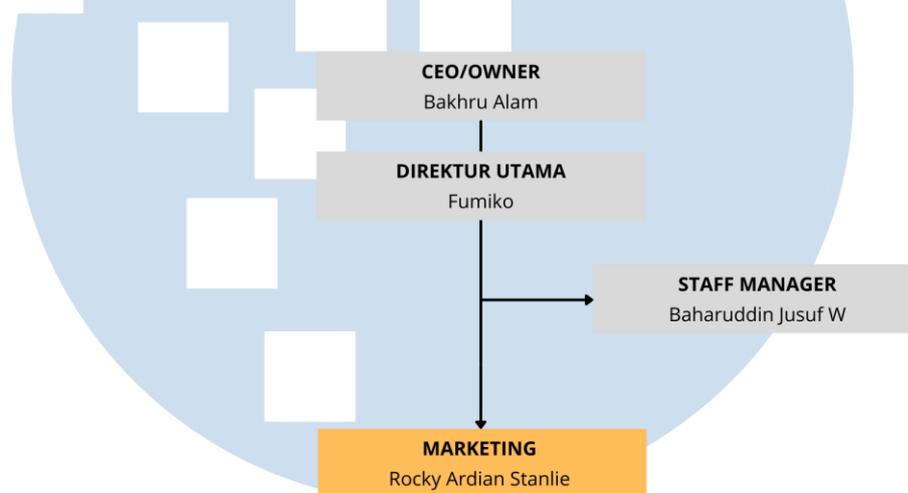


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis adalah di CV. Alam Mulia yang mana merupakan perusahaan penyedia jasa layanan pernikahan di area Jabodetabek serta Jawa Barat. Berlokasi di Jl. Marwati RT02/06 No.44 Cipanas-Cianjur.



**Gambar 3.1 Alur Koordinasi Penulis**

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Gambar 3.1 diatas menunjukkan kedudukan penulis yang ditempatkan pada divisi *Marketing Communication*, dan berkoordinasi serta dibimbing langsung oleh ibu Fumiko selaku direktur, dibantu dengan pak Baharuddin sebagai *Staff Manager*. Waktu kerja yang diberikan adalah Fleksibel/*Work From Home* yang berarti penulis bisa dengan bebas menentukan sendiri waktu kerja yang diinginkan.

Divisi *Marketing Communication* bertugas untuk melakukan perencanaan pemasaran agar dapat menarik perhatian konsumen untuk menggunakan jasa pelayanan kami. Lalu dilanjutkan dengan pembuatan konten konten menarik untuk *social media* menggunakan *software* editing seperti *Adobe Photoshop* dan *Canva*, dan juga mendokumentasikan seluruh kegiatan yang dilakukan tim pada saat acara

pernikahan berlangsung untuk dijadikan konten *reviews* dan testimoni dari *service* yang disajikan kepada konsumen melalui *social media*.

### 3.1 Tugas Kerja Magang

Selama periode praktik kerja magang di CV.Alam Mulia yang dimulai pada tanggal 1 Agustus s/d 31 Oktober 2021, banyak sekali hal yang dapat dijadikan pelajaran bagi penulis mulai dari tugas utama hingga tugas tambahan. Divisi *Marketing Communication* menuntut penulis untuk berpikir sekreatif mungkin untuk bisa menarik minat konsumennya. Berikut adalah penjabaran tugas yang diberikan kepada penulis selama menjalankan praktik kerja magang.

No.	Keterangan Tugas	Pemberi Tugas	Output
1	Mendokumentasikan kegiatan tim <i>Wedding Organizer</i> selama acara pernikahan berlangsung	Fumiko (Direktur)	Memiliki stok foto kegiatan untuk dipublish di <i>social media</i> atau dipresentasikan untuk klien selanjutnya
2	Pembuatan konten <i>video review performance</i> tim <i>Wedding Organizer</i> untuk disajikan kepada konsumen melalui <i>social media</i>		Tersebarnya video konten untuk konsumen melalui <i>social media</i> .
3	Membuat desain <i>layout 3D</i> konsep dekorasi pernikahan yang disesuaikan dengan lokasi yang diminta klien ( <i>indoor/outdoor</i> )		Klien tergambarkan dengan jelas mengenai konsep yang disampaikan

4	Mendesain konten <i>social media</i> mengenai riwayat acara pernikahan yang telah diselenggarakan	Instagram memiliki aktivitas konten yang di <i>upload</i>
5	Membuat Logo baru untuk unit bisnis <i>The Project Event Organizer</i>	Memiliki logo yang terlihat lebih baru dari sebelumnya
6	Membuat pamflet mengenai paket <i>Wedding</i> yang disediakan beserta harga untuk konsumen	Konsumen mengetahui secara pasti harga yang dipatok pada setiap paket berbeda
7	Membuat <i>Mockup Box</i> kue untuk unit bisnis <i>Kenpastry CakeShop</i>	Mengetahui rancangan awal/ <i>prototype</i> dari box kue yang akan diproduksi
8	Mengubah akun <i>social media</i> menjadi akun bisnis serta melengkapi alamat dan <i>contact person</i>	Konsumen lebih mudah untuk mencari dan menghubungi perusahaan

**Tabel 3.1 Uraian Tugas *Marketing Communication***

Tabel 3.1 diatas merupakan tugas tugas utama yang dilakukan penulis sesuai penempatan divisi. Tidak hanya tugas utama, melainkan juga ada beberapa tugas-tugas tambahan yang dilakukan penulis diluar tugas utama pada divisi *marketing communication*, diantaranya adalah seperti Tabel 3.2 dibawah ini:

No.	Keterangan Tugas	Pemberi Tugas	Output
1.	Membantu membuat surat perjanjian dengan partner bisnis	Fumiko	Partner bisnis mempunyai hak dan kewajiban yang sudah disepakati dan tidak dapat dilanggar
2.	Menghantarkan MC dan Fotografer ke tempat tujuan dengan kendaraan pribadi		MC dan Fotografer sampai dengan selamat dan cepat.
3.	Membantu mendiskusikan harga paket yang akan ditetapkan		Harga paket yang ada memiliki nilai yang menguntungkan dimata klien maupun perusahaan.

**Tabel 3.1 Uraian Tugas Tambahan diluar Marketing Communication**

### 3.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Proses pelaksanaan kerja magang di CV Alam Mulia dimulai pada proses rekrutmen, dimana penulis melampirkan *Curriculum Vitae* kepada owner, lalu pada tahap selanjutnya dilakukan proses wawancara secara offline. Setelah itu perusahaan memberikan surat keterangan yang menyatakan penulis diterima praktik kerja magang selama 3 bulan yang terhitung mulai dari 1 agustus s/d 31 oktober 2021.

Pada minggu pertama praktik kerja magang, penulis diberikan arahan mengenai tugas tugas apa saja yang akan diberikan selama periode magang sampai mengerti, dan setelah itu penulis diminta untuk mendesain suatu *layout 3D* dekorasi pernikahan yang kebetulan pada saat itu di perusahaan sedang ada project dengan klien dalam waktu dekat, tidak ada waktu yang mengikat dalam pekerjaan tersebut hanya saja tugas diberikan

*deadline* selama kurang lebih dua minggu bagi penulis untuk mengerjakannya.

Penulis juga mulai mengikuti rapat/briefing dengan vendor-vendor terkait pada project tersebut seperti pihak *photographer*, pihak *MC*, dekorasi, serta pihak keluarga klien pada beberapa waktu sebelum acara dimulai. Selama menjalani praktik kerja magang, penulis selalu diberi masukan terhadap apa yang telah dikerjakan dan berdiskusi untuk mencapai hasil yang terbaik.

#### **A. Pekerjaan di *Marketing Communication***

Penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Communication*. Penempatan ini diberikan karena perusahaan sedang berusaha untuk mengencarkan bagian pemasaran untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya, serta menjaga hubungan dengan pelanggan agar tetap baik sehingga memungkinkan mereka merekomendasikan jasa perusahaan kepada kerabatnya.

Pekerjaan di divisi *Marketing Communication* tentunya berkaitan dengan hal tersebut, dimana penulis diminta untuk berpikir kreatif mungkin untuk memilah strategi apa saja yang tepat digunakan untuk menjangkau konsumen yang diinginkan. Berikut merupakan penjabaran dari tugas tugas yang berkaitan dengan *Marketing Communication*, diantaranya:

1. Mendokumentasikan, membuat video, dan mempublikasikan seluruh kegiatan *Wedding Organizer*

Salah satu pekerjaan utama yang dilakukan di divisi *marketing communication* adalah mendokumentasikan seluruh kegiatan yang dilakukan tim *Wedding Organizer* pada saat acara pernikahan berlangsung, serta membuatnya menjadi kumpulan foto dan video yang menarik yang

untuk selanjutnya akan dipublikasikan kepada konsumen melalui *social media*.



**Gambar 3.2 Dokumentasi Kegiatan Tim *Wedding Organizer***

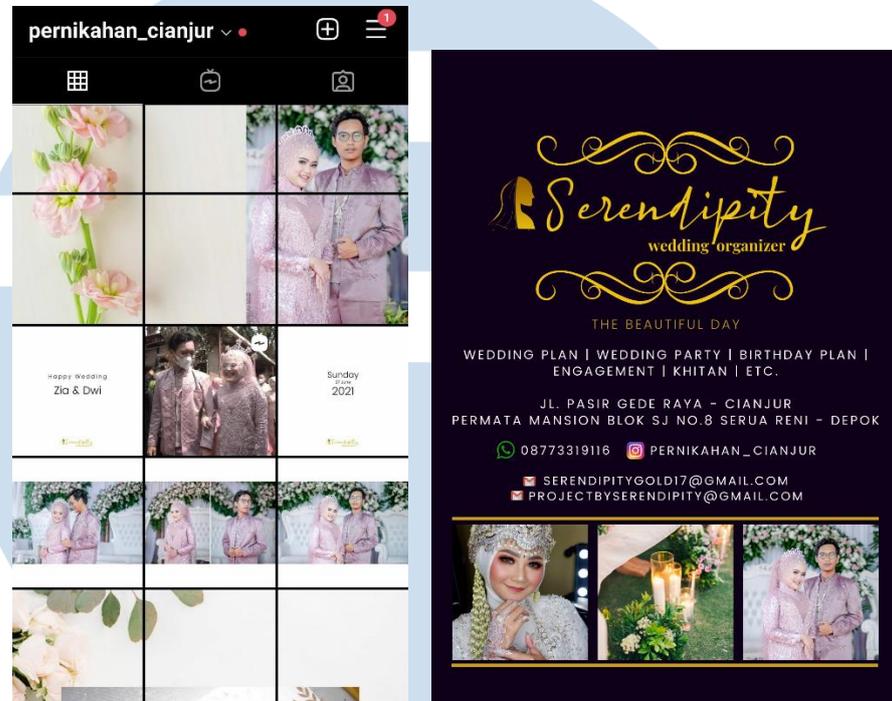
Sumber : Data Perusahaan, 2021

Seperti yang bisa dilihat pada Gambar 3.2 diatas yang merupakan hasil potret penulis ketika melakukan tugas ini, tidak hanya selama acara berlangsung, pada tugas ini penulis diminta untuk memotret aktivitas tim *Wedding* mulai dari saat pertama tim bertemu dengan klien, berdiskusi dengan pihak klien dan vendor, lalu dilanjutkan dengan persiapan satu hari sebelum acara dimulai, sampai dengan acara pernikahan selesai. Pada pelaksanaan tugas tersebut, penulis diberikan arahan agar mencari sudut sudut terbaik agar terlihat professional serta tidak lupa untuk tetap bersikap ramah dengan pengunjung maupun klien.

## 2. Membuat Desain konten Instagram dan Pamflet

Pada *job description* ini, penulis ditugaskan untuk membuat desain konten untuk dipublikasikan di *social media* tentang acara-acara yang

telah diselenggarakan sebelumnya sehingga instagram dapat terlihat aktif dan dilihat oleh konsumen.



**Gambar 3.3 Desain Konten Instagram & Pamphlet**

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Seperti yang terlihat pada Gambar 3.3 diatas merupakan hasil halaman Instagram perusahaan yang telah dihias mengikuti arahan pemimpin dan pamphlet untuk disajikan pada konsumen. Pada tugas ini penulis diberikan arahan dan masukan dari ibu Fumiko selaku direktur dan juga pembimbing pekerjaan agar mendesain dengan tema elegan dengan diselingi oleh bunga-bunga untuk mempercantik, serta element warna emas untuk memperindah. Selain itu terdapat juga pamphlet yang dibuat untuk menunjukan pilihan paket *wedding* kepada konsumen yang juga dihias sedemikian rupa untuk mempercantik pamphlet. Pada tugas ini penulis juga diminta untuk dibuatkan konten promo khusus klien yang memesan paket lengkap berkesempatan untuk mendapatkan hadiah menarik berupa TV LED ukuran 24 Inch.

### 3. Membuat *Layout 3D* Dekorasi Pernikahan dan Mockup Box

Pada job description ini, penulis diminta untuk membuat desain layout 3D dekorasi pernikahan menggunakan *software* Sketchup Pro, dimana aplikasi tersebut memang pada dasarnya digunakan untuk menggambar suatu hal secara 3D, biasanya digunakan desainer arsitektur untuk menggambar suatu bangunan maupun furnitur-furnitur kecil seperti meja, kursi dan lain lain.



**Gambar 3.4 Desain *Layout* Dekorasi Pernikahan**

Sumber : Data Perusahaan, 2021



**Gambar 3.5 Desain *Prototype* Cakebox**

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Gambar 3.4 dan 3.5 diatas menunjukkan hasil *3D Layout* yang telah penulis kerjakan sebelumnya, tujuan dibuatnya *prototype* ini adalah untuk memberikan gambaran dasar kepada klien mengenai dekorasi yang akan digunakan di tempat yang sesuai keinginan klien. Selain membuat *layout 3D Dekorasi*, penulis juga diminta untuk membuat *prototype* atau *Mockup Box* kue untuk unit bisnis Kenpastry *Cakeshop*, pada tugas ini penulis diminta untuk mencari referensi desain box yang efisien untuk konsumen agar mudah dibuka dan dibawa setelah membeli kue, lalu penulis mengeditnya dengan memberi logo Kenpastry serta keterangan kue yang ada didalamnya. Melihat kemampuan penulis inilah yang membuat ibu Fumiko selaku Direktur ingin semakin mengembangkan bisnisnya yaitu dengan menciptakan unit bisnis baru Furniture untuk membuat furniture atau dekorasi-dekorasi pernikahan dan memasukannya dalam paket pernikahan agar tidak lagi bersusah payah mencari vendor dekorasi dan dapat memberikan penawaran harga yang lebih terjangkau kepada klien.

## **B. Pekerjaan Tambahan Diluar *Marketing Communication***

Selain mengerjakan tugas tugas pada divisi Marketing Communication, penulis juga beberapa kali membantu karyawan lain dalam tugasnya serta tugas-tugas kecil lainnya diantaranya:

1. Membantu membuat surat perjanjian dengan partner bisnis

Pada tugas ini penulis membantu bagian Administration dalam membuat surat perjanjian yang akan dikirimkan kepada partner bisnis, dalam hal ini penulis memberikan masukan mengenai pasal apa saja yang ada dalam surat perjanjian dan hak & kewajiban apa saja yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak.

2. Menghantarkan pihak MC dan Fotografer ke tempat tujuan dengan kendaraan pribadi

Tugas ini merupakan pekerjaan kecil yang dimana seharusnya mereka memiliki cara sendiri untuk sampai ke tempat tujuan, namun pada saat proyek yang lalu berlokasi cukup jauh dari Cianjur sehingga mereka ikut dengan tim yang berangkat menggunakan kendaraan pribadinya.

3. Membantu mendiskusikan harga paket yang akan ditetapkan

Pada tugas ini penulis membanttu bagian keuangan dan direktur untuk menetapkan harga paket pernikahan serta mendiskusikan dan survey ke beberapa lokasi partner untuk mendapatkan data harga yang mereka tetapkan sehingga kita mendapat gambaran terhadap paket yang akan dibuat dan sudah ditambahkan dengan keuntungan yang akan diambil pada setiap paketnya.

### **3.3 Analisa Perusahaan Menggunakan 7S McKinsey Framework**

Untuk melihat bagaimana kinerja perusahaan ini dan apakah setiap aspek yang dimiliki oleh perusahaan saling berkesinambungan untuk mencapai tujuannya, penulis menggunakan tools *McKinsey 7S Framework* untuk menjabarkan bagaimana kinerja perusahaan dengan menjelaskan tujuh point elemen yang telah disediakan oleh kerangka kerja ini diantaranya:

1. *Strategy*

Strategi perusahaan adalah menyediakan pelayanan yang professional baik kepada klien maupun partner bisnis, mulai dari bertuturkata yang baik, etika yang baik dan melayani dengan sopan santun. Selain itu juga perusahaan memberikan presentasi bergambar mengenai desain pernikahan yang diinginkan oleh klien dengan menggunakan *3D layout* agar klien dapat melihat ekspetasi suasana acara nantinya.

Perusahaan juga sering kali memberikan *doorprize* berupa peralatan rumah tangga sebagai bentuk ucapan terimakasih karena telah

menggunakan jasa perusahaan ini, selain itu perusahaan juga melakukan diskon besar sehingga harga paket yang ditetapkan bisa menjadi yang paling murah di Cianjur, hal ini menyebabkan perusahaan mendapatkan keuntungan lebih minim dari kompetitor lain karena perusahaan sedang berfokus pada mendapatkan klien yang berkelanjutan.

Tidak hanya menetapkan strategi untuk menjemput pelanggan, perusahaan juga berinvestasi pada peralatan seperti *Smoke Machine* dan *Fire Machine* untuk memberikan nuansa pernikahan baru di Cianjur, yang mana hal ini menjadi pelayanan spesial dari perusahaan karena belum ada yang melakukan hal ini.

## 2. *Structure*

Struktur organisasi perusahaan ini dapat dikatakan *Flat Structure*, karena perusahaan saat ini masih bisnis kecil dan segala aspek bisnis langsung diatur oleh pemimpin bersama tim dibawahnya. Hal ini membuat setiap orang dalam tim memiliki hak untuk langsung menyampaikan gagasan atau pendapat langsung kepada pemimpin tertinggi dalam perusahaan ini.

## 3. *System*

Untuk menyelesaikan tugas yang berhubungan dengan klien atau partner, perusahaan memiliki SOP dimana karyawan harus mengedepankan sopan santun baik dalam bertindak maupun bertuturkata, dan membuat suasana hubungan antara satu dengan yang lainnya menjadi santai seperti teman yang dapat diajak berdiskusi.

Sedangkan dalam hal tugas internal/yang tidak berhubungan dengan klien seperti urusan pengelolaan keuangan, pemasaran dan lainnya, pemimpin memberikan kebebasan waktu pengerjaan tugas namun diberikan deadline, serta mengedepankan diskusi dan keterbukaan antara satu sama lain agar mendapat masukan untuk menyempurnakan tugas tersebut, dan juga pemimpin memberikan kebebasan berekspresi karyawannya namun tetap pada satu tujuan yang sama.

#### 4. *Value*

Nilai yang terdapat pada perusahaan adalah Komitmen, Disiplin, dan Jujur. Dapat dilihat pada keinginan pemimpin yang meminta setiap karyawannya agar memiliki komitmen yang setia untuk ikut memajukan bisnis ini, pemimpin tidak mau ada karyawan yang tidak bisa memegang kata-katanya di awal perekrutan.

Selain itu juga pemimpin menginginkan agar setiap karyawan membiasakan ketepatan waktu baik dalam hal penyelesaian tugas atau panggilan meeting, hal ini ditujukan untuk membiasakan karyawan agar dapat melayani klien dengan baik.

Yang ketiga, pemimpin ingin agar karyawannya mengedepankan kejujuran dan keterbukaan antara setiap anggota maupun terhadap klien, ini ditujukan untuk agar satu sama lain bisa memahami apa yang diinginkan masing-masing, agar tidak terjadi konflik atau kesalahpahaman dalam berbisnis.

#### 5. *Style*

Gaya kepemimpinan yang dianut dalam perusahaan adalah pemimpin yang fleksibel dalam artian memberikan kebebasan berekspresi karyawannya dalam menjalankan tugas, pemimpin hanya memberikan arahan awal serta deadline waktu lalu karyawan bebas untuk mengerjakan kapan saja asalkan dapat selesai tepat waktu, dan juga kebebasan dalam berdiskusi dan mengutarakan pendapat, pemimpin sangat terbuka akan hal tersebut.

Selain itu dalam hal pemasaran, gaya kepemimpinan yang dianut adalah memberikan reward kepada karyawan yang berhasil membujuk klien untuk menggunakan jasa perusahaan.

#### 6. *Staff*

Pada awalnya perusahaan memiliki karyawan yang cukup banyak, namun setelah lama berjalan pemimpin menilai bahwa setengah dari karyawan saat itu tidak memiliki komitmen yang kuat dalam memajukan

bisnis ini, sehingga pemimpin memutuskan untuk merombak kembali susunan tim dengan mengeluarkan cukup banyak karyawan dan menyisakan karyawan yang dirasa berkompeten dan berkomitmen yang kuat. Namun kendalanya saat ini adalah perusahaan sedang kekurangan tim dan perlahan sedang menyeleksi beberapa kandidat untuk dibawa dalam tim perusahaan.

#### 7. Skill

Saat ini perusahaan memiliki karyawan yang mampu mengurus administrasi dan/atau legalitas, *digital marketing* dan/atau desain, *sales* dan/atau pemasaran. Saat ini karyawan yang ada dapat mewujudkan keinginan perusahaan, walaupun cepat atau lambat jika perusahaan ingin lebih maju tentunya akan membutuhkan orang yang lebih banyak atau memberikan pelatihan untuk meningkatkan skill karyawan yang ada.

### 3.4 Implementasi *Corporate Entrepreneurship*

Selama melakukan kegiatan praktik kerja magang di CV. Alam Mulia pada divisi *Marketing Communication* dengan tugas tugas yang diberikannya, penulis melihat terdapat beberapa kesesuaian antara tugas yang diberikan dengan dimensi dari *corporate Entrepreneurship* seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Beberapa dimensi *corporate* yang sesuai dengan perusahaan untuk menciptakan kegiatan entrepreneurial adalah diantaranya:

#### 1. *Autonomy*

Merujuk pada *McKinsey 7S Framework* yang telah dijabarkan di atas, dapat terlihat keselarasan antara Gaya Kepemimpinan yang dianut dengan sistem yang dijalankan perusahaan saat ini, dimana maka terwujudlah dimensi *Autonomy* ini yang terlihat ketika penulis diberikan tugas untuk mendesain konten instagram, video, maupun pamflet untuk keperluan publikasi pada *social media*. Sejalan dengan definisi *Autonomy* dalam dimensi *corporate entrepreneurship* yang telah dijelaskan sebelumnya, dimana penulis diberikan kebebasan menuangkan kreatifitasnya dalam mendesain suatu konten, dan pembimbing hanya memberikan arahan mengenai konsep awal dan tema yang digunakan.

Kebebasan berekspresi ini menunjukkan bahwa pemimpin memberikan kebebasan karyawannya untuk mengambil keputusan.

## 2. *Innovativeness*

Terdapat beberapa inovasi atau perubahan yang dilakukan oleh perusahaan untuk beradaptasi dan menjaga keberlangsungan bisnis saat ini, meliputi:

### a. Struktur

Terdapat perubahan struktur organisasi perusahaan begitupula dengan jumlah karyawannya. Sebelumnya perusahaan memiliki tim yang berjumlah 9 orang, karena dirasa tidak dapat memberikan performance yang optimal pada saat pelaksanaan acara pernikahan, akhirnya owner memutuskan untuk merombak kembali susunan tim dan struktur organisasi perusahaan seperti yang telah ditampilkan pada Gambar 2.1. Hal ini berarti mengeluarkan sebanyak 4 orang karyawan dan menyisakan sebanyak 5 orang anggota tim inti saja, dan jika perusahaan merasa kekurangan tim pada suatu project, owner lebih memilih untuk menggunakan jasa volunteer yang dikontrak hanya per project saja

### b. Profit Model

Untuk beradaptasi dengan lingkungan yang sulit saat ini, owner memutuskan untuk lebih fokus pada mencari klien sebanyak-banyaknya saja dan mengesampingkan keuntungan, sehingga yang terjadi adalah perusahaan mendapatkan keuntungan yang sangat minim untuk menjaga keberlangsungan bisnis saat ini.

### c. Produk

Untuk memudahkan pelanggan dan pihak *Wedding Organizer*, owner membuat sejumlah paket *wedding* yang dapat dipilih sesuai keinginan dan *budget* klien, tentunya harga yang ditetapkan sudah memperhitungkan budget masing-masing vendor serta keuntungan yang perusahaan peroleh yang sudah disesuaikan

d. Servis

Perusahaan Memberikan nuansa baru pernikahan dengan menggunakan *Smoke Machine* dan *Fire Machine* untuk memberikan *ambient* berbeda disaat acara pernikahan berlangsung, selain itu untuk mempermudah presentasi atau berdiskusi dengan klien perusahaan menggunakan 3D model gambaran dekorasi yang disajikan berupa gambar dan video.

**3. Proactiveness**

Melihat dari penjabaran *McKinsey 7S Framework* diatas, dalam skala Kabupaten Cianjur strategi yang dilakukan perusahaan dapat dikatakan tindakan Proaktif, karena menggunakan *Fire Machine* dan *Smoke Machine* serta 3D layout merupakan sesuatu yang baru yang belum digunakan kompetitor di daerah tersebut sehingga perusahaan dapat menjadi *Leader*/perusahaan pertama yang memakai fitur tersebut yang selanjutnya akan diikuti oleh kompetitor disekitarnya. Sedangkan untuk skala Jabodetabek, sudah ada beberapa kompetitor yang menggunakan fitur-fitur tersebut sehingga perusahaan tidak menjadi leader melainkan follower perusahaan kompetitor.

**4. Competitive Aggressiveness**

Dalam usaha perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu menjadi perusahaan *Wedding Organizer Trend Setter* di Cianjur jawabar, perusahaan lebih berinvestasi pada alat *Smoke Machine* dan *Fire Machine* untuk memberikan nuansa baru pernikahan, selain itu perusahaan juga mengeluarkan biaya lebih untuk memberikan beberapa karyawan pelatihan menggunakan aplikasi Sketchup agar dapat membuat 3D Layout yang nanti dapat di presentasikan kepada klien agar dapat memberikan penjelasan yang lebih real, dua hal ini merupakan inovasi baru yang belum dilakukan oleh kompetitor di wilayah Cianjur Jawabar. Yang kedua adalah mengenai strategi untuk menjemput konsumen yaitu perusahaan mengeluarkan biaya lebih untuk memberikan promo berhadiah peralatan rumah tangga untuk

klien yang memesan paket lengkap pernikahan, dimana hal ini tentunya juga diiringi dengan gaya kepemimpinan owner yang memberikan target kepada setiap karyawan untuk mendapatkan klien agar diberikan *reward* berupa insentif lebih daripada gaji pokoknya. Tindakan ini saya rasa sejalan dengan tujuan yang diinginkan perusahaan karena untuk mencapai tujuan tersebut perlu adanya dukungan dari pemimpin untuk memberi semangat kepada karyawannya dan biaya yang dikeluarkan untuk investasi pada peralatan serta training karyawan agar dapat mewujudkan standar layanan yang diinginkan. Ini menunjukkan adanya sifat agresif perusahaan dalam percobaan menjemput konsumen, perusahaan berusaha untuk mengungguli kompetitor dimana sebisa mungkin mencuri start untuk mendapatkan konsumen, yang mana sejalan dengan definisi *Competitive Aggressiveness* sebagaimana yang telah dijelaskan.

#### 5. *Risk Taking*

Merujuk pada *McKinsey 7S Framework* yang telah dijabarkan di atas, dapat terlihat pada point *Strategy* dan *Staff* yang menunjukkan bahwa perusahaan sedang mengambil resiko yang cukup besar untuk menarik perhatian konsumen, dimana pada strategi perusahaan yang berinvestasi pada alat *Smoke* dan *Fire Machine* yang mana harga mesin tersebut tidaklah murah, selain itu perusahaan juga menetapkan diskon dan *doorprize* yang cukup besar yang menyebabkan perusahaan hanya bisa menghasilkan margin pendapatan yang minim daripada kompetitornya yang berimbas pula pada gaji karyawan yang lebih kecil dari biasanya, Pada *project* terakhir yang saya ikuti bersama dengan tim, dikatakan bahwa mau tidak mau perusahaan harus mendapatkan keuntungan seminimal mungkin karena situasi yang sulit saat ini. Perusahaan saat ini hanya fokus untuk mendapatkan pelanggan dan berani menerima resiko keuntungan yang sedikit untuk tetap menjaga keberlangsungan bisnis ini.

Yang kedua pada pengurusan staff perusahaan merombak ulang seluruh karyawan dengan mengeluarkan sebagian karyawannya untuk

menghemat biaya dan menyeleksi yang tidak kompeten, ini menyebabkan perusahaan mengalami kekurangan anggota sehingga anggota yang ada saat ini memiliki ruang lingkup tanggungjawab tugas yang lebih banyak dari sebelumnya.

### 3.5 Kendala Yang Ditemukan

Selama menjalani masa praktik kerja magang di perusahaan ini, banyak sekali pengalaman baru di dunia kerja yang tidak penulis dapatkan di perkuliahan, pengalaman tersebut didapatkan dari kendala-kendala yang dialami perusahaan terutama dalam tugas *Marketing Communication* serta faktor Covid-19 yang melanda dunia saat ini. Kendala tersebut diharapkan dapat menjadi pengalaman yang tak terlupakan serta dapat menjadi antisipasi bagi perusahaan bilamana terulang lagi dikemudian hari. Berikut merupakan kendala yang penulis temukan selama berada di perusahaan, diantaranya:

1. Akun *social media* aktif, namun tidak mendatangkan konsumen.

Usaha membuat konten *social media* semenarik mungkin dengan preview foto-foto kegiatan pada acara sebelumnya dan menampilkan video ternyata dirasa kurang bisa efektif dalam usaha menarik konsumen lain, penggunaan hastag terkait juga sudah digunakan namun hasil yang didapatkan adalah akun *social media* perusahaan hanya bertambah followers namun tidak menambah klien yang memesan jasa perusahaan.

2. Komunikasi tidak terjalin baik ketika penyelenggaraan acara pernikahan.

Dikarenakan kurangnya persiapan tim dengan vendor terkait pada saat briefing menyebabkan banyaknya terjadi miss-komunikasi pada saat acara pernikahan berlangsung seperti diantaranya tim *wedding* yang tidak memanfaatkan dengan baik *tools WalkieTalkie* sehingga menyebabkan banyaknya tim yang berlalu lalang hanya untuk menyampaikan informasi. Yang kedua adalah kesalahan dengan pihak fotografer yang dimana menyebabkan banyak terjadi kebocoran terhadap hasil foto dan video pernikahan, kebocoran yang dimaksud adalah ketidaksengajaan tim yang

masuk frame foto sehingga mengganggu pemandangan. Yang ketiga adalah kurangnya koordinasi tim dengan pihak MC sehingga ditengah acara berlangsung, MC sedikit mengubah *rundown* acara yang telah disusun tim.

3. Sebagian karyawan tidak memiliki komitmen yang kuat dan memiliki prioritas lain diluar perusahaan

Kelalaian pada saat perekrutan menyebabkan beberapa karyawan yang ada ternyata memiliki urusan pribadi yang tidak bisa mereka tinggalkan dan dapat mengurangi *performance* perusahaan.

4. Pengurangan karyawan ternyata membuat perusahaan cukup kewalahan.

Dikarenakan keputusan pemimpin yang merombak dan memutuskan untuk memberhentikan karyawan yang tidak dapat memberikan *output performance* yang maksimal ternyata membuat seluruh tim yang tersisa cukup kewalahan karena sekarang mereka memiliki tanggungjawab tugas yang lebih banyak daripada sebelumnya, sehingga proses bisnis pada perusahaan saat ini berjalan lebih lambat daripada sebelumnya.

5. Lokasi kantor di Cipanas cukup jauh dijangkau masyarakat Kota Cianjur  
Kantor yang berlokasi di kecamatan Cipanas dirasa cukup jauh untuk bisa menjangkau target konsumen Kota Cianjur, jaraknya kurang lebih 30km atau sekitar 40 menit dari Kota Cianjur.

### **3.6 Solusi Untuk Masalah Yang Ditemukan**

Untuk menghindari kendala yang telah dialami, penulis telah memberikan saran untukantisipasi dan mengurangi resiko jika kendala tersebut terulang lagi di kemudian hari, diantaranya:

1. Menggunakan *Instagram Ads* untuk tujuan mencari konsumen.

Untuk mengatasi masalah konten *social media* yang tdk bisa mendatangkan konsumen baru, penulis menyarankan perusahaan untuk

beriklan melalui *instagram ads*, sebab dengan majunya perkembangan teknologi saat ini, pelaku usaha dapat melakukan iklan yang sudah otomatis tersampaikan langsung kepada target konsumen hanya dengan melalui internet, sehingga calon konsumen dapat langsung melihat iklan yang dikirimkan. Selain itu *instagram ads* juga dapat menyesuaikan *budget* yang dimiliki dalam melakukan iklan, sehingga perusahaan dapat menentukan sendiri seberapa banyak *budget* yang ingin dikeluarkan dalam beriklan.

Saran ini cukup dipertimbangkan perusahaan karena mengingat mereka membutuhkan klien yang berkelanjutan atau konstan maka perlu ada biaya yang dikeluarkan untuk beriklan.

2. Menjalin komunikasi yang lebih baik dan lebih sering terhadap semua pihak terkait.

Untuk mengatasi masalah miss-komunikasi yang terjadi pada proyek sebelumnya, penulis menyarankan kepada perusahaan agar sesering mungkin melakukan komunikasi dan koordinasi yang baik untuk menghindari terjadinya miss-komunikasi. Semakin sering perusahaan dalam berkomunikasi maka diharapkan terciptanya kekompakan dengan semua vendor sehingga perusahaan dapat menyajikan pelayanan yang memuaskan untuk kliennya, serta tak lupa untuk memberikan *job description* yang jelas untuk setiap anggota tim agar tim tidak lagi blank pada saat acara berlangsung.

Saran ini sangat diterima oleh perusahaan, karena demi bisa menyajikan pelayanan yang maksimal dan *professional* tentunya perlu adanya evaluasi pada setiap akhir proyek, namun mengingat keadaan saat ini cukup sulit dilalui sehingga perlu adanya *money management* yang baik terhadap biaya iklan yang dikeluarkan agar tidak berlebihan dan membuat perusahaan merugi.

3. Mengurangi jumlah karyawan secara bertahap.

Memilih dan menyeleksi terlebih dulu siapa saja karyawan yang tidak dapat memenuhi keinginan perusahaan dan menggunakan maksimal tiga kali surat peringatan sebelum dikeluarkan agar perusahaan tidak secara gegabah langsung mengeluarkan karyawan yang sebenarnya perusahaan butuhkan.

Saran ini dipertimbangkan oleh perusahaan karena mengingat bahwa perusahaan harus bisa fleksibel atau gesit dalam melakukan pivot bisnis ketika terjadi ketidaksesuaian dengan tujuan, maka perusahaan harus dengan cepat mengambil tindakan untuk menghindari lama nya proses perubahan struktur dan jumlah karyawannya.

4. Perlahan mencari kembali karyawan yang diseleksi dengan baik sesuai kebutuhan perusahaan.

Untuk menghindari terjadinya ketidakpuasan perusahaan dengan karyawan lagi, saya menyarankan agar perusahaan mengidentifikasi terlebih dulu bagian apa yang sedang dibutuhkan perusahaan dan menyeleksi karyawan dengan baik, benar, dan tidak terburu buru sehingga karyawan yang terpilih adalah yang paling kompeten.

Saran ini sangat diterima perusahaan sehingga sampai saat ini mereka terus menyeleksi dengan seksama setiap calon karyawan yang ingin bekerja pada perusahaan ini.

5. Mencari kembali kantor/ruko yang berlokasi lebih dekat dengan Kota Cianjur.

Saran ini cukup dipertimbangkan oleh perusahaan karena mengingat bahwa investasi mereka terhadap gedung adalah hal yang tidak murah, namun perusahaan sudah mulai *survey*/mencari tempat baru yang lebih dekat dengan Cianjur meskipun tidak dalam waktu dekat ini akan berpindah lokasi.