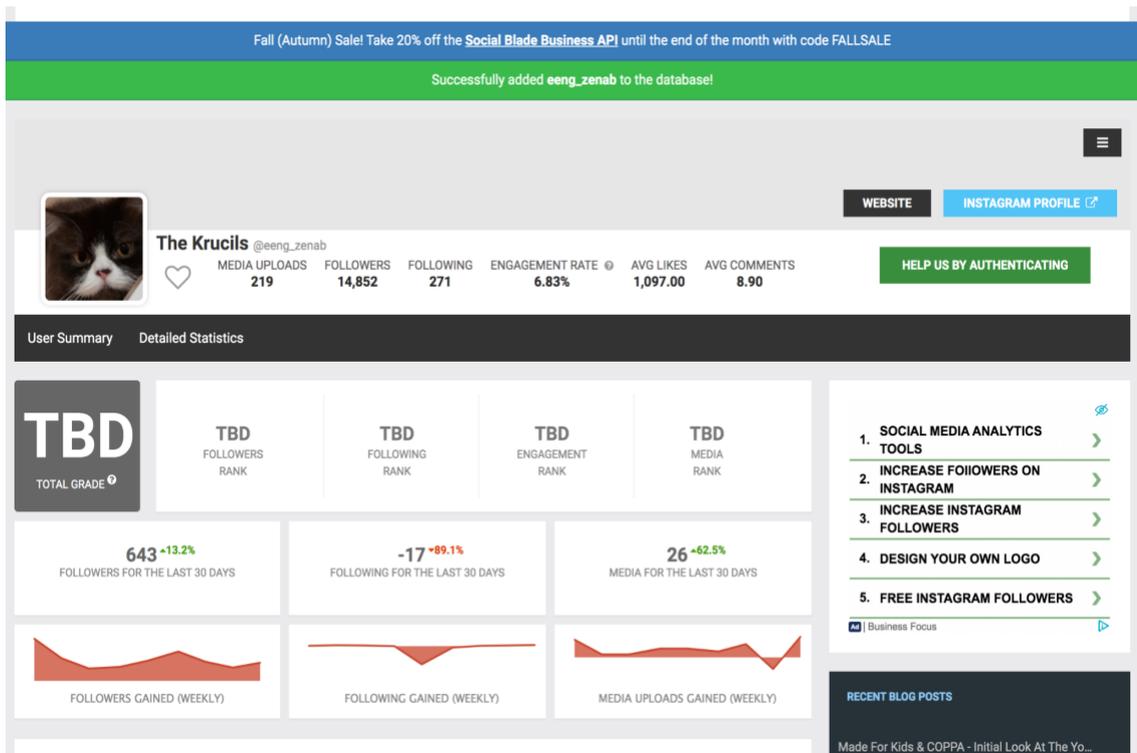
3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama melakukan praktek kerja magang di For Pets, penulis diberikan beberapa tugas pokok yang harus dikerjakan, yakni :

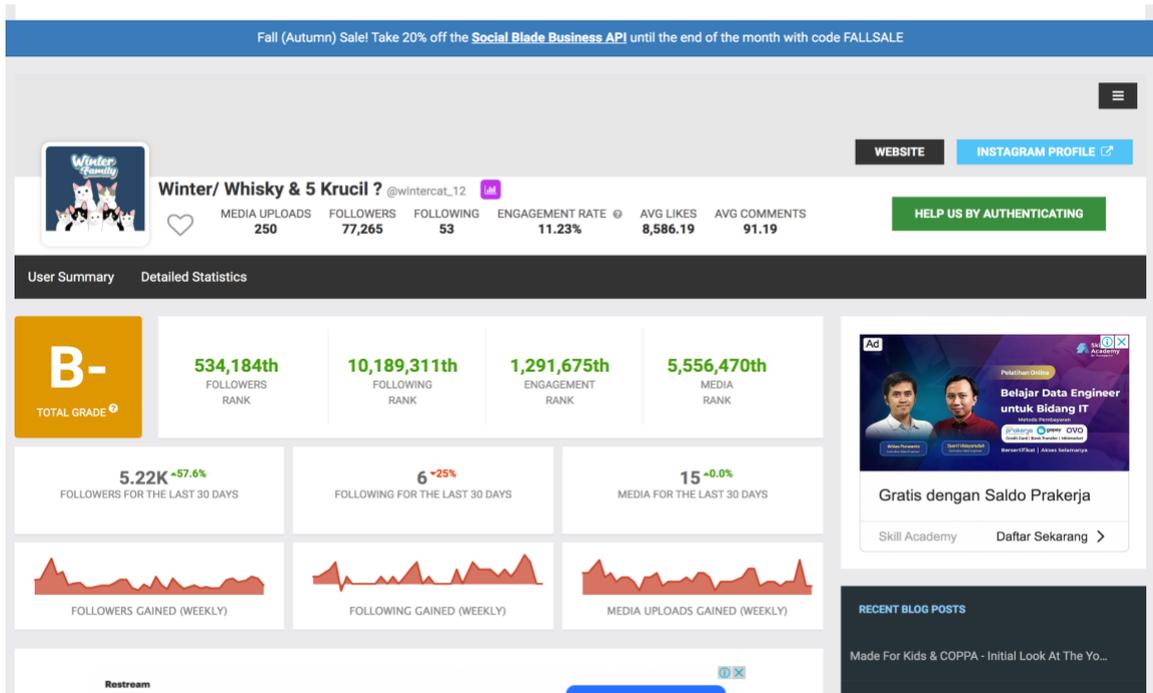
1. Mencari *influencer*

Penulis diberikan tanggung jawab mencari *influencer* yang akan mempromosikan *product* For Pets. Dalam pencariannya penulis menggunakan web socialblade.com untuk mengetahui analisa pertumbuhan akun *social media influencer* tersebut. Sebab dengan mengetahui analisa pertumbuhan akun *social media influencer* dapat lebih optimal dalam pemasarannya sehingga biaya yang dikeluarkan tidak sia-sia.



Gambar 3.2. Analisa Pertumbuhan Social Media @eeng_zenab

Sumber : www.socialblade.com



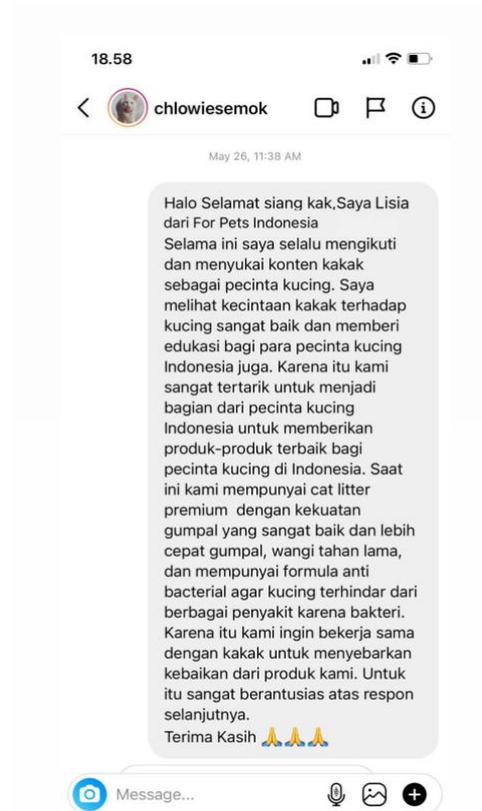
Gambar 3.3. Analisa Pertumbuhan Social Media @wintercat_12

Sumber : www.socialblade.com

Pada gambar 3.2. dan 3.3. merupakan hasil pencarian pertumbuhan *influencer*, yang dimana semakin kecil nilai *engagement rate* nya maka akun tersebut semakin memiliki pengaruh yang besar terhadap pengikutnya ditambah lagi dengan kenaikan jumlah *followers*nya. Kedua gambar tersebut menunjukkan *influencer* tersebut cocok untuk digunakan sebagai promosi product For Pets.

2. Menghubungi *influencer* yang masuk pada tahap lolos analisa

Jika sudah melakukan analisa mengenai *social media influencer*, penulis akan menghubungi pihak *influencer* dengan menanyakan bagaimana prosedur untuk melakukan promosi.

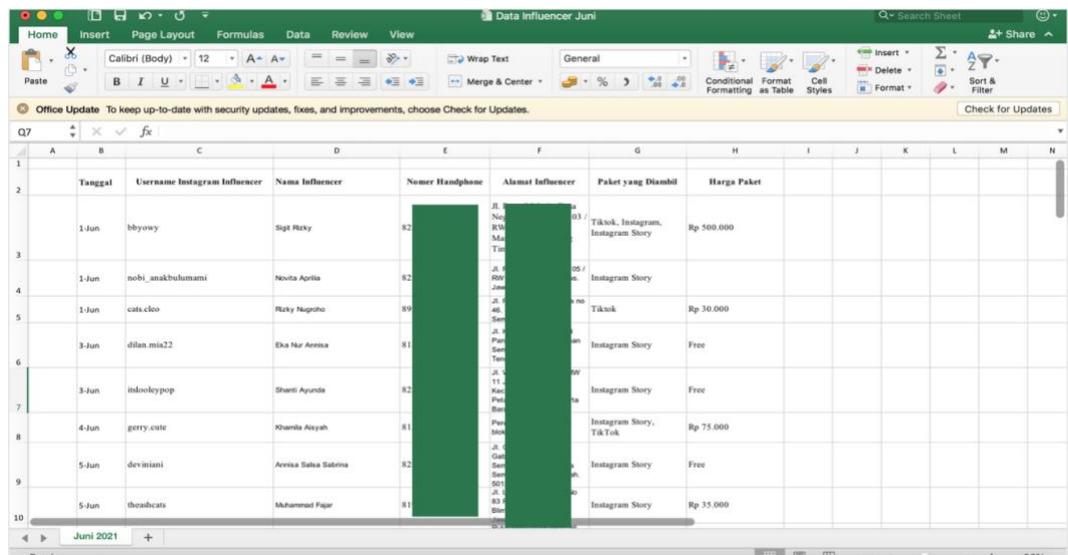


Gambar 3.4. Penulis Menghubungi Pihak *Influencer*

Sumber : Data Pribadi (2021)

3. Memasukan data-data *influencer*

Tanggung jawab penulis lainnya ialah memasukkan data *influencer* yang akan digunakan. Data tersebut berisikan tanggal pembayaran, *username* instagram *influencer*, nama pemilik *account*, nomor *handphone*, alamat, paket yang akan diambil, dan harga paket. Pendataan ini akan mempermudah dalam pengerjaan di akhir bulan yang dimana akan diberikan pada *departemen* keuangan. Pengisiannya pun dilakukan setiap ada transaksi yang berlangsung. Dapat dilihat pada gambar 3.5 mengenai data yang dikerjakan oleh penulis.



Tanggal	Username Instagram Influencer	Nama Influencer	Nomer Handphone	Alamat Influencer	Paket yang Diambil	Harga Paket
1-Jun	bbyoww	Sigt Rizky	82	Jl. Negeri, RW 03, Ma Ti	Tiktok, Instagram, Instagram Story	Rp 500.000
1-Jun	nobi_anakbumami	Novita Aprilia	82	Jl. P. RW 05/1	Instagram Story	
1-Jun	cats.cleo	Rizky Nugroho	89	Jl. P. No 46, Semarang	Tiktok	Rp 30.000
3-Jun	dilan.mia22	Eka Nur Annisa	81	Pan. Sem. Tembung	Instagram Story	Free
3-Jun	indookypop	Shanti Ayunda	82	Jl. V. No 11, Pak. Bant.	Instagram Story	Free
4-Jun	gerry.cate	Khamila Aisyah	81	Pan. Sem. Tembung	Instagram Story, Tik Tok	Rp 75.000
5-Jun	deviniani	Arenisa Salwa Sabrina	82	Jl. G. No 83, Semarang	Instagram Story	Free
5-Jun	theadcats	Muhammad Fajar	81	Jl. P. No 80, Semarang	Instagram Story	Rp 35.000

Gambar 3.5. Data *Influencer* yang akan Digunakan

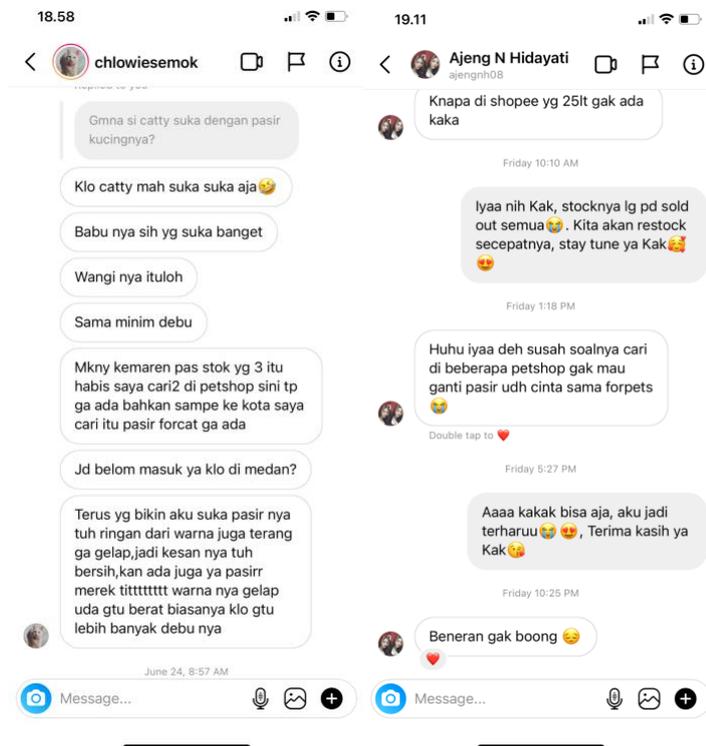
Sumber : Data Pribadi (2021)

4. Melakukan *Follow Up*

Dengan pendataan dapat mempermudah dalam melakukan pengecekan juga, *influencer* mana yang belum memposting konten. Dalam sekian banyak *influencer* yang digunakan terdapat beberapa *influencer* yang telah dalam memposting konten, maka dari itu penulis juga diberi tanggung jawab untuk melakukan *follow up* pada *influencer* yang belum memposting konten, dengan menanyakan apakah terjadi kendala dalam melakukan posting konten.

5. Melakukan survey terhadap *followers*

Penulis melakukan survey kepada *followers* For pets yang telah menggunakan *product* pasir kucing for cats, apakah terdapat kekurangan pada *product* tersebut atau justru memiliki kualitas yang tinggi sehingga dapat dijadikan sebagai testimoni untuk para calon pembeli selanjutnya. Dengan *survey* ini maka For Pets dapat mengetahui hal apa saja yang harus dapat dipertahankan dan apa saja yang harus ditingkatkan lagi sehingga *followers* juga merasa dihargai. Dalam *survey* yang dilakukan sebagian besar *followers* For Pets yang telah menggunakan *product* pasir kucing for cats merasa puas dengan kualitas nya sehingga banyak yang melakukan pembelian berulang bahkan ada juga yang ingin menjadi *reseller*.



Gambar 3.6. *Survey Followers* For Pets

Sumber : Data Pribadi (2021)

3.4. Kendala yang Ditemukan

1. Terjadi *miss* komunikasi dengan *influencer*

Pada saat penulis melihat hasil *review* yang dilakukan oleh *influencer* tidak sesuai dengan yang ditangkap. Terdapat kejadian dimana *influencer* mereview *product* dan di publish pada Instagram Story dan TikTok saja padahal penulis mengira bahwa akan di publish pada Instagram Story + Feeds dan TikTok. Maka terdapat kesalahpahaman pada saat memesan paket *review*. Sehingga akan mengubah data yang telah dimasukkan.

2. Kurangnya sumber daya pada divisi *social media marketing*

Pada divisi *social media marketing* perusahaan For Pets hanya beranggotakan 5 orang yang dimana juga termasuk penulis serta satu teman magang jadi anggota aslinya hanya 3 orang. Supaya memiliki *engagement* yang tinggi maka harus sering berinteraksi dengan pengikutnya, hal tersebut selalu dilakukan oleh For Pets namun di setiap harinya selalu ada ratusan chat yang masuk sehingga anggota kesulitan dalam mengatasinya.

3.5. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Terjadi *miss* komunikasi dengan *influencer*

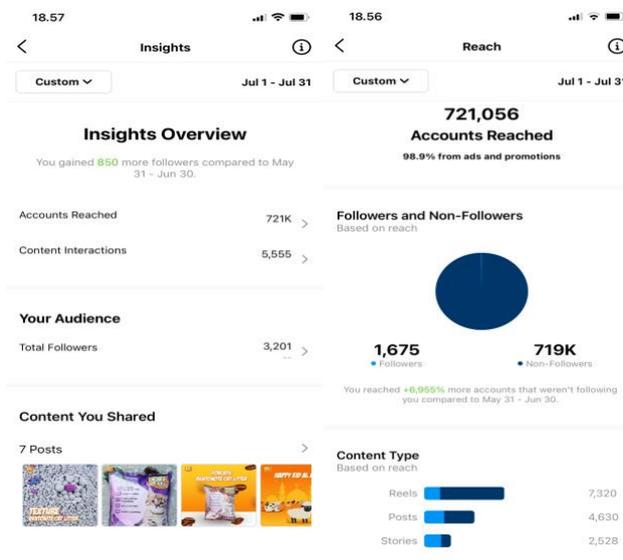
Pada saat ingin diberi *rate card* pada *influencer* harusnya penulis menanyakan secara detail dan melakukan pengulangan pada saat ingin melakukan pembayaran paket apa yang diambil serta dari paket tersebut mendapatkan apa saja.

2. Kurangnya sumber daya pada divisi *social media marketing*

Pembagian kerja yang dimaksimalkan sehingga pekerjaan yang utama dapat diselesaikan terlebih dahulu dan bila sudah selesai maka dapat membantu untuk membalas chat *followers* yang masuk.

3.6 Implementasi Pemaksimalan Social Media dalam meningkatkan Brand Awareness For Pets

Perusahaan For Pets masih tergolong baru sehingga pengenalannya di masyarakat kurang. Penulis pada saat memasuki program kerja magang *followers* Instagram For Pets kurang lebih hanya 1.000 *followers* serta *followersnya* belum memiliki keaktifan maka dari itu dapat dikatakan bahwa *brand awareness* pada masih kurang. Sehingga pada bulan juni tepatnya pada akhir bulan dilakukan beberapa strategi yang memungkinkan untuk dapat meningkatkan *brand awareness* pada perusahaan For Pets. Ternyata strategi yang dilakukan berjalan dengan baik sesuai dengan harapan di awal. Jumlah *account reached* instagram For Pets bertambah cukup drastis, yang dapat dilihat pada gambar 3.7 jika dibandingkan dengan sebelumnya. *Followers* Instagram For Pets juga memiliki keaktifan selalu mengikuti *event* yang diadakan oleh For Pets, maka dengan keaktifan *followers* For Pets akan membuat masyarakat semakin mengenal *product* For Pets.



Gambar 3.7. *Insights* Instagram For Pets

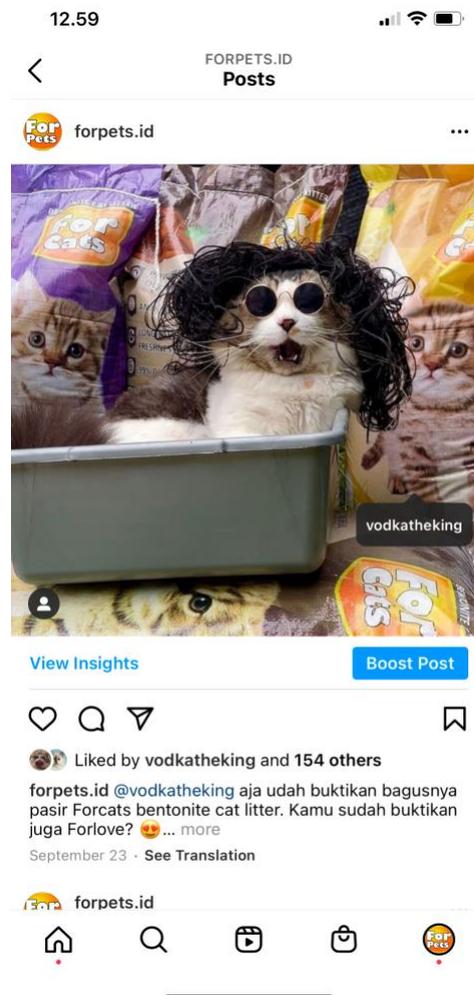
Sumber : Data Pribadi (2021)

3.7 Strategi Social Media yang Dilakukan For Pets

Terdapat beberapa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan For Pets dengan menggunakan *social media*, diantaranya :

1. Menggunakan *influencer*

Perusahaan For Pets mulai menggunakan *influencer* untuk membantu meningkatkan *brand awareness* nya. Pemilihan *influencer* tidak asal pilih namun menggunakan web socialblade.com sehingga dapat mengetahui *engagement* pada *influencer* tersebut berapa persen, semakin kecil angka *engagement* nya maka *influencer* tersebut memiliki kedekatan yang erat dengan *followers*nya.



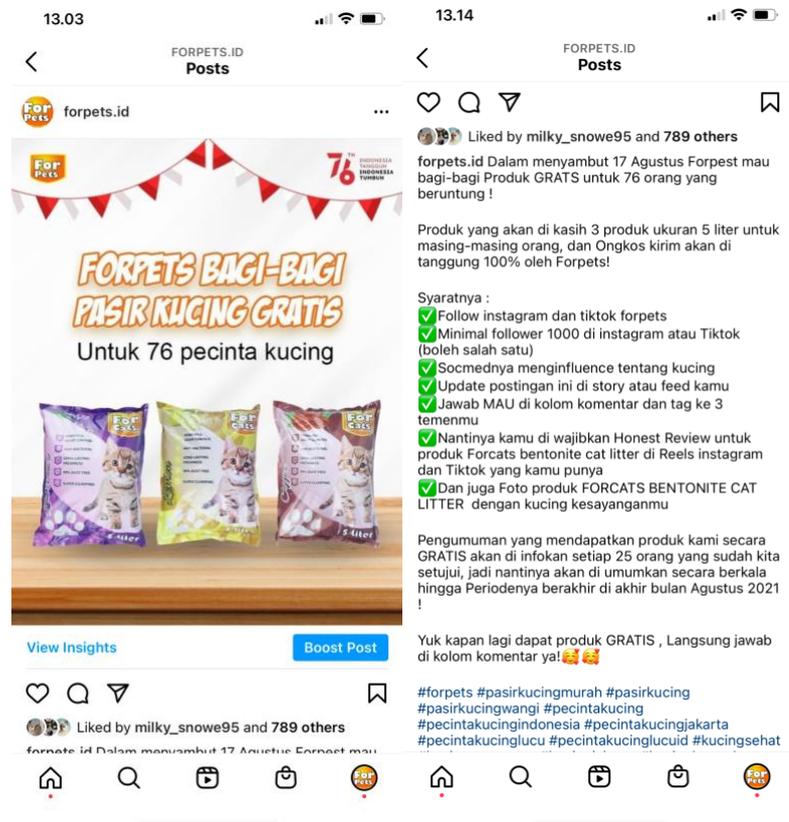
Gambar 3.8. *Influencer* dengan *product* for cats

Sumber : Data Pribadi (2021)

2. Melakukan *giveaway*

Selain menggunakan *influencer* strategi yang dilakukan oleh For Pets ialah melakukan *giveaway*. *Giveaway* pertama yang dilakukan oleh For Pets pada saat memperingati hari kemerdekaan Indonesia yaitu pada tanggal

17 Agustus 2021, dimana For Pets membagikan pasir for cats secara gratis sebanyak 76 pasir berukuran 5 liter sesuai dengan umur Indonesia. Terdapat beberapa ketentuan yang diberikan jika pengikut ingin memenangkan *giveaway* yaitu pengikut harus *follow account* Instagram serta TikTok @Forpets.id, yang dapat mengikuti hanya yang memiliki jumlah pengikut di Instagram atau TikTok nya sebesar 1000 yang dimana *account* tersebut mengenai seputar kucing (bukan *account* Instagram pribadi), mengupload postingan konten For Pets yang *giveaway*, komen dan tag 3 teman di kolom komentar pada konten *giveaway* For Pets, dan jika sudah memenangkan *giveaway* maka diwajibkan untuk mereview *product* for cats.



Gambar 3.9. Konten *Giveaway* For Pets

Sumber : Data Pribadi (2021)

BAB IV

KESIMPULAN dan SARAN

4.1. Kesimpulan