



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

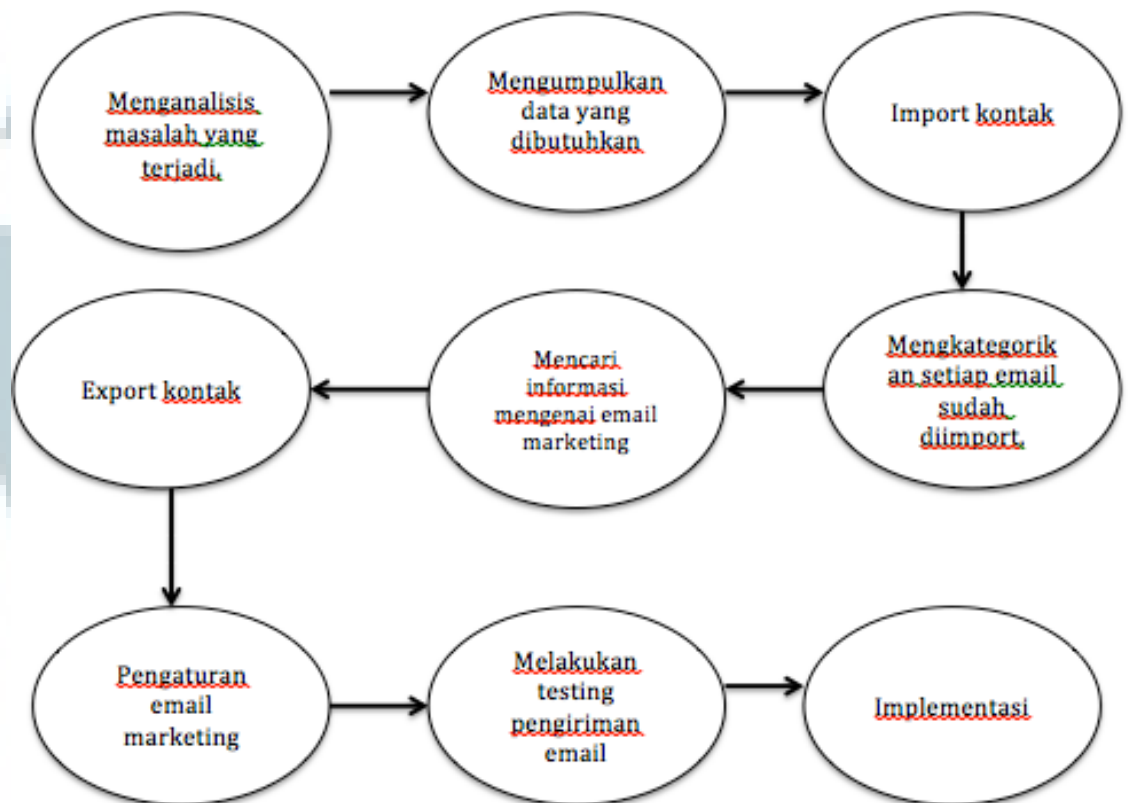
3.1 KEDUDUKAN DAN KOORDINASI.

Penulis bekerja sendiri pada kerja magang ini karena perusahaan bekerja sama dengan partner kerja magang saya yaitu Yana Tarehtha. Penulis berkomunikasi langsung dengan General Manager dari Bilik 3Dharma yaitu Mira Tedja. Semua data yang mengenai *contact* dari *e-mail* yang akan dirapikan diberikan langsung dari General Manager dan CEO, karena *contact e-mail* ini akan diintegrasikan dengan *e-mail marketing*. Pemilihan email marketing juga dilakukan agar email marketing yang sudah dipilih akan sesuai dengan requirement dari Bilik 3Dharma.

3.2 TUGAS YANG DILAKUKAN

Tugas pertama yang dikerjakan oleh penulis adalah menganalisis masalah yang terjadi Bilik 3Dharma, mengumpulkan semua *contact e-mail* yang ada pada perusahaan dan melakukan *import contact*, merapikan setiap *e-mail* yang sudah di import dan pemberian kategori dari setiap *e-mail* sudah di *import*, mencari informasi mengenai *e-mail marketing* yang akan digunakan, melakukan perbandingan antara *e-mail marketing* satu dengan yang lainnya, *export contact* ke email marketing yang sudah dipilih, melakukan pengaturan email marketing yang digunakan, melakukan percobaan pengiriman surat yang pertama.

Berikut ini adalah urutan pengerjaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dalam merapikan kontak dari Bilik 3Dharma agar dapat diintegrasikan dengan email marketing :



Gambar 3.1 Tugas yang dilakukan.

3.3 URAIAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.3.1 Proses Pelaksanaan

a. Menganalisis masalah yang terjadi.

Menganalisis masalah yang terjadi diperusahaan adalah tahap pertama yang dilakukan oleh penulis dalam kerja magang. Konsultasi yang dilakukan oleh penulis dilakukan secara langsung dengan general manager, kebutuhan dari perusahaan adalah peningkatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan email marketing. Bilik 3Dharma ini ingin karya-karya yang dihasilkan oleh senimannya bisa dikenal oleh orang lain. Dengan adanya email marketing maka akan mudah menyebarkan informasi mengenai pameran-pameran yang diadakan oleh Bilik 3Dharma dengan cara yang lebih cepat dan dapat menarik pencinta seni untuk berkunjung ke pameran yang diadakan oleh Bilik 3Dharma.

b. Mengumpulkan data.

Pengumpulan data adalah tahap kedua yang dilakukan oleh penulis. Data yang dimaksud oleh penulis adalah kontak email yang ada pada email CEO dan General Manager. Jadi pada tahap ini penulis mengumpulkan email yang nantinya akan di import untuk dirapikan oleh penulis dan penulis telah dapat mengumpulkan data dari 4 email.

c. Import kontak

Pada tahap ini penulis melakukan import kontak yang telah didapatkan oleh penulis. File yang didapatkan oleh ini berisikan nama dan email dengan format *csv*. Dari tahap import ini penulis mendapatkan email sebanyak 3270 email, Selain dengan menggunakan *database email* yang ada di Bilik 3Dharma, penulis juga mendapatkan data dari kartu nama yang didapatkan dari client.

d. Kategori email.

Penulis melakukan *sorting* email agar dapat mempermudah dalam pengiriman email yang dilakukan oleh Bilik 3Dharma. Tahap kategori email ini juga dilakukan supaya kontak email yang dimiliki oleh Bilik 3Dharma ini tersusun rapi. Setelah melakukan *sorting* email penulis mendapatkan hasil seperti berikut :

- Arsitek
- Art
- Artist
- Auction House
- Client
- Collector
- Design Interior
- Diplomat
- Gallery

- Kurator
- Media
- Perusahaan.
- Sponsor, Dan lain-lain.

e. **Mencari Informasi *Email Marketing*.**

Tahap ini adalah tahap dimana penulis melakukan pencarian mengenai email marketing yang akan digunakan dan sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan. Tahap ini penulis melakukan pencarian dengan menggunakan internet dan mencari melalui dosen yang sering menggunakan email marketing. Penulis mendapatkan beberapa nama-nama email marketing seperti MailChimp, Aweber, Constant Contact. Dari ketiga email marketing ini penulis mencoba menggunakan aweber, tetapi aweber tidak sesuai dengan kebutuhan dari Bilik 3Dharma, maka penulis mencoba menggunakan MailChimp dan penulis dan General Manager ini sepakat untuk menggunakan MailChimp yang digunakan oleh Bilik 3Dharma ini untuk meningkatkan promosi.

Berikut ini adalah tabel perbandingan Mailchimp dengan aweber:

Aweber	Mailchimp	iContact	Constant Contact
Berbayar	Gratis	Gratis	Gratis
Calon Subscriber harus konfirmasi untuk menjadi subscriber	Bisa menambahkan subscriber tanpa konfirmasi	Bisa menambah subscriber tanpa konfirmasi dan memerlukan konfirmasi	Bisa menambah subscriber tanpa konfirmasi dan bisa melalui konfirmasi
Interface dalam dashboard rapi	Interface dalam dashboard rapi	Interface dalam dashboard agak sulit untuk dimengerti	Interface dalam dashboard agak sulit untuk dimengerti
Kemungkinan <i>email bounce</i> kecil.	Kemungkinan <i>email bounce</i> lebih banyak.	Kemungkinan <i>email bounce</i> lebih banyak.	Kemungkinan <i>email bounce</i> lebih banyak.

Table 3.1 Perbandingan Mailchimp dengan Aweber

f. Pengaturan email marketing.

Pada tahap pengaturan email marketing ini penulis melakukan pengaturan email seperti merge, template email. Pada pengaturan merge ini adalah salah satu fitur yang ada dalam email marketing, dimana nantinya merge ini dapat dipanggil ketinggal ingin mengirimkan email.

g. Melakukan percobaan pengiriman email.

Pengiriman email ini merupakan tahap dimana penulis mengirimkan email pertama kepada seluruh kategori yang ada di list mailchimp. Pengiriman email ini dilakukan agar penulis dapat mengetahui apakah pengaturan yang sudah dilakukan oleh penulis

sesuai dengan keinginan perusahaan. Dengan percobaan pengiriman ini juga penulis dapat mengetahui bahwa dari semua email yang dikirimkan akan terdapat *bounce email*. *Bounce email* adalah suatu keadaan ketika melakukan pengiriman email, dan alamat email yang dituju sudah tidak valid sehingga email yang dikirimkan tidak terkirim ke alamat email yang dituju. Pada pengiriman pertama penulis dapat mengetahui *open rate* dari email yang dikirimkan dan penulis juga dapat mengetahui *click rate* dari email yang dikirim. *Click rate* adalah suatu keadaan dimana penulis dapat mengetahui berapa banyak orang yang sudah menekan gambar yang sudah disisipkan alamat website, dimana dengan disisipkan website tersebut maka akan meningkatkan *traffic* untuk website kita.

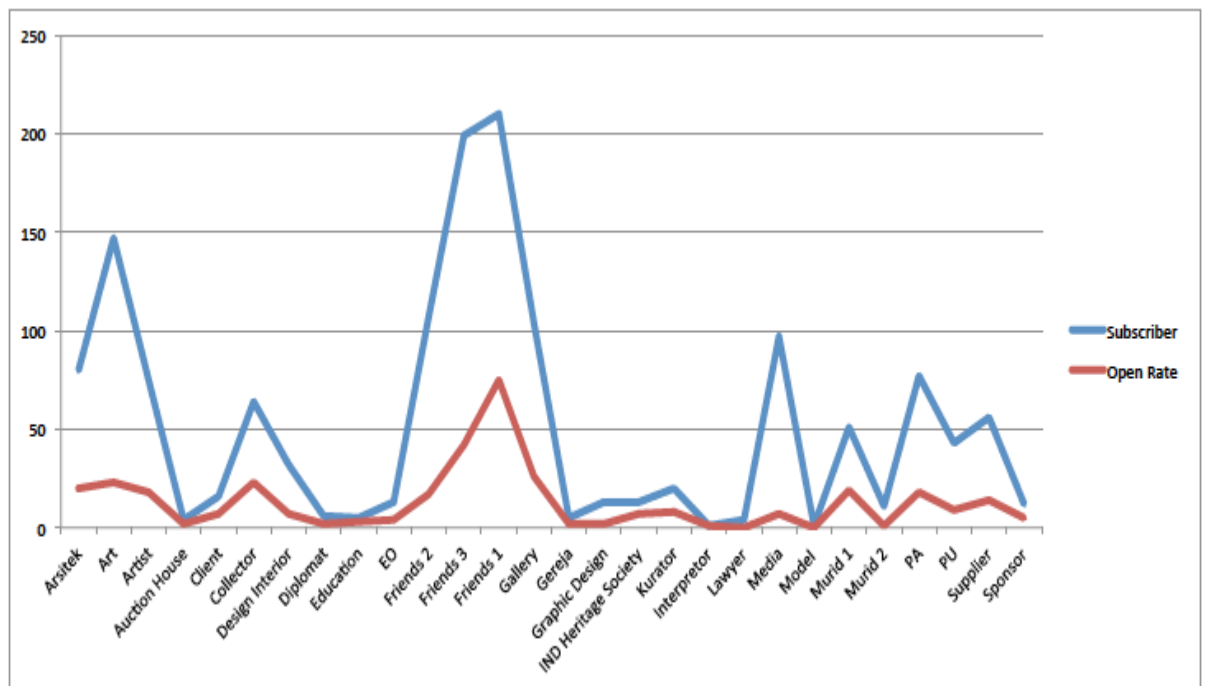
Berikut ini adalah table persentase dan statistik pada percobaan pengiriman email pertama dengan subjek email “*A Hundred Flowers Bloom*” :

UUMN

A Hundred Flowers Bloom

Kategori	Subscriber	Open Rate	Persentase
Arsitek	80	20	33.30%
Art	147	23	24.50%
Artist	75	18	34.60%
Auction House	4	2	50%
Client	16	7	50%
Collector	64	23	43.40%
Design Interior	32	7	41.20%
Diplomat	6	2	40%
Education	5	3	75%
EO	13	4	36.40%
Friends 2	107	17	23.30%
Friends 3	199	42	31.10%
Friends 1	210	75	48.40%
Gallery	104	26	32.50%
Gereja	5	2	50%
Graphic Design	13	2	25%
IND Heritage Society	13	7	53.80%
Kurator	20	8	47.10%
Interpreter	1	1	100%
Lawyer	4	0	0%
Media	97	7	13.20%
Model	1	0	0%
Murid 1	51	19	48.70%
Murid 2	11	1	10%
PA	77	18	33.30%
PU	43	9	31%
Supplier	56	14	31.80%
Sponsor	12	5	45.50%
TOTAL	1466	362	24.69%

Tabel 3.2 Pengiriman email “*A Hundred Flowers Of Bloom*”



Gambar 3.2 Grafik email pertama

h. Implementasi

Tahap implementasi adalah tahap dimana email marketing ini sudah diterapkan oleh perusahaan sehingga perusahaan tidak harus mengirimkan email satu persatu dan tidak menggunakan pengiriman email dengan secara manual.

3.3.2 Mailchimp

Mailchimp adalah layanan *email marketing* yang dapat yang dirikan pada tahun 2001. Layanan *email marketing* pada mailchimp ini dapat digunakan secara gratis dan juga dapat digunakan secara berbayar, dan mailchimp ini adalah layanan email yang berbasis pada aplikasi web. Mailchimp memiliki banyak fitur seperti pengiriman email berdasarkan pada segmentasinya, *tracking report*, *email*

beamer, email designer, email template, autoresponders, spam filter diagnostic.

Pada pembuatan email marketing ini penulis menggunakan fitur *email templates, merge tags, segmentation and group*, dan menggunakan fitur *report* untuk memastikan bahwa email tersebut sudah sampai ke email tujuan.

3.3.3 Pembahasan mengenai *email marketing*

layanan email marketing yang dipilih oleh Bilik 3Dharma adalah Mailchimp. Semua data yang dimasukkan oleh penulis berasal dari pemilik dari Bilik 3Dharma. Ketika penulis menyusun *email marketing* penulis membutuhkan kontak email dan nama yang akan dimasukkan kedalam *email marketing*. Dalam pembuatan *email marketing* ini penulis telah mendapatkan 30 kategori dimana kategori ini akan dimasukkan kedalam list email marketing agar pengiriman email menjadi lebih mudah, dan pengiriman email dapat menggunakan *segmentation and group*.

Segmentation and group ini adalah suatu fitur pada mailchimp dimana admin mailchimp dapat membuat grup sesuai dengan kebutuhan. *Segmentation* digunakan dalam pengiriman email berdasarkan segmentasi kategori ataupun berdasarkan email.

Spam mail adalah sebuah kejadian dimana email dikirimkan secara terus tanpa dikehendaki oleh penerimanya sehingga mengganggu penerima email tersebut.

Bounce email adalah keadaan dimana email yang dikirimkan dan kembali, sehingga email yang dikirimkan tidak pernah sampai kepada email yang dituju. Biasanya *bounce email* ini terjadi dikarenakan email yang dituju sudah

tidak aktif dan bisa juga *bounce email* ini dikarenakan inbox dari email yang dituju sudah penuh.

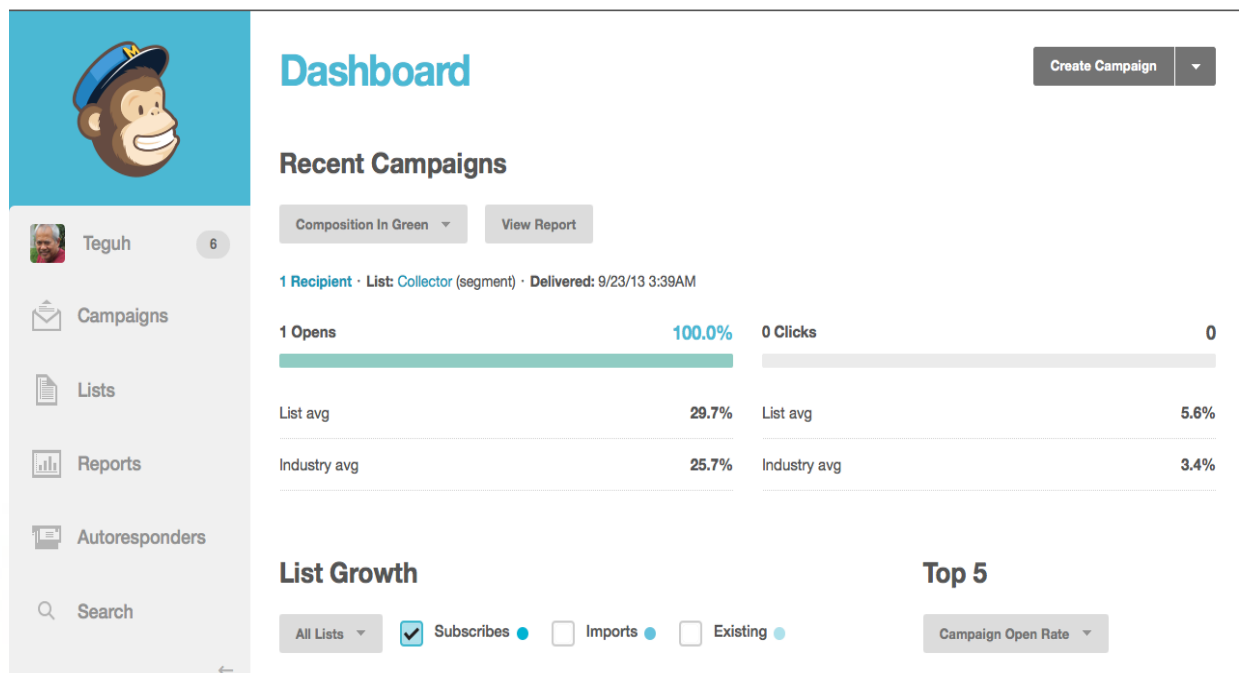
Open rate adalah suatu alat bantu untuk pengguna email marketing agar dapat mengetahui seberapa besar email yang dikirimkan itu dibuka oleh penerima email.

Click rate adalah suatu alat bantu untuk mengetahui seberapa besar persentase link yang disisipkan itu diklik oleh penerima email.

Autoresponder adalah sebuah fitur yang ada di mailchimp dimana dapat mengirimkan email secara otomatis sesuai dengan waktu yang kita tentukan.

Tujuan dibuatnya *email marketing* ini adalah untuk media promosi karya yang dibuat oleh Bilik 3Dharma. *Email marketing* ini juga dapat memberikan informasi mengenai karya-karya yang telah dibuat oleh Teguh Ostenrik selaku pemilik dari Bilik 3Dharma, selain informasi mengenai karya dari Teguh Ostenrik email marketing yang biasa dikirim membahas mengenai Pameran yang akan diadakan oleh Bilik 3Dharma.

Berikut ini adalah *screen capture* yang sudah dibuat oleh penulis mengenai *email marketing* pada Bilik 3Dharma :



Gambar 3.3 *Dashboard*

- *Screenshot* diatas adalah sebuah tampilan *dashboard* dari mailchimp yang digunakan oleh Bilik 3Dharma, pada *dashboard* ini terdapat tampilan *campaigns* terkini yang telah dikirimkan oleh Bilik 3 Dharma, dimana *Campaigns* Terkini itu memuat *report* pesan yang dikirimkan, *report* tersebut berisikan *open rate* dan *click rate*.
- Dibawah ini adalah *Screenshot* dari list mailchimp di Bilik 3Dharma, list ini berisikan email yang sudah tersusun berdasarkan kategori yang ditentukan oleh Bilik 3Dharma. Dalam List ini terdapat PN, HDDI Company, Sponsor, Supplier dan lain-lain.

Name	Created	Subscribers	Open Rate	Click Rate
PN	Sep 10, 2013 03:43 am	1	0.0%	0.0%
HDII Company	Aug 28, 2013 08:53 am	8	4.2%	0.0%
Directory Property Company	Aug 28, 2013 08:46 am	36	11.6%	0.0%
Directory Interior Company	Aug 28, 2013 08:44 am	54	16.1%	0.0%
Sponsor	Aug 21, 2013 06:00 am	11	28.9%	6.8%
Supplier	Aug 21, 2013 05:59 am	51	20.4%	3.5%

Gambar 3.4 List pada Mailchimp

- Dibawah ini adalah *Screenshot* dari *reports* pengiriman *email*. Pada bagian *Report* ini berisi laporan mengenai email yang telah dikirimkan, dimana pada laporan tersebut penulis dapat mengetahui apakah email yang dikirimkan itu dibuka dan jika pengirim email itu menyisipkan alamat *website* maka pengirim dapat mengetahui apakah alamat *website* tersebut telah dibuka oleh penerima. *Report* ini berdasarkan pada setiap email yang telah dikirim, jadi setiap email yang terkirim penulis dapat mengetahui berapa *open rate* dan *click rate*. Selain kedua hal tersebut penulis dapat mengetahui apakah email tersebut *bounce* atau tidak. Pada *list* ini juga terdapat statistik dari *email-email* yang telah dikirimkan.

Name	Created	Subscribers	Open Rate	Click Rate
PN	Sep 10, 2013 03:43 am	1	0.0%	0.0%
HDII Company	Aug 28, 2013 08:53 am	8	4.2%	0.0%
Directory Property Company	Aug 28, 2013 08:46 am	36	11.6%	0.0%
Directory Interior Company	Aug 28, 2013 08:44 am	54	16.1%	0.0%
Sponsor	Aug 21, 2013 08:00 am	11	28.9%	6.8%
Supplier	Aug 21, 2013 05:59 am	51	20.4%	3.5%

Gambar 3.5 Report mailchimp.

UUMN