

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis ditempatkan di departemen business development, khususnya dalam tim yang bertanggung jawab atas analisis data dan pengembangan strategi promosi. Selama magang, peserta magang akan berkoordinasi dengan tim pemasaran, tim penjualan, dan mungkin juga tim analisis data untuk mendukung pemahaman yang komprehensif tentang pasar dan persaingan. Supervisor penulis adalah Endah Tri yang berada di posisi GM *Digital and Business Development*.

Penulis ditempatkan di divisi Business Development berdasarkan kombinasi keahlian dan minat yang teridentifikasi selama proses seleksi. Sebagai mahasiswa fakultas bisnis, penulis telah mengembangkan pemahaman mendalam tentang aspek-aspek strategis dalam bisnis, termasuk analisis pasar, pengembangan produk, dan strategi pemasaran. Keinginan penulis untuk terlibat dalam proses pengembangan bisnis dan meningkatkan kinerja perusahaan membuat penulis cocok dengan peran di divisi Business Development.

Tugas utama dalam divisi Business Development melibatkan identifikasi peluang pertumbuhan, pengembangan strategi bisnis, dan implementasi inisiatif-inisiatif baru untuk meningkatkan performa perusahaan. Dalam konteks Holywings, tugas tersebut dapat mencakup peningkatan visibilitas merek, perluasan jangkauan

pasar, dan kolaborasi dengan mitra bisnis potensial. Sebagai bagian dari tim Business Development, penulis diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi-strategi tersebut.

Koordinasi di divisi Business Development menjadi krusial untuk memastikan semua elemen strategis berjalan sejalan. Ini melibatkan kolaborasi erat dengan berbagai departemen seperti pemasaran, keuangan, dan operasional. Penulis diharapkan dapat mengelola informasi, mengidentifikasi sinergi antardepartemen, dan memastikan bahwa rencana pengembangan bisnis terintegrasi dengan baik dalam seluruh organisasi. Dengan keterampilan komunikasi dan analitis yang penulis miliki, penulis bertekad untuk mendukung koordinasi ini guna mencapai tujuan strategis Holywings secara efektif.

Kondisi di Holywings sebelum dilakukannya implementasi strategi pemasaran adalah menggunakan KPI sebagai berikut:

No.	KPI	Target	Realisasi
1	Jumlah pelanggan	Meningkat 10%	Belum ada peningkatan
2	Omzet	Meningkat 10%	Belum ada peningkatan
3	Retensi karyawan	Meningkat 10%	Belum ada peningkatan
4	Rasio kepuasan pelanggan	Meningkat 10%	Belum ada peningkatan
5	Efisiensi transaksi	Meningkat 10%	Belum ada peningkatan

3.2. Tugas Kerja Magang

Sebagai peserta magang, penulis diharapkan untuk menyusun laporan mengenai analisis kompetitor, termasuk rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas promosi berdasarkan pemahaman perilaku pelanggan. Laporan juga harus mencakup evaluasi keadaan barang-barang di outlet dan memberikan saran terkait keperluan operasional. Sebagai bagian dari tugas kerja, penulis diharapkan untuk berkontribusi pada pengembangan strategi pemasaran dan penjualan perusahaan. Magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis dalam analisis pasar dan membekali peserta magang dengan keterampilan yang relevan di industri pemasaran.

Tugas kerja magang yang dilakukan penulis secara rinci adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Task Description

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
1	Membahas Apps HWG dan Peningkatan Member Aktif	Supervisor (Endah Tri)	Mengidentifikasi strategi dan langkah-langkah untuk meningkatkan jumlah pengunduhan aplikasi HWG dan mendorong keaktifan anggota, berkontribusi pada pertumbuhan basis pelanggan.
2	Keliling Outlet di Tangerang untuk Pengecekan Fasilitas	Supervisor (Endah Tri)	Menilai kondisi dan memetakan fasilitas outlet Holywings di Tangerang, mengidentifikasi fasilitas

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			yang tidak berfungsi, dan memberikan rekomendasi perbaikan.
3	Penarikan dan Update Data Sales Performance	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan dan memperbarui data penjualan dari Holywings POS ke format Excel, memastikan ketersediaan informasi terkini untuk analisis dan pelaporan.
4	Daily Task dan Penerimaan Request Data	Supervisor (Endah Tri)	Menyelesaikan tugas harian di kantor, termasuk menerima permintaan data dari tim event untuk penjualan anggur anak muda, serta memberikan dukungan dalam pengolahan data.
5	Menarik Data Sales Performance All Outlet	Supervisor (Endah Tri)	Mengumpulkan data penjualan dari Holywings POS untuk semua outlet, memberikan pandangan holistik tentang kinerja penjualan, dan mendukung keputusan strategis.
6	Menarik Data Penjualan 10 Produk Top Selling	Supervisor (Endah Tri)	Mengidentifikasi produk-produk terlaris dari masing-masing kota, menyajikan informasi ini dalam format

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			Excel untuk kemudahan evaluasi oleh pihak manajemen.
7	Checking Kompetitor Pik, Medan, Batam, BSD, dan Jakpus	Supervisor (Endah Tri)	Menganalisis promosi yang dilakukan oleh kompetitor di berbagai lokasi, memahami tren pasar, dan menyusun laporan tentang strategi kompetitor.
9	Checking Kompetitor Dragon dan Mendata Promo/Event	Supervisor (Endah Tri)	Memantau kegiatan promosi dan event yang dilakukan oleh kompetitor Dragon, memberikan wawasan tentang strategi mereka untuk perbandingan dan perencanaan.
10	Melakukan Penarikan Data Sales dan Performance dan Checking Kompetitor Tiger	Supervisor (Endah Tri)	Menggali data penjualan dari Holywings POS untuk semua outlet, serta memeriksa produk, promo, dan event yang dijalankan oleh kompetitor Tiger di wilayah Jabodetabek.
11	Training Induction Program bagi Karyawan Intern di HWGroup	Supervisor (Endah Tri)	Mengenalkan budaya perusahaan, aturan, dan ketentuan umum perusahaan kepada karyawan intern yang bergabung, membantu adaptasi

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			dengan lingkungan kantor.
12	Menerima Penjelasan dan Senior mengenai Project yang Akan Datang	Supervisor (Endah Tri)	Memahami proyek-proyek yang akan dijalankan di masa mendatang melalui penjelasan dari rekan senior, untuk persiapan dan pemahaman yang lebih baik.
13	Ikut Serta dalam Meeting yang Membahas Ads yang Sedang berjalan	Supervisor (Endah Tri)	Terlibat dalam pertemuan untuk membahas iklan yang sedang berjalan, membandingkan preferensi audiens antara foto dan video, serta menetapkan event menarik untuk dimasukkan ke dalam meta ads.
14	Pemberian Materi tentang Digital Marketing dan Bisnis Development dalam Mengerjakan Meta Ads	Supervisor (Endah Tri)	Menerima penjelasan dan materi mengenai digital marketing dan pengembangan bisnis untuk mendukung pekerjaan dalam membuat meta ads dan mengamati chart pada setiap produk dari HW Group.
15	Mencatat Event Besar untuk Bulan Depan	Supervisor (Endah Tri)	Menyusun daftar event besar untuk bulan depan dan memberikan masukan

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
	dan Memberi Masukan/Ide		dan ide tentang bagaimana semua pelanggan bisa mendownload aplikasi dari HWG.
16	Briefing Pagi	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim, serta mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan hari itu.
17	Follow-up Event yang Sedang Berjalan	Supervisor (Endah Tri)	Melakukan pemantauan dan tindak lanjut terhadap event yang sedang berlangsung, memastikan segala sesuatunya berjalan dengan lancar.
18	Update Data Bulan Juli di Meta Ads Tiger	Supervisor (Endah Tri)	Memperbarui data bulan Juli dalam platform meta ads Tiger, memastikan informasi yang disajikan akurat dan terkini.
19	Update Google Spreadsheet mengenai Event yang sedang berjalan dan Sudah Terisi Berapa Sofa	Supervisor (Endah Tri)	Menyusun dan memperbarui spreadsheet Google mengenai event yang sedang berlangsung, mencatat jumlah sofa yang sudah terisi, dan memastikan ketersediaan tempat duduk.

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
20	Follow-up Sosmed	Supervisor (Endah Tri)	Melakukan tindak lanjut terhadap aktivitas sosial media, memastikan respon yang tepat terhadap komentar atau pertanyaan pelanggan.
21	Visit ke Outlet (Helens Gading Serpong)	Supervisor (Endah Tri)	Mengunjungi outlet Helens di Gading Serpong untuk evaluasi langsung terhadap operasional dan kondisi outlet.
22	Update Meta Ads Report di Bulan Juli (Dragon)	Supervisor (Endah Tri)	Memperbarui laporan meta ads untuk outlet Dragon pada bulan Juli, memastikan data terkini dan menyajikannya dengan cara yang jelas.
23	Briefing Pagi	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan informasi terbaru dan arahan pagi dari tim, serta mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan hari itu.
24	Update Meta Ads dan Report di Bulan Juli (W Superclub The H SCBD)	Supervisor (Endah Tri)	Memperbarui laporan meta ads dan report untuk outlet W Superclub dan The H SCBD pada bulan Juli, memastikan data terkini dan relevan.

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
25	Briefing Pagi	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan informasi terbaru dan arahan pagi dari tim, serta mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan hari itu.
26	Update Meta Ads dan Report di Bulan Juli (HWG Event)	Supervisor (Endah Tri)	Memperbarui laporan meta ads dan report untuk event HWG pada bulan Juli, memastikan data terkini dan relevan.
27	Briefing Pagi	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan informasi terbaru dan arahan pagi dari tim, serta mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan hari itu.
28	Update Meta Ads dan Report di Bulan Juli (Helens)	Supervisor (Endah Tri)	Memperbarui laporan meta ads dan report untuk outlet Helens pada bulan Juli, memastikan data terkini dan relevan.
29	Update Event	Supervisor (Endah Tri)	Melakukan pembaruan terhadap event yang sedang berlangsung, mencatat perkembangan dan mengatasi potensi masalah yang muncul.

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
30	Update Meta Ads Report di Bulan Juli (Dragon)	Supervisor (Endah Tri)	Memperbarui laporan meta ads untuk outlet Dragon pada bulan Juli, memastikan data terkini dan menyajikannya dengan cara yang jelas.
31	Briefing Pagi	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan informasi terbaru dan arahan pagi dari tim, serta mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan hari itu.
32	Record Meta Ads Phoenix dan Rocca	Supervisor (Endah Tri)	Merekam data dan informasi terkait meta ads untuk outlet Phoenix dan Rocca, memastikan kelengkapan dan keterbacaan dokumen.
33	Mempelajari Report Campaign Meta Ads dan Chart hingga Purchase yang Dihasilkan	Supervisor (Endah Tri)	Memahami dan mempelajari laporan kampanye meta ads, termasuk analisis chart hingga pembelian yang dihasilkan dari kampanye tersebut.
34	Update Event yang Sedang Berjalan	Supervisor (Endah Tri)	Memastikan pembaruan terhadap event yang sedang berlangsung, mencatat perkembangan dan

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			mengatasi potensi masalah yang muncul.
35	Ikut dalam Meeting yang Dipresentasikan Senior	Supervisor (Endah Tri)	Mengikuti dan berpartisipasi dalam pertemuan yang dipresentasikan oleh senior, membahas tentang Atlas the biggest beach club in Bali.
36	Membahas Direction untuk Apps dan Membentuk Program Scheme	Supervisor (Endah Tri)	Memberikan masukan dan merumuskan arah pengembangan aplikasi, serta membentuk program skema yang dapat meningkatkan aktivitas pembelian dan keaktifan pengguna.
37	Memberi Masukan untuk Apps	Supervisor (Endah Tri)	Memberikan masukan dan saran terkait pengembangan aplikasi, fokus pada tujuan untuk meningkatkan Monthly Active Users, frekuensi pembelian, dan jumlah pengguna baru.
38	Menyusun Program-program untuk Mencapai Objective	Supervisor (Endah Tri)	Merancang program-program yang dapat diarahkan untuk memenuhi beberapa tujuan, seperti peningkatan

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			Monthly Active Users, frekuensi pembelian, dan pengguna baru.
39	Meningkatkan Monthly Active User	Supervisor (Endah Tri)	Menetapkan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna aktif bulanan pada aplikasi HWG.
40	Meningkatkan Frequency Pembelian	Supervisor (Endah Tri)	Menetapkan tujuan untuk meningkatkan frekuensi pembelian produk melalui aplikasi HWG.
41	New Downloader	Supervisor (Endah Tri)	Menetapkan tujuan untuk mendapatkan pengguna baru yang mendownload aplikasi HWG.
42	Objective Melakukan Partnership untuk Memperluas Database	Supervisor (Endah Tri)	Menetapkan tujuan ekstra untuk melakukan kemitraan dengan entitas lain untuk memperluas basis data, dengan harapan dapat mengonversi mereka menjadi pelanggan HWG.
43	Update Event yang Sedang Berjalan	Supervisor (Endah Tri)	Memastikan pembaruan terhadap event yang sedang berlangsung, mencatat perkembangan dan mengatasi potensi masalah yang

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			muncul.
44	Visit ke Kompetitor untuk Melihat Produk Top Selling Mereka	Supervisor (Endah Tri)	Mengunjungi kompetitor untuk mengamati produk-produk terlaris mereka, segmentasi pasar, tren, dan promosi yang efektif.
45	Membahas Coffee sebagai Produk Baru di HWG Group	Supervisor (Endah Tri)	Memulai pembahasan tentang produk kopi (Coffee) yang akan ditambahkan ke dalam portofolio HWG Group, termasuk menilai harga dan prospek dari lokasi baru yang akan dijual.
46	Ikut Serta dalam Membahas Konsep HWCoffee	Supervisor (Endah Tri)	Terlibat dalam diskusi mengenai konsep HWCoffee, mencatat kompetitor coffe shop besar di Kelapa Gading, mencakup harga, segmen pasar, produk unggulan, dan promosi.
47	Briefing Pagi	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan informasi terbaru dan arahan pagi dari tim, serta mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan hari itu.
48	Cek Kompetitor	Supervisor	Memeriksa kompetitor di daerah

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
	Bottle di Daerah Gading Serpong	(Endah Tri)	Gading Serpong, melihat segmentasi pasar, produk yang menjadi fast-moving, dan membuat perbandingan harga dengan kunjungan sebelumnya.
49	Membuat Perbandingan Harga dengan Kompetitor yang Dikunjungi Sebelumnya	Supervisor (Endah Tri)	Menganalisis dan membuat perbandingan harga produk dengan kompetitor yang telah dikunjungi sebelumnya, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan.
50	Briefing Pagi	Supervisor (Endah Tri)	Mendapatkan informasi terbaru dan arahan pagi dari tim, serta mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan hari itu.
51	Ikut Serta dalam Meeting Produk Dart HWG	Supervisor (Endah Tri)	Terlibat dalam pertemuan yang membahas produk Dart HWG, dengan fokus untuk memahami sentang H dan mengambil tanggung jawab pada proyek HEM.
52	Visit to Helens	Supervisor (Endah Tri)	Mengunjungi outlet Helens untuk melihat pembangunan yang sedang

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			berlangsung dan melakukan pertemuan dengan supplier.
53	Melihat Pembangunan yang Sedang Berjalan dan Meeting dengan Supplier	Supervisor (Endah Tri)	Menyaksikan dan memahami tahap pembangunan yang sedang berlangsung, serta melakukan pertemuan dengan supplier dan pihak terkait.
54	Visit to Helens Day 2	Supervisor (Endah Tri)	Mengunjungi outlet Helens untuk kedua kalinya, melihat pembangunan yang berlanjut dan melakukan pertemuan dengan supplier dari Orang Tua group dan Sababay.
55	Melihat Pembangunan yang Sedang Berjalan, Meeting bersama Supplier Orang Tua Group dan Sababay	Supervisor (Endah Tri)	Mengawasi proyek pembangunan yang sedang berlangsung, berpartisipasi dalam pertemuan dengan pemasok untuk memastikan keselarasan dengan standar kualitas, waktu, dan anggaran yang ditetapkan.
56	Ikut Serta dalam Meeting yang	Supervisor (Endah Tri)	Memahami dan membahas rencana produk HM HWG, diberikan tanggung

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
	Membahas Produk HM HWG, Diberikan Tanggung Jawab untuk Mengerjakan Project HM		jawab untuk mengelola proyek HM, termasuk perencanaan dan pelaksanaan Neon Box yang sesuai dengan merek dan kebutuhan perusahaan.
57	Mengukur Ukuran Bangunan dari Design	Supervisor (Endah Tri)	Mengambil langkah-langkah untuk mengukur dimensi bangunan sesuai dengan desain yang telah disetujui, memastikan akurasi dan konsistensi dalam pelaksanaan proyek.
58	Menghitung Budget untuk Mengatur Borongan Kerja dari Tukang dengan Harga yang Sudah Diperhitungkan	Supervisor (Endah Tri)	Menentukan kebutuhan anggaran untuk pekerjaan konstruksi dan mengatur kesepakatan dengan kontraktor dan tukang, memastikan kesesuaian dengan rencana dan meminimalkan risiko biaya yang tidak terduga.
59	Mencari Design Gambar Lemam untuk HEM (Bottleshop),	Supervisor (Endah Tri)	Mencari desain gambar yang sesuai untuk Bottleshop HEM, menentukan elemen-elemen visual dan

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
	Menentukan Costum Gambarnya, Deal dengan Design Laman		menegosiasikan kesepakatan dengan desainer grafis untuk mencapai hasil yang memenuhi standar perusahaan.
60	Memulai Semua Plan, Deal dengan Vendor, Deal dengan Supplier Leman, dan Memulai Semua Pekerjaan	Supervisor (Endah Tri)	Memulai implementasi semua rencana, mengatur hubungan dengan pemasok dan vendor, dan memulai semua pekerjaan yang diperlukan, memastikan proyek berjalan sesuai dengan jadwal dan spesifikasi yang telah ditentukan.
61	Menentukan Design Plan Neon Box dengan Font yang Pas, Ukuran yang Sesuai, hingga Peletakan Barang-barangnya	Supervisor (Endah Tri)	Menetapkan desain final untuk Neon Box, memilih font dan ukuran yang sesuai dengan merek, serta merencanakan penempatan barang-barang dengan cermat, untuk mencapai hasil yang estetik dan fungsional.
62	Mencoba Mempelajari Data	Supervisor (Endah Tri)	Meningkatkan pemahaman tentang analisis data, membaca grafik, dan

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
	<p>Analisis, Membaca Grafik, dan Belajar Rumus Index Maton</p>		<p>memahami rumus indeks maton sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan analitis dan pemahaman terhadap kinerja bisnis.</p>
63	<p>Menarik Data Weekly Omzet untuk Daerah Jabodetabek</p>	<p>Supervisor (Endah Tri)</p>	<p>Mengambil tanggung jawab untuk menarik data omzet mingguan di wilayah Jabodetabek, memahami kinerja penjualan secara terperinci untuk mendukung analisis dan pengambilan keputusan.</p>
64	<p>Membuat Canva dan Membuat Occupancy dan Sales Performance Sofa atau Table yang Sering di Duduki Customer</p>	<p>Supervisor (Endah Tri)</p>	<p>Membuat presentasi visual menggunakan Canva, fokus pada tingkat okupansi dan kinerja penjualan sofa atau meja yang sering digunakan oleh pelanggan, untuk memahami preferensi dan tren konsumen.</p>
65	<p>Membuat Sales per Month Data HVI Dragon</p>	<p>Supervisor (Endah Tri)</p>	<p>Mengumpulkan dan menyusun data penjualan bulanan untuk HVI Dragon, memastikan data terstruktur dan siap</p>

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			digunakan untuk analisis kinerja dan perencanaan strategi penjualan ke depan.
66	Mendapat Request Data dari Tim Promo dan Sponsorship untuk Menarik Data Penjualan dan Promo yang Sudah Berjalan	Supervisor (Endah Tri)	Menyediakan data yang diminta oleh tim promosi dan sponsorship, termasuk data penjualan dan informasi promo yang telah berlangsung selama bulan September, untuk mendukung evaluasi dan perencanaan kampanye selanjutnya.
67	Data Request, Data Penjualan Djarum tanggal 01 Oktober	Supervisor (Endah Tri)	Memenuhi permintaan data, khususnya data penjualan produk Djarum pada tanggal 1 Oktober, memberikan informasi terkini tentang performa penjualan dan memastikan ketersediaan data yang diperlukan.
68	Data Request dari Promo Team	Supervisor (Endah Tri)	Memberikan data yang diminta oleh tim promosi, mendukung perencanaan dan evaluasi kampanye promo, memastikan ketersediaan informasi

No.	Task Description	Koordinasi	Tujuan
			yang akurat dan relevan.

3.3. Uraian Pekerjaan Magang

Sebagai peserta magang, tugas utama penulis adalah fokus pada dua fase utama selama periode magang. Pada bulan pertama, pekerjaan berfokus pada pemahaman dan pengerjaan dengan platform Meta. Ini mencakup pembelajaran mendalam tentang fungsionalitas dan penggunaan platform tersebut untuk analisis data pemasaran. Sementara itu, pada bulan ke-2 dan ke-3, fokus bergeser ke kegiatan lapangan, seperti menarik data, melakukan kunjungan ke outlet dan pesaing untuk memahami dinamika pasar secara langsung. Tugas harian melibatkan analisis kompetitor, evaluasi efektivitas promosi, pemantauan perilaku pelanggan, dan pengecekan kondisi barang-barang di outlet. Magang ini menawarkan serangkaian tugas yang beragam dan menantang, memungkinkan penulis untuk terlibat secara langsung dalam strategi pengembangan bisnis Holywings.

1. Membahas Apps HWG dan Peningkatan Member Aktif

Sebagai peserta magang, penulis bekerja sama dengan tim untuk mengidentifikasi strategi peningkatan pengunduhan aplikasi HWG. Penulis mengikuti rapat yang merumuskan langkah-langkah konkret yang dapat meningkatkan keaktifan anggota, dengan fokus pada pertumbuhan basis pelanggan. Penulis ikut dengan tim

pengembangan untuk mengimplementasikan perubahan yang dibutuhkan.



Gambar 4.1. Meeting

2. Keliling Outlet di Tangerang untuk Pengecekan Fasilitas

Penulis melakukan kunjungan langsung ke outlet Holywings di Tangerang untuk mengevaluasi kondisi dan memetakan fasilitas. Setelah pemetaan, penulis menyusun laporan yang mencakup fasilitas yang tidak berfungsi.



Gambar 4.2. Melakukan Pembahasan Mengenai Apps HWG dan Peningkatan
Member Aktif

3. Penarikan dan Update Data Sales Performance

Sebagai bagian dari tugas harian, penulis menarik data penjualan dari sistem POS Holywings ke format Excel. Penulis memastikan data terkini dan akurat untuk memudahkan analisis dan pelaporan. Selain itu, penulis berperan dalam memberikan informasi yang diminta oleh tim event untuk penjualan anggur anak muda. Daily tasks mencakup penarikan data penjualan, pemenuhan request data dari tim event, dan pemantauan performa penjualan anggur untuk segmen anak muda. Tugas ini melibatkan penerapan keterampilan analisis data dan keakuratan dalam melaporkan hasil.



Gambar 4.3. Pemantauan Performa Penjualan Anggur di Golden Dragon dan Cow

4. Daily Task dan Penerimaan Request Data

Setiap hari, penulis menyelesaikan tugas harian di kantor, termasuk menerima permintaan data dari tim event. Penulis juga ikut berpartisipasi dalam pengolahan data, memastikan bahwa permintaan diterima dan dipenuhi dengan cepat. Penulis juga berpartisipasi dalam briefing pagi dan ikut serta dalam meeting membahas berbagai aspek bisnis Holywings, mulai dari event yang sedang berjalan hingga strategi iklan dan pengembangan bisnis digital. Penulis juga memiliki kesempatan

untuk memberikan masukan dan ide dalam merencanakan event dan kampanye iklan.

No	NAMA EVENT	LOKASI	TANGGAL	LINK	Harga	Temurah	Full / Belum
W SUPERCLUB							
1	Disk & Sabana Baru	W Club	May 15-16/23	https://www.instagram.com/wclubofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	4.200.000	0%	Belum
2	Barang-barang	W Club	May 21-22/23	https://www.instagram.com/wclubofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	3.000.000	0%	Belum
3	Inclusive	W Sky	May 13-16/23	https://www.instagram.com/wclubofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	4.375.000	0%	Belum
4	Barang-barang	W Club	May 21-22/23	https://www.instagram.com/wclubofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	3.000.000	0%	Belum
TIGER CLUB							
1	Di Akhir pekan	Tiger Beach	May 15-16/23	https://www.instagram.com/tigerclubofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
2	Di Akhir pekan	Tiger Beach	May 15-16/23	https://www.instagram.com/tigerclubofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	750.000	0%	Belum
3	Di Akhir pekan	Tiger Beach	May 20-21/23	https://www.instagram.com/tigerclubofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
GOLD DARGON							
1	Barang-barang	Dragon Beach	May 15-16/23	https://www.instagram.com/dragonbeachofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
2	Di Akhir pekan	Dragon Beach	May 15-16/23	https://www.instagram.com/dragonbeachofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
3	Di Akhir pekan	Dragon Beach	May 20-21/23	https://www.instagram.com/dragonbeachofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
HELENS							
1	Barang-barang	Helens Beach	May 15-16/23	https://www.instagram.com/helensbeachofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
2	Barang-barang	Helens Beach	May 20-21/23	https://www.instagram.com/helensbeachofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
THE H SCBD							
1	Di Akhir pekan	H SCBD	May 15-16/23	https://www.instagram.com/hscbdofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	1.000.000	0%	Belum
2	Inclusive	H SCBD	May 15-16/23	https://www.instagram.com/hscbdofficial/?hl=id&utm_source=ig_embed&utm_campaign=ig_story	10.000.000	0%	Belum

Gambar 4.4. Event yang ada di Holywings

5. Menarik Data Sales Performance All Outlet

Penulis diberi tugas untuk mengumpulkan data penjualan dari seluruh outlet Holywings menggunakan sistem POS. Data ini memberikan pandangan holistik tentang kinerja penjualan dan digunakan untuk mendukung keputusan strategis oleh manajemen.

6. Menarik Data Penjualan 10 Produk Top Selling

Penulis melakukan identifikasi terhadap produk-produk terlaris dari masing-masing kota, kemudian menyusun data ini dalam format Excel. Informasi ini memudahkan evaluasi oleh pihak manajemen untuk membuat keputusan yang lebih informasional.

7. Checking Kompetitor Pik, Medan, Batam, BSD, dan Jakpus

Penulis melakukan analisis kompetitor di berbagai lokasi, terfokus pada Pik, Medan, Batam, BSD, dan Jakpus. Penulis menyusun laporan yang mendetail tentang

strategi promosi yang dilakukan oleh kompetitor, tren pasar yang teridentifikasi, dan memberikan saran perbaikan.

8. Checking Kompetitor Dragon dan Mendata Promo/Event

Penulis secara aktif memantau kegiatan promosi dan event yang dilakukan oleh kompetitor Dragon. Penulis memberikan wawasan tentang strategi mereka, mencatat jenis promosi yang efektif, dan menyusun laporan untuk perbandingan dan perencanaan di Holywings Group.

9. Melakukan Penarikan Data Sales Performance dan Checking Kompetitor Tiger

Penulis diberikan tugas untuk menggali data penjualan dari Holywings POS untuk semua outlet. Penulis juga memeriksa produk, promo, dan event yang dijalankan oleh kompetitor Tiger di wilayah Jabodetabek untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang persaingan pasar.

10. Training Induction Program bagi Karyawan Intern di HWGroup

Penulis mengikuti program induksi yang mencakup pengenalan budaya perusahaan, aturan, dan ketentuan umum perusahaan untuk membantu integrasi dan adaptasi mereka dalam lingkungan kantor.

11. Menerima Penjelasan dan Kaka Senior mengenai Project yang Akan Datang

Penulis berpartisipasi dalam sesi penjelasan dari rekan senior mengenai proyek-proyek yang akan dijalankan di masa mendatang. Penulis memastikan pemahaman yang baik dan mempersiapkan diri untuk mendukung pelaksanaan proyek.

12. Menerima Penjelasan dari Senior mengenai Project yang Akan Datang

Penulis aktif terlibat dalam sesi penjelasan dari rekan senior mengenai proyek-proyek mendatang. Penulis secara cermat mencatat setiap detail proyek dan bertanya pertanyaan yang relevan untuk memastikan pemahaman yang mendalam. Ini membantu penulis mempersiapkan diri dengan baik dan memahami peran serta tanggung jawab yang diharapkan dari supervisor kepada penulis

13. Ikut Serta dalam Meeting yang Membahas Ads yang Sedang Berjalan

Penulis terlibat dalam pertemuan yang membahas kampanye iklan yang sedang berjalan. Penulis aktif berpartisipasi dalam diskusi, memberikan masukan tentang preferensi audiens terhadap foto dan video, dan menyusun daftar event menarik untuk dimasukkan ke dalam meta ads. Kontribusi penulis membantu meningkatkan daya tarik kampanye.

14. Pemberian Materi tentang Digital Marketing dan Bisnis Development dalam Mengerjakan Meta Ads

Penulis menerima penjelasan dan materi tentang digital marketing dan pengembangan bisnis. Penulis menggunakan pengetahuan ini untuk mendukung pekerjaan dalam membuat meta ads. Penulis juga secara aktif mengamati kinerja setiap produk dari HW Group, membantu memastikan efektivitas kampanye.

15. Mencatata Event Besar untuk Bulan Depan dan Memberi Masukan/Ide

Penulis menyusun daftar event besar untuk bulan depan, mengidentifikasi potensi dampak positif pada pertumbuhan bisnis. Penulis memberikan masukan dan

ide tentang bagaimana semua pelanggan dapat didorong untuk mengunduh aplikasi dari HWG melalui partisipasi dalam event tersebut.

16. Briefing Pagi

Sebagai bagian dari rutinitas harian, penulis menghadiri briefing pagi untuk mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim. Penulis menyusun catatan penting dan mempersiapkan diri untuk menyelesaikan tugas dan kegiatan hari itu.

17. Follow-up Event yang Sedang Berjalan

Setelah melibatkan diri dalam pelaksanaan event, penulis melakukan follow-up. Penulis memastikan segala sesuatu berjalan dengan lancar dan menangani potensi masalah yang muncul dengan cepat dan efektif.

TIGER	BAKZING	17 Jul 2022	Audience 1 NIGHTLIFE Audience 2 - 25-34	FB		<p>Unleash Your Tiger!</p> <p>Beats are still in opening from Friday evening on 7 Jul 2022 @ 9pm onwards</p> <p>Counting the days to witness the unforgettable night at Tiger Nightlife</p> <p>#TigerNightlife #Tiger #Beats #Nightlife</p>	
FIN	BAKZING	6 Jul 2022	The ad was considered irrelevant and will be rolled back. Please check Insights page to see the impact.	FB		<p>This ad was considered irrelevant and will be rolled back. Check your Insights page to see the impact.</p>	
HEAVEN 2	BAKZING	6 Jul 2022	Audience 1 NIGHTLIFE	FB		<p>Beats are still in opening from Friday evening with some American acts @ 9pm onwards</p> <p>#TigerNightlife #Tiger #Beats #Nightlife</p>	
ARI	BAKZING	4 Jul 2022	Audience 1 Music Party Audience 2 - 18-24	FB		<p>Get ready for an amazing night at Tiger Tech-Blending Public with Club Tech</p> <p>Make your intention to see you on our dance floor!</p> <p>#TigerNightlife #Tiger #Beats #Nightlife</p>	
			Audience:			<p>Let's celebrate Tiffany's Birthday celebration together with @tiffanys, @tiffanys, and @tiffanys</p> <p>#TigerNightlife #Tiger #Beats #Nightlife</p>	

Gambar 4.5. Follow-up Event yang Sedang Berjalan

18. Update Data Bulan Juli di Meta Ads Tiger

Penulis memperbarui data bulan Juli dalam platform meta ads Tiger. Penulis memastikan informasi yang disajikan akurat dan terkini, memungkinkan tim untuk melakukan analisis yang lebih mendalam terkait performa iklan.

19. Update Google Spreadsheet mengenai Event yang sedang berjalan dan Sudah Terisi Berapa Sofa

Penulis menyusun dan memperbarui spreadsheet Google mengenai event yang sedang berlangsung. Penulis mencatat jumlah sofa yang sudah terisi, memberikan

gambaran real-time tentang okupansi, dan memastikan ketersediaan tempat duduk.

20. Follow-up Sosmed

Penulis bertanggung jawab untuk melakukan tindak lanjut terhadap aktivitas sosial media. Penulis memastikan respon yang tepat terhadap komentar atau pertanyaan pelanggan, menjaga citra positif brand, dan memastikan keterlibatan yang optimal di platform tersebut.

21. Visit ke Outlet (Helens Gading Serpong)

Penulis melakukan kunjungan ke outlet Helens di Gading Serpong untuk evaluasi langsung terhadap operasional dan kondisi outlet. Penulis membuat laporan yang mencakup temuan, rekomendasi peletakkan barang barang baru yang masuk ke outlet, melakukan perbaikan seperti tata letak tempat yang ada didalam outlet, sehingga potensi peluang pengembangan. ini melibatkan pengecekan fasilitas yang masih layak pakai maupun tidak layak pakai dan memastikan bahwa semua outlet beroperasi sesuai standar perusahaan.



Gambar 4.6. Visit Outlet The H SCBD

22. Update Meta Ads Report di Bulan Juli (Dragon)

Penulis memperbarui laporan meta ads untuk outlet Dragon pada bulan Juli. Penulis memastikan data terkini dan menyajikannya dengan cara yang jelas, memfasilitasi pemahaman yang lebih baik terkait efektivitas kampanye iklan.

23. Briefing Pagi

Penulis secara rutin menghadiri briefing pagi untuk mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim. Penulis menyusun catatan penting dan mempersiapkan diri untuk tugas dan kegiatan harian.

24. Update Meta Ads dan Report di Bulan Juli (W Superclub The H SCBD)

Penulis memperbarui laporan meta ads dan report untuk outlet W Superclub

dan The H SCBD pada bulan Juli. Penulis memastikan data terkini dan relevan, mendukung tim pemasaran dalam melacak dan mengevaluasi kinerja kampanye iklan.

25. Briefing Pagi

Penulis menghadiri briefing pagi untuk mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim. Penulis terlibat dalam diskusi dan berkoordinasi dengan rekan-rekan tim untuk memastikan kelancaran proyek dan memahami perubahan dalam rencana strategis.

26. Update Meta Ads dan Report di Bulan Juli (HWG Event)

Penulis memperbarui laporan meta ads dan report untuk event HWG pada bulan Juli. Penulis memastikan data terkini dan relevan, memberikan analisis yang mendalam tentang efektivitas iklan, dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

27. Briefing Pagi

Penulis kembali menghadiri briefing pagi untuk mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim. Penulis menyampaikan hasil tugas yang diberikan kepada penulis dan memastikan pemahaman yang jelas mengenai prioritas hari itu.

28. Update Meta Ads dan Report di Bulan Juli (Helens)

Penulis memperbarui laporan meta ads dan report untuk outlet Helens pada bulan Juli. Penulis memastikan data terkini dan relevan, serta menyajikannya dalam format yang mudah dipahami untuk membantu tim manajemen membuat keputusan yang tepat.

29. Update Event

Penulis melakukan pembaruan terhadap event yang sedang berlangsung. Penulis mencatat perkembangan, mengidentifikasi potensi masalah, dan berkoordinasi dengan tim untuk memastikan setiap aspek event berjalan dengan lancar.

30. Update Meta Ads Report di Bulan Juli (Dragon)

Penulis memperbarui laporan meta ads untuk outlet Dragon pada bulan Juli. Penulis memastikan data terkini, menyajikannya dengan cara yang jelas, dan memberikan analisis yang mendalam untuk membantu strategi pemasaran ke depan.

31. Briefing Pagi

Penulis kembali menghadiri briefing pagi untuk mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim. Penulis mempersiapkan diri dengan baik untuk tugas dan kegiatan hari itu.

32. Record Meta Ads Phoenix dan Rocca

Penulis bertanggung jawab merekam data dan informasi terkait meta ads untuk outlet Phoenix dan Rocca. Penulis memastikan kelengkapan dan keterbacaan dokumen untuk mendukung analisis dan pelaporan yang akurat.

33. Mempelajari Report Campaign Meta Ads dan Chart hingga Purchase yang Dihasilkan

Penulis memahami dan mempelajari laporan kampanye meta ads, termasuk analisis chart hingga pembelian yang dihasilkan dari kampanye tersebut. Penulis

mengevaluasi efektivitas setiap kampanye untuk membantu perbaikan strategi pemasaran ke depan.

34. Update Event yang Sedang Berjalan

Penulis memastikan pembaruan terhadap event yang sedang berlangsung. Penulis mencatat perkembangan, mengatasi potensi masalah, dan berkomunikasi secara aktif dengan tim terkait.



Gambar 4.7. Pemantauan Event

35. Ikut dalam Meeting yang Dipresentasikan Senior

Penulis aktif mengikuti dan berpartisipasi dalam pertemuan yang

dipresentasikan oleh senior, membahas tentang Atlas the biggest beach club in Bali.

Penulis memberikan kontribusi dalam diskusi dan mencatat informasi penting.

36. Membahas Direction untuk Apps dan Membentuk Program Scheme

Penulis memberikan masukan pengembangan aplikasi, serta berdiskusi mengenai program skema yang dapat meningkatkan aktivitas pembelian dan keaktifan pengguna. Penulis bekerja sama dengan tim pengembangan.

37. Memberi Masukan untuk Apps

Penulis memberikan masukan dan saran terkait pengembangan aplikasi. Penulis fokus pada tujuan untuk meningkatkan Monthly Active Users, frekuensi pembelian, dan jumlah pengguna baru. Penulis berkoordinasi dengan tim terkait untuk melaksanakan perubahan yang diperlukan. Salah satu fokus utama penulis adalah meningkatkan kinerja aplikasi Holywings (HWG) dengan strategi peningkatan jumlah member aktif. Ini melibatkan pembahasan mendalam tentang aplikasi, pemahaman terhadap kebutuhan pengguna, dan penyusunan rencana untuk meningkatkan daya tarik dan keaktifan pengguna.

38. Menyusun Program-program untuk Mencapai Objective

Penulis ikut serta berdiskusi mengenai perancangan program-program yang dapat diarahkan untuk memenuhi beberapa tujuan, seperti peningkatan Monthly Active Users, frekuensi pembelian, dan pengguna baru. Penulis ikut serta mengimplementasikan program-program tersebut dan melakukan evaluasi hasil.

39. Meningkatkan Monthly Active User

Penulis ikut serta dalam tujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna aktif bulanan pada aplikasi HWG. Penulis merancang strategi pemasaran khusus untuk mencapai target ini dan memantau kinerja aplikasi secara teratur.

40. Meningkatkan Frequency Pembelian

Penulis ikut serta dalam menetapkan tujuan untuk meningkatkan frekuensi pembelian produk melalui aplikasi HWG. Penulis bekerja sama dengan tim pemasaran untuk mengembangkan program insentif dan kampanye promosi yang mendukung tujuan tersebut.

41. New Downloader

Penulis ikut serta dalam menetapkan tujuan untuk mendapatkan pengguna baru yang mendownload aplikasi HWG. Penulis merancang kampanye pemasaran khusus untuk menarik perhatian pengguna baru dan meningkatkan kesadaran tentang aplikasi HWG.

42. Objective Melakukan Partnership untuk Memperluas Database

Penulis ikut serta dalam menetapkan tujuan ekstra untuk melakukan kemitraan dengan entitas lain untuk memperluas basis data. Penulis mengidentifikasi potensi mitra dan merancang proposal kemitraan yang saling menguntungkan.

43. Update Event yang Sedang Berjalan

Penulis memastikan pembaruan terhadap event yang sedang berlangsung. Penulis mencatat perkembangan, mengatasi potensi masalah, dan berkomunikasi secara aktif dengan tim terkait.

44. Visit ke Kompetitor untuk Melihat Produk Top Selling Mereka

Penulis melakukan kunjungan ke kompetitor untuk mengamati produk-produk terlaris mereka, segmentasi pasar, tren, dan promosi yang efektif. Penulis menyusun laporan perbandingan untuk mendapatkan wawasan yang berharga.

45. Membahas Coffee sebagai Produk Baru di HWG Group

Penulis memulai pembahasan tentang produk kopi (Coffee) yang akan ditambahkan ke dalam portofolio HWG Group. Penulis melakukan analisis pasar, mengevaluasi potensi keuntungan, dan memberikan rekomendasi mengenai harga dan lokasi penjualan.

46. Ikut Serta dalam Membahas Konsep HWCoffee

Penulis terlibat dalam diskusi mengenai konsep HWCoffee. Penulis melakukan riset kompetitor coffeeshop besar di Kelapa Gading, mencakup harga, segmen pasar, produk unggulan, dan strategi promosi. Penulis memberikan masukan kreatif dan analisis komprehensif.

47. Briefing Pagi

Penulis kembali menghadiri briefing pagi untuk mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim. Penulis mempersiapkan diri dengan baik untuk tugas dan kegiatan hari itu.

48. Cek Kompetitor Bottle di Daerah Gading Serpong

Penulis memeriksa kompetitor di daerah Gading Serpong. Penulis melakukan analisis segmentasi pasar, mengidentifikasi produk yang menjadi fast-moving, dan

membuat perbandingan harga dengan kunjungan sebelumnya. Penulis menyusun laporan perbandingan untuk referensi tim manajemen.

49. Membuat Perbandingan Harga dengan Kompetitor yang Dikunjungi Sebelumnya

Penulis menganalisis dan membuat perbandingan harga produk dengan kompetitor yang telah dikunjungi sebelumnya. Penulis mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk serta menyusun strategi penentuan harga yang kompetitif.

50. Briefing Pagi

Penulis menghadiri briefing pagi untuk mendapatkan informasi terbaru dan arahan dari tim. Penulis mempersiapkan diri dengan baik untuk tugas dan kegiatan hari itu.

51. Ikut Serta dalam Meeting Produk Dart HWG

Penulis terlibat dalam pertemuan yang membahas produk Dart HWG. Fokus penulis adalah memahami dan mengambil tanggung jawab pada Produk Dart HWG. Penulis mengumpulkan informasi dan memberikan kontribusi ide kreatif untuk pengembangan produk.

52. Visit to Helens

Penulis melakukan kunjungan ke outlet Helens untuk melihat pembangunan yang sedang berlangsung. Penulis melakukan pertemuan dengan supplier untuk memastikan kelancaran aliran pasokan dan memastikan kualitas bahan yang digunakan sesuai standar perusahaan.



Gambar 4.8. Visit Outlet Helens

53. Melihat Pembangunan yang Sedang Berjalan dan Meeting dengan Supplier

Penulis menyaksikan dan memahami tahap pembangunan yang sedang berlangsung. Penulis juga melakukan pertemuan dengan supplier dan pihak terkait untuk memastikan proyek berjalan sesuai dengan rencana, termasuk kontrol kualitas dan waktu.



Gambar 4.9. Melihat Pembangunan yang Sedang Berjalan

54. Visit to Helens Day 2

Penulis melakukan kunjungan kedua ke outlet Helens untuk melihat pembangunan yang berlanjut. Penulis kembali melakukan pertemuan dengan supplier dari Orang Tua group dan Sababay untuk menyinkronkan strategi dan mengatasi hambatan yang mungkin muncul.

55. Melihat Pembangunan yang Sedang Berjalan, Meeting bersama Supplier Orang Tua Group dan Sababay

Penulis melihat proyek pembangunan yang sedang berlangsung, berpartisipasi dalam pertemuan dengan pemasok untuk memastikan keselarasan dengan standar

kualitas, waktu, dan anggaran yang ditetapkan.

56. Ikut Serta dalam Meeting yang Membahas Produk HM HWG, Diberikan Tanggung Jawab untuk Mengerjakan Project HM

Penulis memahami dan membahas rencana produk HM HWG. Penulis ikut dalam meeting mengenai Produk HM HWG, termasuk perencanaan dan pelaksanaan Neon Box yang sesuai dengan merek dan kebutuhan perusahaan.

57. Mengukur Ukuran Bangunan dari Design:

Pada kegiatan ini, penulis terlibat dalam proses mengukur dimensi bangunan sesuai dengan desain yang telah disetujui untuk proyek pembangunan HEM. Langkah-langkah yang diambil mencakup menggunakan alat pengukur yang akurat, memeriksa kesesuaian hasil pengukuran dengan desain, dan memastikan bahwa dimensi bangunan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Hal ini penting untuk memastikan akurasi dan konsistensi dalam pelaksanaan proyek.

58. Menghitung Budget untuk Mengatur Borongan Kerja dan Tukang, dengan Harga yang Sudah Diperhitungkan:

Dalam kegiatan ini, penulis ikut serta dalam diskusi untuk menentukan kebutuhan anggaran untuk pekerjaan konstruksi yang akan dilaksanakan. Penulis terlibat dalam negosiasi dengan kontraktor dan tukang untuk mencapai kesepakatan harga yang sudah diperhitungkan sebelumnya. Proses ini melibatkan perhitungan teliti untuk memastikan kesesuaian antara anggaran yang tersedia dan pekerjaan yang perlu dilakukan, serta mengelola risiko biaya yang tidak terduga.

59. Mencari Design Gambar Leman untuk HEM (Bottleshop), Menentukan Costum Gambarnya, Deal dengan Design Laman:

Pada tahap ini, penulis melakukan pencarian untuk menemukan desain gambar yang sesuai dengan konsep Bottleshop HEM. Penulis terlibat dalam menentukan elemen-elemen visual yang diperlukan dan menegosiasikan kesepakatan dengan desainer grafis untuk mencapai hasil yang memenuhi standar perusahaan. Proses ini mencakup diskusi mendalam mengenai costum gambar dan perincian desain laman yang akan digunakan.

60. Memulai Semua Plan, Deal dengan Vendor, Deal dengan Supplier Leman, dan Memulai Semua Pekerjaan:

Penulis ikut serta dalam implementasi semua rencana yang telah disusun. Penulis terlibat dalam berbagai negosiasi dengan vendor dan supplier Leman untuk memastikan persediaan dan layanan yang diperlukan sesuai dengan standar perusahaan. Selain itu, penulis memulai semua pekerjaan yang diperlukan untuk proyek HEM, memastikan bahwa proyek berjalan sesuai dengan jadwal dan spesifikasi yang telah ditetapkan.

61. Menentukan Design Plan Neon Box dengan Font yang Pas, Ukuran yang Sesuai, hingga Peletakan Barang-barangnya:

Dalam kegiatan ini, penulis ikut dalalam menentukan desain final untuk Neon Box. Proses ini mencakup pemilihan font yang sesuai dengan merek, menentukan ukuran yang optimal, dan merencanakan penempatan barang-barang dengan cermat.

Langkah-langkah ini diambil untuk mencapai hasil yang estetis dan fungsional sesuai dengan tujuan perusahaan.

62. Mencoba Mempelajari Data Analisis, Membaca Grafik, dan Belajar Rumus Indeks Maton:

Penulis fokus pada pengembangan keterampilan analitis dengan mempelajari analisis data, membaca grafik, dan memahami rumus indeks maton. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman penulis terhadap kinerja bisnis dan memperoleh keterampilan analisis yang lebih baik.

63. Menarik Data Weekly Omzet untuk Daerah Jabodetabek:

Penulis diberi tanggung jawab untuk menarik data omzet mingguan di wilayah Jabodetabek. Proses ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang sistem pencatatan penjualan, pengambilan data secara akurat, dan penyusunan informasi yang siap digunakan untuk analisis kinerja penjualan.

64. Membuat Canva dan Membuat Occupancy dan Sales Performance Sofa atau Table yang Sering di Duduki Customer:

Dalam kegiatan ini, penulis menggunakan platform Canva untuk membuat presentasi visual. Fokusnya adalah pada tingkat okupansi dan kinerja penjualan sofa atau meja yang sering digunakan oleh pelanggan. Tujuan utamanya adalah memahami preferensi dan tren konsumen melalui representasi visual yang jelas.

65. Membuat Sales per Month Data HVI Dragon:

Penulis mengumpulkan dan menyusun data penjualan bulanan untuk HVI

Dragon. Proses ini mencakup memastikan bahwa data terstruktur dengan baik dan siap digunakan untuk analisis kinerja serta perencanaan strategi penjualan ke depan.

66. Mendapat Request Data dari Tim Promo dan Sponsorship untuk Menarik Data Penjualan dan Promo yang Sudah Berjalan:

Penulis memenuhi permintaan data dari tim promosi dan sponsorship. Tugas ini melibatkan pengambilan data penjualan dan informasi promo yang telah berlangsung selama bulan September. Tujuannya adalah untuk mendukung evaluasi dan perencanaan kampanye selanjutnya.

67. Data Request, Data Penjualan Djarum tanggal 01 Oktober:

Penulis merespons permintaan data khusus untuk data penjualan produk Djarum pada tanggal 1 Oktober. Proses ini mencakup penyediaan informasi terkini tentang performa penjualan dan memastikan ketersediaan data yang diperlukan.

68. Data Request dari Promo Team:

Penulis memberikan data yang diminta oleh tim promosi. Tugas ini mendukung perencanaan dan evaluasi kampanye promo, dan melibatkan memastikan ketersediaan informasi yang akurat dan relevan.

Selama magang, penulis terlibat dalam pemantauan kompetitor, baik di tingkat regional maupun nasional. Tugas ini melibatkan pengecekan promo, event, dan strategi yang sedang dijalankan oleh kompetitor Holywings, khususnya dalam merek Dragon dan Tiger. Peran penulis semakin berkembang dengan terlibat dalam proyek Neon Box, di mana penulis diberikan tanggung jawab untuk mengukur ukuran

bangunan, menghitung budget, mencari desain gambar, dan mengawasi implementasi proyek hingga ke detail peletakan barang-barangnya.

3.4. Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan tugas lapangan, beberapa kendala muncul, terutama terkait dengan pengumpulan data dan evaluasi efektivitas promosi. Beberapa outlet mungkin tidak dapat menyediakan data dengan lengkap, dan ada juga tantangan dalam mengakses informasi internal kompetitor. Selain itu, variabilitas dalam preferensi pelanggan dan ketidakpastian mengenai faktor eksternal seperti tren pasar dapat menjadi kendala dalam mengidentifikasi pola perilaku yang konsisten. Kendala yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Outlet:

Beberapa outlet tidak dapat menyediakan data dengan lengkap. Adanya hambatan atau keterbatasan dalam memberikan data oleh beberapa outlet mungkin terkait dengan kebijakan internal atau kendala teknis.

Tantangan akses informasi internal outlet terkait. Mungkin sulit untuk mendapatkan data internal outlet, seperti performa penjualan yang lebih rinci, karena adanya batasan akses atau kebijakan kerahasiaan.

2. Evaluasi Efektivitas Promosi:

Kesulitan dalam mengukur efektivitas promosi di beberapa outlet. Proses evaluasi promosi mungkin terhambat oleh perbedaan pelaksanaan di berbagai

outlet.

3. Variabilitas preferensi pelanggan menjadi faktor utama. Perbedaan preferensi pelanggan dapat menyulitkan dalam menilai sejauh mana promosi dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

4. Ketidakpastian Faktor Eksternal:

Tren pasar yang tidak pasti menjadi kendala dalam mengidentifikasi pola perilaku yang konsisten. Dalam menghadapi tren pasar yang tidak pasti, memprediksi dan mengidentifikasi pola perilaku pelanggan menjadi lebih sulit.

3.5. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala tersebut, perlu diterapkan pendekatan yang lebih fleksibel dalam mengumpulkan data, misalnya dengan memanfaatkan sumber data alternatif atau merancang metode survei yang lebih inovatif. Diperlukan juga kolaborasi yang erat dengan outlet dan kemungkinan mitra untuk mendapatkan data yang lebih lengkap. Solusi atas kendala yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Fleksibel dalam Pengumpulan Data:

- Memanfaatkan sumber data alternatif sebagai pelengkap. Menggunakan sumber data alternatif, seperti survei online atau data pihak ketiga, dapat membantu melengkapi data yang mungkin kurang dari outlet.
- Merancang metode survei inovatif yang lebih sesuai dengan keadaan lapangan. Merancang survei yang lebih kreatif dan sesuai dengan kondisi

lapangan dapat meningkatkan partisipasi dan kualitas data.

2. Kolaborasi dengan Outlet dan Mitra:

- Menjalin kerjasama yang erat dengan outlet untuk mendapatkan data yang lebih lengkap. Kerjasama yang baik dengan outlet dapat memfasilitasi pertukaran data dan informasi yang lebih baik.
- Mengidentifikasi potensi mitra yang dapat memberikan informasi tambahan. Mitra eksternal seperti pemasok atau partner bisnis dapat menjadi sumber informasi tambahan yang berharga.

3. Analisis Mendalam dan Survei Tambahan:

- Melakukan analisis yang lebih mendalam dengan mempertimbangkan lebih banyak variabel. Memperluas analisis dengan mempertimbangkan variabel tambahan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif.
- Melakukan survei tambahan untuk mendapatkan wawasan holistik terkait preferensi pelanggan. Survei tambahan dapat membantu memahami lebih baik preferensi pelanggan yang bervariasi.

4. Perluasan Variabel dalam Analisis:

Memperluas variabel yang dianalisis untuk mengatasi ketidakpastian dalam preferensi pelanggan. Menambahkan variabel tambahan dalam analisis dapat membantu mengatasi variabilitas preferensi pelanggan yang kompleks.

3.6. Laporan Spesifik Mengenai Upaya Peningkatan Kinerja Outlet Holywings Melalui Strategi Penerapan Event Dan Strategi Pemasaran

Peningkatan kinerja diartikan sebagai usaha untuk meningkatkan hasil dan efisiensi outlet, mencakup peningkatan penjualan, pelayanan pelanggan, dan citra merek secara keseluruhan. Kriteria peningkatan kinerja dapat mencakup beberapa aspek, seperti peningkatan omset penjualan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan brand awareness, peningkatan produktivitas karyawan, peningkatan motivasi dan komitmen kerja pegawai, pengembangan kemampuan pegawai, peningkatan orientasi kerja kepada karyawan, pengembangan interaksi yang terbuka dan konstruktif antara pekerja dan perusahaan, persiapan kerangka kerja untuk kesepakatan sasaran kerja, perhatian khusus pada atribut dan kompetensi yang diperlukan, dan mempersiapkan kriteria untuk melaksanakan pengukuran kinerja (Cheung, et al., 2020).

Sebagai peserta magang yang terlibat dalam strategi pengembangan bisnis Holywings, tugas penulis mencakup pemahaman mendalam tentang platform Meta, analisis data pemasaran, dan kegiatan lapangan seperti kunjungan ke outlet dan analisis kompetitor. Fokus utama penulis adalah meningkatkan kinerja aplikasi Holywings dengan strategi peningkatan jumlah member aktif, serta melibatkan diri dalam proyek Neon Box untuk meningkatkan visibilitas merek. Indikator visibilitas merek yang diukur melibatkan beberapa aspek kunci. Sebelum implementasi proyek Neon Box, tingkat kesadaran merek Holywings cenderung rendah, dengan jumlah

impresi dan tingkat keterlibatan online yang terbatas. Share of voice Holywings juga mungkin relatif kecil dibandingkan dengan pesaing yang lebih terkenal. Namun, setelah garapan proyek Neon Box, terjadi perubahan positif. Tingkat kesadaran merek meningkat seiring dengan kehadiran mencolok Neon Box di lokasi fisik. Jumlah impresi dan eksposur merek melalui Neon Box mengalami peningkatan yang signifikan, sementara share of voice dan tingkat keterlibatan konsumen dapat menunjukkan perkembangan positif. Perubahan-perubahan ini mencerminkan kesuksesan strategi dalam meningkatkan visibilitas merek Holywings, seiring dengan perubahan positif dalam indikator-indikator kunci sebelum dan sesudah implementasi proyek Neon Box. Dalam pembahasan ini, akan diuraikan upaya peningkatan kinerja outlet Holywings melalui strategi penerapan event dan strategi pemasaran.

Peningkatan kinerja outlet Holywings dapat dicapai melalui strategi penerapan event dan strategi pemasaran yang tepat. Berdasarkan pengalaman magang yang melibatkan pemahaman mendalam tentang aplikasi, kebutuhan pengguna, dan strategi pengembangan bisnis, serta kendala yang dihadapi dalam pengumpulan data dan evaluasi efektivitas promosi, terdapat beberapa solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja outlet Holywings.

Dalam era bisnis yang kompetitif, peningkatan kinerja outlet menjadi krusial bagi perusahaan seperti Holywings. Outlet Helens dipilih karena lokasinya yang strategis namun belum mencapai performa maksimal, sehingga peningkatan kinerja di outlet ini diharapkan dapat memberikan dampak positif pada citra merek secara

keseluruhan. Penerapan event merupakan salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja Outlet Helens Holywings. Aktivitas tersebut mencakup pemilihan tema dan konsep event, penyusunan anggaran, promosi sebelum dan selama event, pelaksanaan event pada waktu yang strategis, dan evaluasi dampak event.

W SUPERCLUB					
No	NAMA EVENT	LOKASI	TANGGAL	LINK	Harga Termurah / Full / Belum
1	Open 2023	W Super	Senin, 08-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Belum
2	Open 2023	W Super	Senin, 25-09-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Belum
3	Inquisitive	W Sky	Friday, 13-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	4.375.000 / Full
4	Inquisitive	W Kuningan	Monday, 16-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
TIGER CLUB					
No	NAMA EVENT	LOKASI	TANGGAL	LINK	Harga Termurah / Full / Belum
1	Open 2023	Tiger Beach	Senin, 16-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
2	Di Tempat	Tiger Beach	Senin, 16-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	750.000 / Full
3	Di Tempat	Tiger Malabar	Friday, 20-09-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
GOLD DARGON					
No	NAMA EVENT	LOKASI	TANGGAL	LINK	Harga Termurah / Full / Belum
1	Open 2023	Dragon Malabar	Senin, 16-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
2	Di Tempat	Dragon Bekasi	senamta, 16-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
3	Di Tempat	Dragon Malabar	senamta, 20-09-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
HELENS					
No	NAMA EVENT	LOKASI	TANGGAL	LINK	Harga Termurah / Full / Belum
1	Andra & Andriana	Helens pemerintahan	Senin, 16-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
2	Beasiswa	Helens pemerintahan	senamta, 17-09-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	8 / Full
THE H SCBD					
No	NAMA EVENT	LOKASI	TANGGAL	LINK	Harga Termurah / Full / Belum
1	Open 2023	H SCBD	senamta, 17-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full
2	Inquisitive	H SCBD	Monday, 05-10-23	https://www.instagram.com/wsuperclub/	1.500.000 / Full

Gambar 4.10. Penyusunan Promo event





Gambar 4.11. Pemilihan Tema dan Konsep Event

Hasil yang diharapkan melibatkan peningkatan kunjungan pelanggan, peningkatan penjualan selama periode event, serta penyegaran citra merek dan meningkatnya brand awareness. Sedangkan event khusus dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, misalnya dengan mengadakan event ulang tahun atau event spesial lainnya. Selain itu, event kolaborasi dengan pihak-pihak terkait, seperti influencer atau komunitas, juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja outlet Holywings.

Implementasi Strategi di Lapangan:

1. Peningkatan Kunjungan Pelanggan:

- Implementasi: Membuat program loyalitas pelanggan dengan memberikan diskon khusus atau hadiah bagi pelanggan yang sering mengunjungi outlet.
- Pengukuran Kesuksesan: Peningkatan jumlah pelanggan yang mendaftar dan aktif dalam program loyalitas, serta peningkatan frekuensi kunjungan pelanggan.

2. Peningkatan Penjualan Selama Event:

- Implementasi: Mengadakan event-promo khusus dengan diskon besar atau paket menarik selama periode tertentu.
- Pengukuran Kesuksesan: Peningkatan persentase penjualan selama periode event dibandingkan dengan periode reguler sebelumnya.

3. Penyegaran Citra Merek dan Brand Awareness:

- Implementasi: Melakukan perubahan pada desain kemasan produk, signage, atau material pemasaran untuk mencerminkan citra merek yang lebih segar dan menarik.
- Pengukuran Kesuksesan: Survei atau analisis sentimen untuk mengukur perubahan dalam persepsi pelanggan terhadap merek, serta peningkatan dalam brand awareness.

4. Event Khusus untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen:

- Implementasi: Mengadakan event ulang tahun pelanggan atau memberikan

keuntungan eksklusif selama periode tertentu kepada pelanggan setia.

- Pengukuran Kesuksesan: Partisipasi pelanggan dalam event khusus, peningkatan retensi pelanggan, dan umpan balik positif dari pelanggan yang terlibat.

5. Event Kolaborasi dengan Pihak Terkait:

- Implementasi: Mengadakan acara bersama dengan influencer atau komunitas terkait untuk menciptakan buzz dan meningkatkan eksposur merek.
- Pengukuran Kesuksesan: Jumlah partisipasi, dampak media sosial, dan peningkatan dalam jumlah pengikut atau pelanggan setelah event kolaborasi.



Gambar 4.12. Visit Outlet Helens

Selain strategi penerapan event, strategi pemasaran juga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam upaya peningkatan kinerja Outlet Helens Holywings. Dalam hal ini, strategi pemasaran yang dapat dilakukan antara lain adalah strategi digital marketing, strategi content marketing, dan strategi social media marketing. Strategi digital marketing dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai platform digital, seperti website, aplikasi, dan email marketing. Strategi content marketing dapat dilakukan dengan membuat konten-konten yang menarik dan relevan

untuk menarik minat konsumen. Sedangkan strategi social media marketing dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, untuk meningkatkan awareness dan engagement konsumen terhadap produk Holywings.

Sebagai bagian dari upaya peningkatan kinerja aplikasi Holywings, fokus utama penulis adalah strategi peningkatan jumlah member aktif. Langkah pertama dalam mencapai tujuan ini adalah pemahaman mendalam tentang aplikasi dan kebutuhan pengguna. Melalui konsultasi dengan dosen pembimbing dan analisis data pengguna, penulis berhasil mengidentifikasi area perbaikan dalam aplikasi Holywings.

Pendekatan dapat dilakukan dengan memahami kebutuhan pengguna dengan melakukan survei dan wawancara. Dengan memahami harapan dan keinginan pengguna, Holywings dapat menyesuaikan fitur-fitur aplikasi untuk meningkatkan daya tarik. Setelah itu, perencanaan untuk meningkatkan keaktifan pengguna dilakukan dengan mengintegrasikan fitur yang menarik dan memberikan insentif kepada pengguna aktif.

Dalam upaya peningkatan kinerja outlet Holywings, perlu diterapkan solusi atas kendala yang ditemukan selama magang. Beberapa solusi yang dapat diterapkan antara lain adalah pendekatan fleksibel dalam pengumpulan data, kolaborasi dengan outlet dan mitra, analisis mendalam dan survei tambahan, serta perluasan variabel dalam analisis. Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut, diharapkan dapat

meningkatkan kinerja Outlet Helens Holywings melalui strategi penerapan event dan strategi pemasaran yang tepat.

Dengan demikian, peningkatan kinerja outlet Holywings dapat dicapai melalui strategi penerapan event dan strategi pemasaran yang tepat, serta dengan menerapkan solusi atas kendala yang ditemukan selama magang. Hasil yang diharapkan mencakup peningkatan jumlah pelanggan baru, meningkatnya interaksi di media sosial, dan peningkatan loyalitas pelanggan. Evaluasi keseluruhan dilakukan berdasarkan pencapaian kriteria dan indikator yang telah ditetapkan. Jika kedua strategi memberikan dampak positif sesuai dengan tujuan, laporan magang ini dapat menyimpulkan bahwa upaya peningkatan kinerja outlet telah berhasil. Sebaliknya, jika tidak, analisis mendalam tentang penyebab ketidakberhasilan akan dilakukan untuk perbaikan di masa mendatang.

1. Strategi Digital Marketing

- Implementasi: Meningkatkan kehadiran online Holywings dengan mengoptimalkan situs web, meluncurkan aplikasi mobile, dan mengirimkan newsletter reguler melalui email marketing.
- Bukti Kesuksesan: Meningkatnya jumlah unduhan aplikasi, peningkatan lalu lintas situs web, dan peningkatan tingkat konversi dari email marketing.

2. Strategi Content Marketing:

- Implementasi: Membuat konten-konten menarik seperti artikel, blog, dan video tutorial tentang berbagai menu Holywings untuk meningkatkan minat

pelanggan.

- **Bukti Kesuksesan:** Peningkatan pembacaan dan penyebaran konten, peningkatan interaksi online, serta feedback positif dari pelanggan terhadap konten yang dibagikan.

3. Strategi Social Media Marketing:

- **Implementasi:** Mengelola aktifitas Holywings di platform media sosial utama, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, dengan posting rutin, konten visual menarik, dan interaksi langsung dengan pengikut.
- **Bukti Kesuksesan:** Peningkatan jumlah pengikut, tingkat keterlibatan yang tinggi (like, komentar, share), dan peningkatan brand awareness melalui analisis sentimen.

4. Peningkatan Jumlah Member Aktif:

- **Implementasi:** Melakukan survei dan wawancara untuk memahami kebutuhan pengguna, menyesuaikan fitur aplikasi, dan memberikan insentif kepada pengguna aktif.
- **Bukti Kesuksesan:** Peningkatan jumlah member aktif, peningkatan waktu penggunaan aplikasi, dan umpan balik positif dari pengguna terkait perubahan yang diimplementasikan.

5. Solusi atas Kendala yang Ditemukan Selama Magang:

- **Implementasi Solusi:** Menerapkan pendekatan fleksibel dalam pengumpulan data, berkolaborasi dengan outlet dan mitra, melakukan analisis mendalam,

dan menyelenggarakan survei tambahan.

- **Bukti Kesuksesan Solusi:** Perbaikan dalam proses pengumpulan data, peningkatan kerjasama dengan outlet dan mitra, serta pemahaman mendalam tentang kendala-kendala yang diatasi.

Dengan implementasi strategi ini, diharapkan Outlet Helens Holywings dapat mencapai hasil yang diharapkan, seperti peningkatan jumlah pelanggan baru, interaksi di media sosial, dan tingkat loyalitas pelanggan. Penting untuk terus memonitor dan mengukur kinerja strategi ini secara berkala untuk melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Kondisi di Holywings setelah dilakukannya implementasi strategi pemasaran adalah menggunakan KPI sebagai berikut:

No.	KPI	Target	Realisasi
1	Jumlah pelanggan	Meningkat 10%	Meningkat 14%
2	Omzet	Meningkat 10%	Meningkat 15%
3	Retensi karyawan	Meningkat 10%	Meningkat 10%
4	Rasio kepuasan pelanggan	Meningkat 10%	Meningkat 10%
5	Efisiensi transaksi	Meningkat 10%	Meningkat 12%
	Rata-rata		Meningkat 12%