

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

##### **3.1.1. Kedudukan**

Selama melakukan program praktik kerja magang secara *Work From Office* mulai tanggal 15 Januari sampai 28 Juni 2024 di Casalive Indonesia sebagai marketing intern. Program kerja magang yang dilakukan ini diawasi oleh Junita Simarmata sebagai manager marketing yang bertanggung jawab untuk mengawasi, mengajari dan memberikan masukan terhadap pekerjaan yang penulis lakukan. Perusahaan Casalive Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang underwear atau pakaian dalam wanita yang pemasarannya masih secara offline dengan melakukan sistem jemput bola dan mengadakannya bazar, untuk itu penulis mencoba untuk mengusulkan saran kepada perusahaan untuk menggunakan social media sebagai media sarana promosi dalam meningkatkan penjualan dan juga brand awareness agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selama melakukan proses kerja magang di Casalive Indonesia penulis bertugas sebagai marketing intern dan bertanggung jawab di social media Tiktok Casalive Indonesia. Dan penulis juga melakukan pekerjaan sebagai marketing intern.

##### **3.1.2. Koordinasi**

Selama proses kerja magang, Casalive Indonesia sudah memiliki ketepatan tugas masing masing dalam setiap jabatan sesuai dengan posisi pekerjaan yang mereka duduki. Dalam melakukan proses pelaksanaan kerja magang di Casalive Indonesia penulis melakukan pengisian daily task atau pekerjaan yang dilakukan secara rutin dan penulis menyerahkan laporan tersebut kepada Inas Rakha sebagai pengawas melalui platform Merdeka UMN dengan koordinasi tersebut untuk memastikan dan bertanggung jawab setiap pekerjaan yang dilakukan di kantor setiap hari secara rutin, Casalive Indonesia

sebelumnya tidak memiliki karyawan yang khususnya bertugas untuk memegang social media. oleh karena itu, penulis memberikan usulan atau saran terkait untuk penggunaan social media sebagai platform promosi Casalive Indonesia khususnya Tiktok @Casaliveindonesia.

Dengan adanya social media Tiktok ini maka Casalive Indonesia dapat memiliki peluang yang luas dalam melakukan peningkatan dalam penjualan dan meningkatkan brand awareness dengan menyajikan konten yang informatif tentang bazar dan hal lainnya terkait Casalive Indonesia. Disamping itu, penulis juga memiliki tugas lainnya seperti melakukan pengecekan bon, melakukan penginputan nota penjualan pada cabang Semarang menggunakan Excel, melakukan stok checking form gudang, melakukan pembukuan bon dan faktur untuk mendata penjualan secara akurat, melakukan proses pembuatan faktur tagihan yang akan diserahkan kepada kolektor untuk diberikan kepada customer untuk penagihan pembayaran tempo. Penulis juga ditugaskan langsung ke gudang yang berada di Buana Gardenia Cipondoh untuk mengetahui secara langsung pada proses yang dilakukan untuk menyiapkan produk yang akan dijual, yang dilakukan penulis selama di gudang adalah mensortir atau memilih produk yang akan diserahkan kepada Sales atau menjadi stok counter untuk bazar. Selama melakukan pekerjaan tersebut penulis mendapatkan ilmu saat mengerjakan secara langsung dan dalam proses pekerjaan ini diawasi langsung oleh Junita Simarmata sebagai manager marketing.

### **3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang**

Selama penulis melakukan proses praktik kerja magang yang dilakukan di marketing intern di Casalive Indonesia, penulis melakukan pekerjaan inventory seperti membuat faktur, melakukan rekap ulang stock produk barang, membuat bon faktur. Selain itu penulis juga sebagai admin tiktok yang baru saja dilakukan karena sebelumnya Casalive tidak melakukan sosial media sebagai media promosi, maka dari itu penulis mencoba menggunakan media sosial tiktok sebagai sarana promosi untuk meningkatkan penjualan. Proses

konten tiktok di awasi oleh Junita simarmata sebagai manager marketing yang mana pembuatan konten akan dilakukan tahap pengecekan sebelum di unggah media sosial tiktok Casalive Indonesia.

### 3.2.1 Tugas Yang Dilakukan

Tabel dibawah ini merupakan pekerjaan apa saja yang dilakukan penulis sebagai Marketing Intern yang dimulai dari 15 Januari – 28 Juni 2024 di Casalive Indonesia:

**Tabel 3.1 Tugas yang dilakukan selama praktik kerja magang**

No	Jenis Kegiatan	Keterangan	Koordinasi
1.	Inventory	1. Melakukan absensi. 2. Melakukan stock checking form gudang. 3. Membantu sales menata produk di wagon. 4. Melakukan pengecekan stock barang yang tersedia 5. Melakukan pengecekan bon dan pembukuan bon. 6. Menginput nota penjualan bon Semarang. 7. Membuat faktur tagihan dan memasukan kedalam amplop untuk diserahkan kepada kolektor dan melakukan pembukuan faktur.	Junita Simarmata
2.	Social Media Admin	1. Mencari ide konten untuk diunggah di tiktok @Casaliveindonesia.	Junita Simarmata

		<p>2. Membuat video untuk konten tiktok @Casaliveindonesia.</p> <p>3. Mengedit konten sebelum diunggah di tiktok Casalive Indonesia.</p> <p>4. Mengelola seluruh aktivitas tiktok @Casaliveindonesia.</p> <p>5. Membuat caption untuk setiap postingan konten tiktok @Casaliveindonesia.</p>	
3.	Social Media Content Creator	<p>1. Menjadi Talent dalam pembuatan video konten saat ada bazaar.</p> <p>2. Melakukan perekaman pada pembuatan video konten.</p> <p>3. Melakukan pengeditan untuk konten tiktok @Casaliveindonesia.</p>	Junita Simarmata
4.	Quality Control Gudang	<p>1. Melakukan penyortiran produk saat ada barang datang</p> <p>2. Melakukan penyempurnaan dengan merapikan asetat lable dengan membakar menggunakan api.</p> <p>3. Melakukan pemilihan produk dengan mengelompokkan sesuai grade.</p> <p>4. Menempelkan barcode harga lalu memasangkan ke produk.</p>	Junita Simarmata

		5. Menyiapkan barang-barang untuk pembukaan stan Bazarda.	
--	--	---	--

### 3.2.2 Deskripsi Pekerjaan Harian

Selama penulis melakukan proses praktik kerja magang di Casalive Indonesia, terdapat beberapa tugas pekerjaan yang penulis lakukan sebagai berikut:

#### a. Inventory

Dengan ketentuan yang ada diperusahaan selama melakukan proses kerja magang di Casalive Indonesia, Penulis wajib melakukan absensi perusahaan yang dilakukan jam 08.00 pagi dan melakukan absensi untuk pulang pada jam 17.00 sore. Absensi tersebut berguna untuk mendata kehadiran seluruh karyawan termasuk karyawan magang.



**Gambar 3.1 Proses Absensi**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

Selama melakukan proses kerja magang di Casalive Indonesia, Penulis melakukan beragam macam aspek manajemen inventaris dan administrasi pada pekerjaan tersebut sangat dibutuhkan ketelitian, dan keakuratan. Karena penulis memiliki tanggung jawab atas pekerjaan tersebut yang harus dilakukan secara detail. Pekerjaan yang penulis lakukan adalah melakukan pengecekan bon saat sales dan customer melakukan transaksi pembelian, sales akan mencatat pembelian customer di bon tersebut dan Penulis melakukan pengecekan dan menghitung total pembelian setiap bon dan melakukan pembukuan bon secara teliti dan benar, karena tugas ini akan melakukan pencocokan kembali antara bon dan catatan buku agar dapat memastikan bahwa sudah tercatat secara akurat dan pada saat melakukan transaksi pembayaran telah sesuai dengan yang sudah tertera pada bon pembukuan.

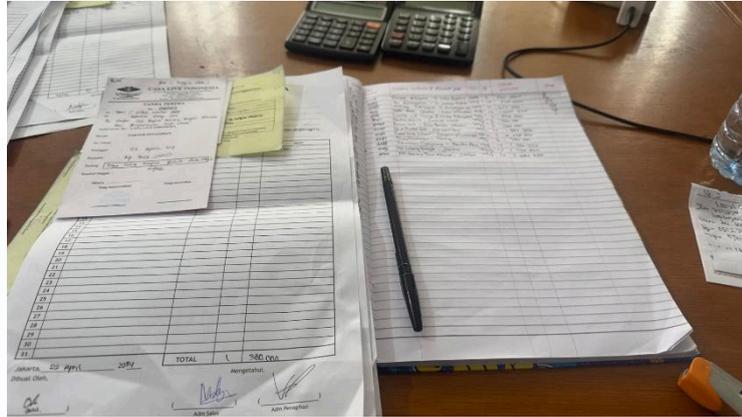


**Gambar 3.2 Pengecekan Bon**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

Selain itu, penulis juga bertugas melakukan proses pembuatan faktur tagihan untuk diserahkan kepada customer dan melakukan pembukuan faktur tagihan, dalam proses ini sangat dibutuhkan ketelitian dalam membuat faktur tagihan dan mencatat faktur tersebut kedalam buku perusahaan. Proses ini dilakukan secara detail dan akurat dalam menulis transaksi tersebut dan menyusun menjadi faktur secara benar agar

memastikan ketersediaan informasi yang diperlukan perusahaan tersedia dan mudah diakses.



**Gambar 3.3 Pembukuan Faktur**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

Penulis juga bertanggung jawab untuk proses pembuatan amplop yang berisikan faktur tagihan, Setelah melakukan proses pembuatan faktur tagihan dan mencatatnya kedalam buku perusahaan faktur tersebut akan dikemas dalam amplop dan diserahkan kepada kolektor, faktur tersebut akan dimasukkan kedalam amplop beserta keterangan informasi perusahaan agar mempermudah customer saat melakukan transaksi pembayaran. Proses ini dilakukan secara detail guna memastikan bahwa informasi dan keterangan perusahaan sudah tersedia didalam amplop sebelum diterima oleh customer.



**Gambar 3.4 Memasukkan Faktur ke dalam Amplop**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

Penulis juga bertanggung jawab untuk melakukan stok checking barang yang berada di gudang perusahaan, dalam proses ini melakukan pengecekan secara rutin dalam keadaan stok barang yang masih tersedia dan siap untuk dijual, penulis melakukan pengecekan tersebut dan memastikan bahwa semua barang yang sudah tercatat dilakukan secara benar dan akurat ke dalam sistem inventaris perusahaan. Penulis bertugas mengisi formulir stock checking gudang secara rutin, hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua stock barang yang berada di gudang tidak ada kesalahan saat penginputan kode produk dalam stock barang yang tersedia. Di samping itu, penulis juga terlibat dalam memasukkan data penjualan barang. Langkah ini melibatkan mencatat setiap transaksi penjualan dengan teliti ke dalam sistem perusahaan, dan memverifikasi bahwa stok barang yang telah terjual dicatat dan tepat. Tugas ini menuntut konsistensi dan kecermatan dalam administrasi data inventaris perusahaan.

Penulis juga mendapatkan tanggung jawab untuk melakukan rekapitulasi bon transaksi pembelian dari cabang Casalive Indonesia yang berada di Semarang. Proses ini melibatkan dalam mengumpulkan data transaksi dari cabang yang kemudian disusun ulang menggunakan Excel. Langkah ini mendukung manajemen perusahaan dalam mengevaluasi kinerja cabang dan membuat keputusan yang tepat untuk pertumbuhan dan

perkembangan bisnis dimasa depan. Melalui serangkaian tugas tersebut, dengan dilakukannya tugas tugas tersebut pada perusahaan penulis memperoleh pengalaman dan ilmu yang besar tentang manajemen inventaris dan administrasi yang akan menjadi aset penting bagi penulis untuk kedepannya dalam melakukan karier yang professional.

NO	THN	BRG	NM	AREA	SR	BRAND	SUB BRAND	URAIAN	HARGA		SALDO AWAL		SURAT JALAN		1			
									ARTIKEL	JUAL	GROSS	COGS	QTY	GROSS		COGS	T.QTY	GROSS
WACAOA :																		
1	11/7/19	AS	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WA GWP 4751/0001A/BC	80.000	64.000	80.000	876	1	80.000	876	-	-	-
2	12/7/18	OB	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WW IB 7955/BI	650.000	520.000	650.000	97.500	2	1.300.000	195.000	-	-	-
3	10/7/23	BSX	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WX IP 5377/BC	120.000	96.000	120.000	12.500	1	120.000	12.500	-	-	-
4	10/7/23	BSX	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WX IP 5377/BC	120.000	96.000	120.000	12.500	1	120.000	12.500	-	-	-
5	12/7/18	OB	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WW LBS 5201/BI	250.000	200.000	250.000	37.500	5	1.250.000	187.500	-	-	-
6	11/7/19	FO	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WW LP 9378	110.000	88.000	110.000	22.000	9	990.000	198.000	-	-	-
7	06/7/23	AS	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WA PB 3526 R1/BC	210.000	168.000	210.000	26.250	2	420.000	52.500	-	-	-
8	05/7/23	BS	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WB PB 3526 R1/BC	210.000	168.000	210.000	26.250	7	1.470.000	183.750	-	-	-
9	03/7/23	BS	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WB PB 3526 R1/BC	210.000	168.000	210.000	26.250	18	3.780.000	472.500	-	-	-
10	12/7/18	OB	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WW PCP 3511/BI/SET	250.000	200.000	250.000	37.500	1	250.000	37.500	-	-	-
11		OB	SMG	SR1	WCL	A	D-20	WS SJI 1075/BI	100.000	80.000	100.000	15.000	16	1.600.000	240.000	-	-	-
12			SMG	SR1	WCL											-	-	-
13			SMG	SR1	WCL											-	-	-
14			SMG	SR1	WCL											-	-	-
15			SMG	SR1	WCL											-	-	-
16			SMG	SR1	WCL											-	-	-
17			SMG	SR1	WCL											-	-	-
18			SMG	SR1	WCL											-	-	-
19			SMG	SR1	WCL											-	-	-
20			SMG	SR1	WCL											-	-	-
21			SMG	SR1	WCL											-	-	-
22			SMG	SR1	WCL											-	-	-
23			SMG	SR1	WCL											-	-	-
24			SMG	SR1	WCL											-	-	-
25			SMG	SR1	WCL											-	-	-
26			SMG	SR1	WCL											-	-	-
27			SMG	SR1	WCL											-	-	-
28			SMG	SR1	WCL											-	-	-
29			SMG	SR1	WCL											-	-	-
30			SMG	SR1	WCL											-	-	-
31			SMG	SR1	WCL											-	-	-
32			SMG	SR1	WCL											-	-	-
33			SMG	SR1	WCL											-	-	-
34			SMG	SR1	WCL											-	-	-
35			SMG	SR1	WCL											-	-	-
36			SMG	SR1	WCL											-	-	-
37			SMG	SR1	WCL											-	-	-
38			SMG	SR1	WCL											-	-	-
39			SMG	SR1	WCL											-	-	-
40			SMG	SR1	WCL											-	-	-
41			SMG	SR1	WCL											-	-	-
42			SMG	SR1	WCL											-	-	-
43			SMG	SR1	WCL											-	-	-
44			SMG	SR1	WCL											-	-	-
45			SMG	SR1	WCL											-	-	-
46			SMG	SR1	WCL											-	-	-
47			SMG	SR1	WCL											-	-	-
48			SMG	SR1	WCL											-	-	-
49			SMG	SR1	WCL											-	-	-
50			SMG	SR1	WCL											-	-	-
51			SMG	SR1	WCL											-	-	-
52			SMG	SR1	WCL											-	-	-
53			SMG	SR1	WCL											-	-	-
54			SMG	SR1	WCL											-	-	-
55			SMG	SR1	WCL											-	-	-
56			SMG	SR1	WCL											-	-	-
57			SMG	SR1	WCL											-	-	-
58			SMG	SR1	WCL											-	-	-
59			SMG	SR1	WCL											-	-	-
60			SMG	SR1	WCL											-	-	-
61			SMG	SR1	WCL											-	-	-
62			SMG	SR1	WCL											-	-	-
63			SMG	SR1	WCL											-	-	-
64			SMG	SR1	WCL											-	-	-
65			SMG	SR1	WCL											-	-	-
66			SMG	SR1	WCL											-	-	-
67			SMG	SR1	WCL											-	-	-
68			SMG	SR1	WCL											-	-	-
69			SMG	SR1	WCL											-	-	-
70			SMG	SR1	WCL											-	-	-
71			SMG	SR1	WCL											-	-	-
72			SMG	SR1	WCL											-	-	-
73			SMG	SR1	WCL											-	-	-
74			SMG	SR1	WCL											-	-	-
75			SMG	SR1	WCL											-	-	-
76			SMG	SR1	WCL											-	-	-
77			SMG	SR1	WCL											-	-	-
78			SMG	SR1	WCL											-	-	-
79			SMG	SR1	WCL											-	-	-
80			SMG	SR1	WCL											-	-	-
81			SMG	SR1	WCL											-	-	-
82			SMG	SR1	WCL											-	-	-
83			SMG	SR1	WCL											-	-	-
84			SMG	SR1	WCL											-	-	-
85			SMG	SR1	WCL											-	-	-
86			SMG	SR1	WCL											-	-	-
87			SMG	SR1	WCL											-	-	-
88			SMG	SR1	WCL											-	-	-
89			SMG	SR1	WCL											-	-	-
90			SMG	SR1	WCL											-	-	-
91			SMG	SR1	WCL											-	-	-
92			SMG	SR1	WCL											-	-	-
93			SMG	SR1	WCL											-	-	-
94			SMG	SR1	WCL											-	-	-
95			SMG	SR1	WCL													



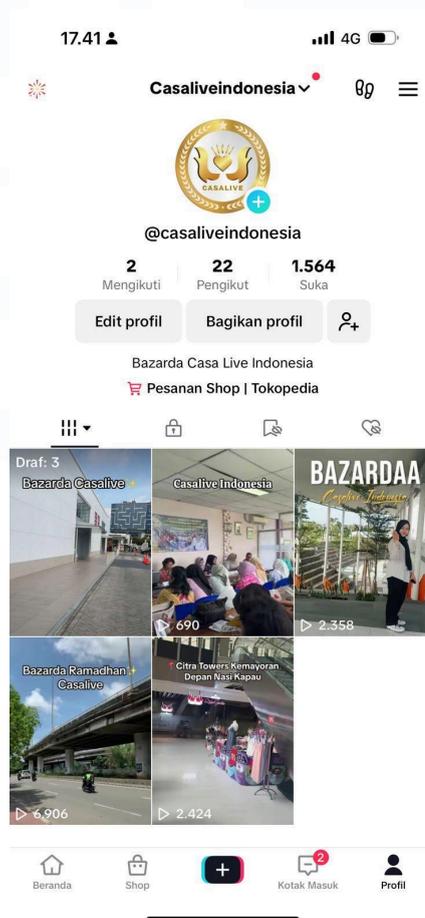
**Gambar 3.6 Saat melakukan Pengecekan Produk**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

#### **b. Social Media Admin**

Selama melakukan kerja magang di Casalive Indonesia, penulis juga diberikan tanggung jawab baru yang Casalive Indonesia sebelumnya tidak pernah lakukan yaitu adalah membuat akun social media sekaligus menjadi admin khususnya Tiktok @Casaliveindonesia. Dalam proses ini penulis harus menciptakan konten video yang dapat menarik audiens untuk mengetahui tentang Casalive Indonesia, pembuatan video di akun Tiktok ini bertujuan untuk menyebarkan informasi terkait tentang adanya event ataupun sedang adanya penyelenggaraan bazaar Casalive Indonesia. Tidak heran bila Tiktok saat ini menjadi sarana yang memiliki perkembangan tinggi untuk menjangkau luas audiens untuk melakukan promosi, disamping itu, dalam proses penulis juga terlibat dalam

pengelolaan semua kegiatan yang ada pada akun Tiktok @Casaliveindonesia. Penulis juga bertanggung jawab dalam memastikan bahwa konten video sudah sesuai dengan kebijakan perusahaan sebelum melakukan unggahan konten, dengan hal ini penulis berupaya memberikan hal yang positif untuk perusahaan guna memajukan Casalive Indonesia dalam tingkat penjualan yang berkembang dengan menggunakan platform social media Tiktok sebagai sarana promosi.



**Gambar 3.7 Profile akun tiktok Casalive Indonesia**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

Dalam proses ini berasal dari usulan atau saran dari penulis sendiri yang kemudian diberi respon yang positif dari perusahaan untuk dapat melakukan kegiatan tersebut dalam pengawasan perusahaan, dengan ini

penulis diberikan kepercayaan dalam proses pembuatan dan pengelolaan konten di akun Tiktok @CasaliveIndonesia. Tujuan utama dari pembuatan akun tersebut guna meningkatkan penjualan Casalive Indonesia menggunakan platform Tiktok sebagai sarana promosi, karena sebelumnya Casalive Indonesia tidak menggunakan strategi Digital marketing melalui social media khususnya Tiktok yang saat ini sedang berkembang pesat untuk promosi penjualan. Dengan terciptanya usulan atau saran tersebut, penulis dapat membawa perusahaan ke dalam dunia digital sebagai platform yang dapat mereka gunakan sebagai media promosi. Pada akun tersebut, penulis bertanggung jawab untuk menciptakan konten video promosi yang sedang dilakukan perusahaan Casalive Indonesia, dengan terciptanya ide yang kreatif penulis dapat menciptakan dan mengembangkan strategi marketing untuk mencapai audiens yang luas. Dengan konten yang memberikan keterangan yang informatif saat sedang adanya penyelenggaraan event atau bazar sesuai dengan kebijakan dan persetujuan perusahaan dalam isi konten tersebut maka dapat mencakup banyak audiens untuk mengetahui saat Casalive Indonesia sedang mengadakan suatu event bazaar, dengan hal ini perusahaan dapat mengoptimalkan keunggulan besar dari platform social media khususnya Tiktok untuk menjangkau customer lebih luas.



**Gambar 3.8 Postingan Tiktok Casalive Indonesia**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

### **c. Social Media Konten Creator**

Selama melakukan kerja magang, Penulis juga terlibat dan terjun langsung dalam tugas pembuatan konten video untuk akun Tiktok @Casaliveindonesia. Selain penulis melakukan kerja magang, penulis menjadi salah satu talent yang ikut serta dalam pembuatan konten video Bazar da. Selain menjadi talent dalam video tersebut penulis juga terlibat dalam proses pembuatan video seperti merekam. Disamping itu penulis

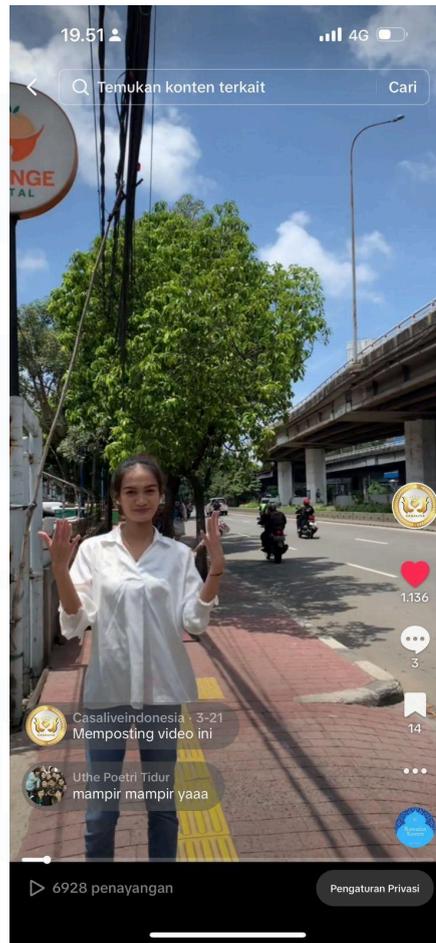
juga bertugas untuk membuat atau mengedit video sesuai dengan kebijakan dan persetujuan Casalive Indonesia agar tidak terjadi kesalahan informasi saat sebelum video tersebut diunggah, dalam menjalani proses magang ini. Penulis dapat mengalami atau terjun langsung dan belajar tentang proses pembuatan suatu konten video.



**Gambar 3.9 Proses Pembuatan Video**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

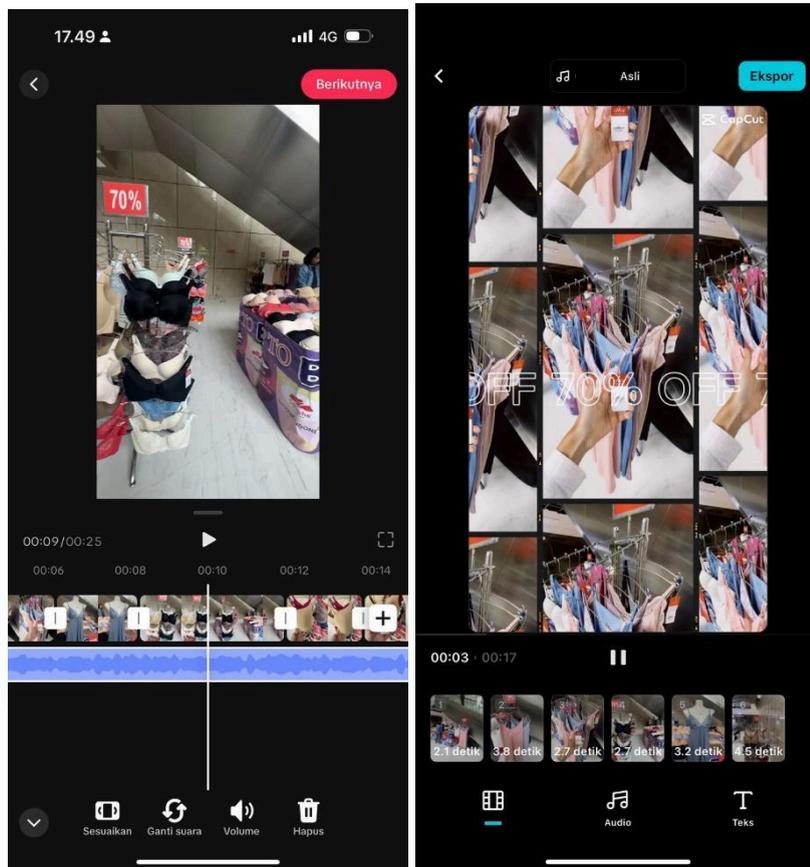
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.10 Menjadi Talent dalam konten video Casalive Indonesia**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

Dalam proses ini, penulis melakukan pengeditan video yang sudah diambil. Proses pengeditan konten dengan menggunakan aplikasi Tiktok dan Capcut. Setelah melakukan pengeditan dan melakukan revisi untuk persetujuan dalam memposting konten video Tiktok.



**Gambar 3.11** Proses Pengeditan Tiktok di aplikasi Capcut

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



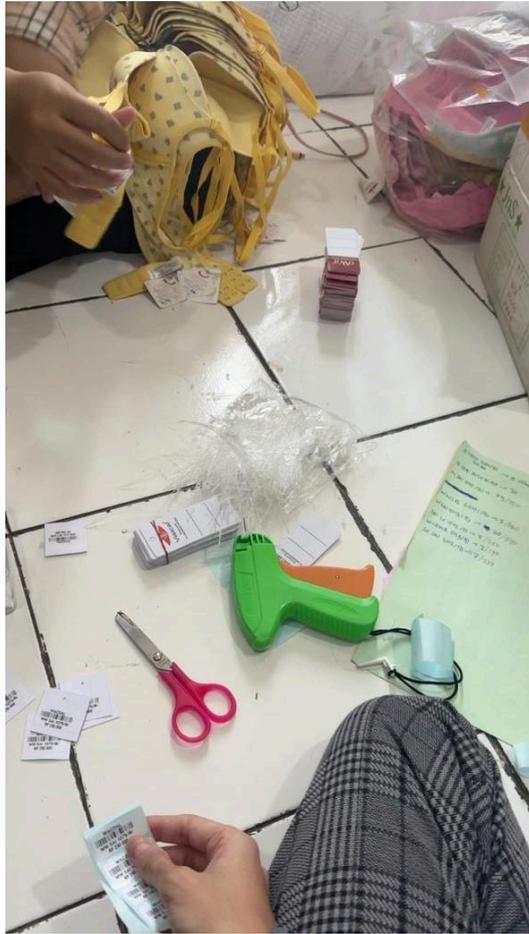
**Gambar 3.12 Upload Konten Video di Tiktok**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

#### **d. Quality Control Gudang**

Selama melakukan magang di Casalive Indonesia, penulis juga melakukan berbagai macam tugas untuk quality control gudang dan ikut serta dalam mempersiapkan produk saat melakukan bazar. Tugas pertama yang saya lakukan dalam quality control gudang ini adalah memilih atau mensortir produk dengan teliti dan terampil, karena langkah ini mencakup pengenalan produk dengan berdasarkan standar kualitas, integritas, kelengkapan produk dan memastikan bahwa produk yang sedang diperiksa dapat melewati standar yang kebijakan perusahaan telah tetapkan untuk dapat dijual. Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk merapihkan dengan teliti pada setiap produk agar tetap menarik dan berkualitas untuk

customer, setelah proses tersebut penulis memilah produk dengan berdasarkan grade dan juga kualitasnya dan dapat dipastikan bahwa hanya produk produk unggulan yang akan dipilih untuk ditawarkan kepada customer. Setelah itu penulis memiliki tanggung jawab dalam menempelkan dan pemasangan barcode pada setiap produk, hal ini menjadi proses yang penting dalam mengelola stok dan transaksi penjualan. Dengan adanya barcode transaksi penjualan menjadi lebih mudah dan efisien dengan peningkatan kecepatan dan akurasi pada saat mempersiapkan pembukaan Bazar, dan ini menjadi langkah penting bagi penulis dalam mempersiapkan seluruh produk. Tujuan dari dilakukannya proses ini adalah dapat memastikan bahwa customer mendapatkan produk yang memiliki kualitas tinggi dan integritas dan sesuai oleh ketetapan perusahaan sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan dalam menyajikan produk yang berkualitas.



**Gambar 3.13 Proses Pemasangan dan Penempelan Label**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

UJMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.14 Sortir Produk**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.11** Aktivitas saat Merapihkan dan Pembakaran Asetat.

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Kendala yang penulis temukan saat proses praktik kerja magang dari 15 Januari sampai 28 Juni di Casalive Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Saat penulis melakukan proses kerja magang di Casalive Indonesia, penulis menemukan kendala dengan waktu dikarenakan manajer marketing sebagai supervisor yang bertanggung jawab segala aktivitas saat

melakukan pekerjaan, maka dari itu penulis mengalami kendala sulit saat ingin berkoordinasi dengan supervisor karena keterbatasan waktu.

2. Dikarenakan Casalive Indonesia baru memulai di dunia digital teknologi maka penentuan ide konten masih dilakukan secara mandiri. Oleh karena itu, penulis mendapatkan kesulitan untuk menentukan ide dalam pembuatan konten saat ingin di publikasikan.
3. Dikarenakan Casalive Indonesia baru memulai promosi penjualan melalui social media Tiktok maka proses yang dibutuhkan untuk mencapai pada program tersebut tersebut melalui beberapa tahap sebelum konten tersebut dapat diunggah yaitu melakukan pengeditan konten setelah proses terjadinya perekaman. Dalam pembuatan konten tersebut ditemukannya kendala saat melakukan pengeditan karena penulis masih melakukan pengeditan secara mandiri dan Casalive Indonesia belum mempunyai bagian untuk membantu pada proses pengeditan.
4. Karena Casalive Indonesia sebelumnya tidak mempunyai akun tiktok dan mempromosikan secara online penulis menemukan kendala sulitnya akses untuk mempublikasikan produk ketika digunakan terkait produk tersebut adalah underwear atau pakaian dalam wanita dikarenakan banyaknya customer yang sering kali ingin melihat produk secara langsung dari bentuk, hingga size saat dipakai. Maka dari itu saat melakukan promosi didalam social media penulis mengalami sedikit kesulitan saat menentukan ide untuk isi konten Tiktok.

Selain kendala yang penulis alami saat melakukan praktik kerja magang di atas terdapat beberapa kendala di perusahaan Casalive Indonesia seperti:

1. Proses pemasaran yang dilakukan masih secara manual atau terjun langsung, belum melalui media sosial untuk promosi ketika sedang ada event seperti bazaar.
2. Perusahaan Casalive Indonesia belum memakai e-commerce seperti shopee, tokopedia, tiktok shop dll sebagai wadah untuk berjualan online.

3. Sulitnya mendapatkan karyawan untuk lowongan kerja bagian *Sales Representatif* karena minimnya informasi yang dilakukan perusahaan. Dalam artian, perusahaan masih menggunakan cara tradisional untuk merekrut karyawan, salah satunya dengan menggunakan brosur.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi yang dapat penulis berikan terhadap kendala-kendala yang terjadi saat proses praktek kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Menghadapi kendala koordinasi dengan supervisor selama proses magang dapat menjadi tantangan yang signifikan. Maka dari itu penulis menemukan beberapa solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah keterbatasan waktu dalam berkoordinasi dengan manajer marketing di Casalive Indonesia seperti menyusun jadwal dengan mengusahakan untuk menetapkan jadwal pertemuan rutin dengan supervisor, memanfaatkan digital komunikasi seperti email, obrolan, atau platform lainnya.
2. Karena Casalive Indonesia baru memasuki dunia teknologi digital, penentuan ide konten masih dilakukan secara mandiri. Akibatnya, penulis mengalami kesulitan dalam menentukan ide untuk pembuatan konten yang akan dipublikasikan. Solusi dalam kendala tersebut adalah Lakukan riset pasar untuk memahami tren dan kebutuhan audiens, seperti memanfaatkan alat seperti Google Trends, analisis media sosial, dan survei audiens untuk menemukan topik yang menarik dan relevan bagi target audiens. Memperhatikan kompetitor sejenisnya dalam menciptakan konten, dengan mengetahui cara perusahaan lain dalam menghasilkan konten, mengetahui topik yang akan diangkat, dan tanggapan audiens dalam penyajian konten tersebut maka hal ini dapat memberikan inspirasi dan juga pemahaman dalam menciptakan konten yang dapat berpotensi besar untuk Casalive Indonesia
3. Perihal masalah seputar editing video, penulis mengatasinya dengan melakukan berbagai macam cara, menggunakan *tools editing video* yang

mudah digunakan seperti Capcut agar bisa membiasakan diri dengan proses editing video. Penulis juga terus mengatasi kemampuan *editing* video dengan menonton tutorial di sosial media dan berlatih secara mandiri. Terakhir, penulis juga sering meminta bantuan eksternal terkait proses editing yang sudah dilakukan agar dapat mengetahui *feedback* dari tiap orang.

4. Penulis mengatasi kendala ini dengan menampilkan produk secara visual dengan menggunakan teknik *close-up* dan detail untuk menunjukkan kualitas dan desain produk *underwear* wanita Casalive, menggunakan model yang beragam untuk mewakili berbagai body type dan gaya serta membuat video *try-on* yang menunjukkan bagaimana produk underwear wanita Casalive terlihat saat dipakai.

Selain solusi terhadap kendala yang dihadapi penulis adapun solusi untuk kendala yang dialami perusahaan Casalive Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Pertama-tama, penulis menyarankan perusahaan untuk melakukan pemasaran dengan membuat video konten untuk diunggah ke media sosial saat sedang ada bazaar dan event. Karena menurut Tresnawati, Y., & Prasetyo (2018) Media digital mencakup teks, suara, gambar, dan video yang dapat diakses melalui komputer atau perangkat telepon genggam untuk menarik minat konsumen terhadap penawaran penjual.
2. Mengusulkan kepada Manajer Casalive Indonesia untuk menggunakan platform e-commerce seperti tokopedia, shopee, tiktok shop dll sebagai wadah untuk berjualan online.
3. Penulis menyarankan Manajer Casalive Indonesia untuk mengoptimalkan media sosial (Tiktok dan Instagram) agar mempermudah calon karyawan memperoleh informasi seputar lowongan kerja.

Intinya, pengaplikasian berbagai sosial media dan platform e-commerce cukup penting untuk dioptimalkan karena kemudahan akses yang dapat

dilakukan serta dapat mencakup semua kalangan tergantung dari target audiens perusahaan. Jadi, perusahaan perlu untuk adaptif dan mengikuti perkembangan zaman agar perusahaan dapat terus *sustain* secara *long-term*.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA