

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis selama melaksanakan praktek kerja magang di PT Mandiri Logistics International adalah sebagai *internship* yang ditempatkan di *digital marketing*. Praktek kerja magang ini dimulai pada tanggal 15 Januari 2024 dan berakhir pada 7 Mei 2024 atau selama 5 bulan sesuai dengan kontrak yang telah ditandatangani oleh penulis dan perusahaan. Praktek kerja magang ini diawasi langsung oleh pembimbing lapangan Bapak Irfan Singandaru sebagai supervisor penulis serta secara tidak langsung juga diawasi oleh Bapak Sulaiman selaku *director company*.



Gambar 3.1 Kedudukan Penulis

Sumber : PT Mandiri Logistics International, 2024

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan aktivitas pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Digital Marketing Internship* pada *Marketing Division* di PT Mandiri Logistics International :

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan

No	Job Description	Supervisor	Keterangan	Frekuensi
1.	a. Mengikuti <i>Company Visit</i> bersama Supervisor b. Mendokumentasikan Nya	Bapak Irfan Singandaru	Hasil dokumentasi digunakan sebagai bahan konten dan juga input pada laman google	Harian
2.	Membuat <i>Form</i> untuk Rekrutmen Karyawan	Bapak Irfan Singandaru	Untuk memudahkan calon karyawan menginput data yang diperlukan perusahaan	Harian
3.	a. Membuat akun Instagram dan TikTok perusahaan b. Mengelola Instagram dan Tiktok perusahaan	Bapak Irfan Singandaru	Untuk menambah <i>engagement</i> dengan audiens (salah satunya PT Indisi) dan meningkatkan kepercayaan konsumen PT Mandiri Logistics International di mata	Harian
4.	Ikut serta dalam kegiatan <i>meeting</i> : - Bulanan <i>Team</i>	Bapak Irfan Singandaru	Mendapatkan ilmu tentang <i>marketing</i>	Harian

	<p><i>Marketing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Bersama Klien - Seluruh divisi - Perencanaan pasar 		dan juga bersosialisasi agar menambah relasi	
5.	Membuat email resmi perusahaan dan mensetup email ke dalam outlook karyawan	Bapak Irfan Singandaru	Membangun komunikasi profesional dengan klien, mitra bisnis, dan pihak eksternal lainnya	Harian
6.	Menambahkan lokasi perusahaan ke dalam Google Maps	Bapak Irfan Singandaru	Untuk memudahkan <i>client</i> dalam menemukan lokasi perusahaan, baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> dan memperluas jangkauan perusahaan ke calon pelanggan baru.	Harian
7.	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat website b. <i>Maintenance</i> website perusahaan 	Bapak Irfan Singandaru	Untuk menjangkau pelanggan secara online dan membangun <i>brand awareness</i> .	Harian

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Menurut Carl R. Rogers (1959) dalam bukunya "*A Theory of Personality*", komunikasi merupakan proses pertukaran informasi dan ide antara dua orang atau lebih.

Berikut uraian secara rinci mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses kerja magang berlangsung:

1. Mengikuti *Company Visit* dan mendokumentasikannya

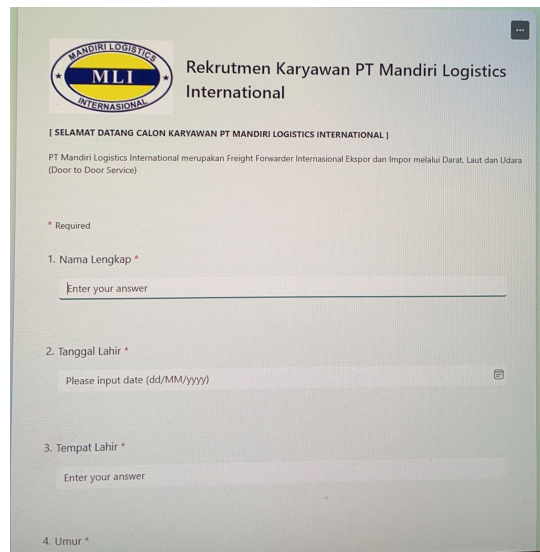


Gambar 3.2 *Company Visit*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2024

Tugas pertama, penulis bertanggung jawab untuk mendokumentasikan *company visit*. *Company visit* ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami proses bisnis dan operasional perusahaan lain, mempelajari *best practices* di industri logistik, dan membangun *networking* dengan profesional di industri logistik. Sebelum *company visit*, penulis melakukan riset tentang perusahaan yang akan dikunjungi untuk memahami profil dan fokus bisnis mereka. Penulis membantu supervisor untuk mendokumentasikan kegiatan *company visit* seperti produk dan layanan. Hasil dari dokumentasi ini penulis manfaatkan untuk bahan pembuatan konten dan juga input pada laman google.

2. Membuat Form untuk Rekrutmen Karyawan



The image shows a digital recruitment form for PT Mandiri Logistics International. At the top left is the company logo, a circular emblem with 'MANDIRI LOGISTICS' at the top, 'MLI' in the center, and 'INTERNASIONAL' at the bottom. To the right of the logo, the text reads 'Rekrutmen Karyawan PT Mandiri Logistics International'. Below this, a welcome message in Indonesian says: '[SELAMAT DATANG CALON KARYAWAN PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL]' followed by 'PT Mandiri Logistics International merupakan Freight Forwarder Internasional Ekspor dan Impor melalui Darat, Laut dan Udara (Door to Door Service)'. The form contains four required fields, each with an asterisk and the word 'Required' above it: 1. '1. Nama Lengkap *' with a text input field containing the placeholder 'Enter your answer'; 2. '2. Tanggal Lahir *' with a date input field containing the placeholder 'Please input date (dd/MM/yyyy)'; 3. '3. Tempat Lahir *' with a text input field containing the placeholder 'Enter your answer'; 4. '4. Umur *' with a text input field.

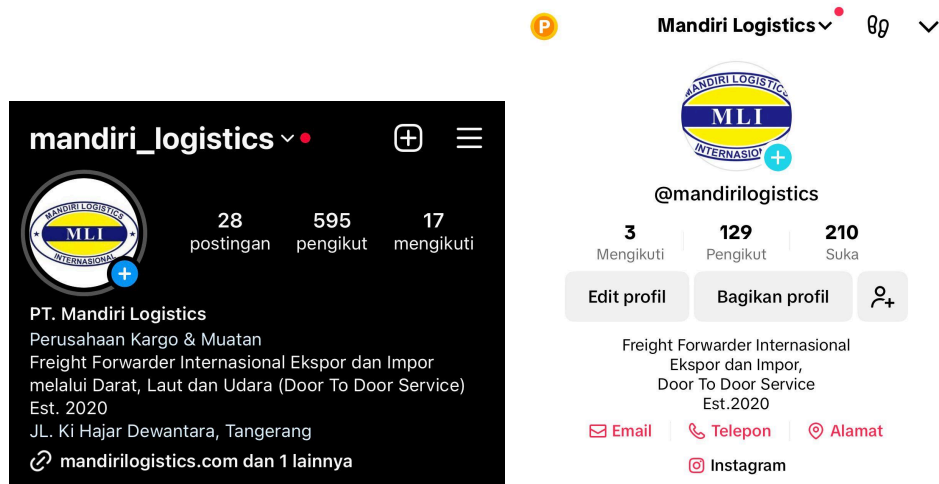
Gambar 3.3 Formulir Rekrutmen Karyawan

Sumber : Forms Office, 2024

Tugas kedua penulis, penulis mendapat kesempatan untuk berkontribusi dalam proses rekrutmen karyawan dengan membuat formulir rekrutmen. Formulir ini dirancang untuk memudahkan pelamar dalam mengajukan lamaran kerja, mempercepat proses *screening* lamaran kerja, dan mengumpulkan informasi yang relevan dari pelamar kerja untuk proses seleksi.

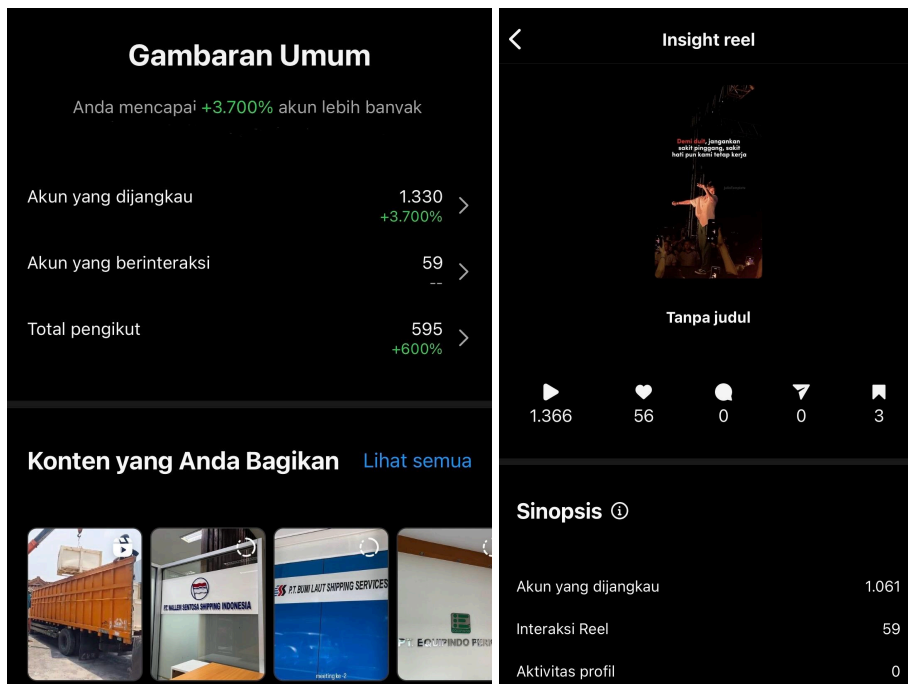
Formulir rekrutmen ini dibuat dengan menggunakan *platform online* yang mudah digunakan dan diakses oleh pelamar. Formulir ini mencakup berbagai pertanyaan, seperti informasi pribadi, nama, alamat, dan nomor telepon, dilanjutkan dengan pendidikan dan pengalaman kerja, keterampilan dan kemampuan serta motivasi dan minat terhadap perusahaan. Setelah pelamar mengisi formulir, data yang terkumpul akan dianalisis oleh tim rekrutmen untuk memilih pelamar yang paling *qualified*.

3. Membuat dan Mengelola konten di Instagram dan Tiktok



Gambar 3.4 Akun Instagram dan Tiktok Perusahaan

Sumber : Instagram dan Tiktok, 2024



Gambar 3.5. *Traffic* Instagram

Sumber : Instagram, 2024

Dari gambar diatas, akun Instagram kami mengalami pertumbuhan followers yang cukup signifikan. Jumlah *followers* yang meningkat tajam, menunjukkan ketertarikan yang besar dari audiens terhadap konten yang penulis sajikan. Selain itu,

salah satu konten yang penulis unggah berhasil masuk kategori *For You Page (FYP)* di Instagram, meningkatkan *visibilitas* dan interaksi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi konten yang penulis terapkan cukup *efektif* dalam menarik perhatian audiens. pertumbuhan ini sangat membuat bahagia dan memotivasi penulis untuk terus memberikan konten yang relevan dan menarik bagi audiens.

Analitik

Ikhtisar Video Penonton LIVE

Performa

Jangkauan Keterlibatan Konversi

Tayangan video **14.384**
>999,99%

Penonton yang dijangkau **13.022**
>999,99%

Tayangan profil **38**
>999,99%

Video terpopuler Anda

Analisis video

26.7K | 186 | 1 | 6 | 10

Data di bawah ini diperbarui pada 05-15-2024

Pertunjukan

Jangkauan	12.403
Waktu tayangan rata-rata	3,26s
Tingkat penyelesaian	0%
Tayangan profil	25

Promosi

Buat Dasbor Milik Saya

Ikhtisar hasil

Video, 28 hari terakhir, Semua target

Biaya	Rp 70,000
Tayangan video	13.0K
Pengikut baru	120
Suka	177
Komentar	1
Berbagi	0

Riwayat pesanan

Video, 28 hari terakhir, Untuk Anda

Durasi	2 hari
Biaya	Rp 70,000 / Rp 70,000
Tayangan video	13.0K
Pengikut baru	120

Promosikan Lagi Selesai

Gambar 3.6 *Traffic* Tiktok

Sumber : Tiktok, 2024

Dari hasil analitik dan TikTok Ads yang disajikan pada gambar 4.1, konten mendapatkan jangkauan yang bertumbuh signifikan di *platform* TikTok membutuhkan strategi yang matang dan terukur. Salah satu elemen kunci untuk mencapai ini adalah melalui konten iklan atau ads yang menurut analitik menunjukkan pertumbuhan pesat. Dengan menganalisis data dari berbagai kampanye iklan, penulis dapat memahami tren dan *preferensi audiens* yang terus berkembang. Data analitik memberikan wawasan mendalam tentang jenis konten yang paling efektif, waktu terbaik untuk memposting, dan bagaimana audiens berinteraksi dengan konten yang dibuat.

Menurut Andrew Smith (2016), media sosial adalah platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk terhubung, berbagi informasi, dan berinteraksi satu sama lain. Untuk tugas yang selanjutnya, penulis ditugaskan untuk mengelola konten media sosial perusahaan, khususnya di platform Instagram dan TikTok. Penulis terlibat dalam berbagai aspek pengelolaan konten, mulai dari mencari ide konten (kreasi) hingga upload konten. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan strategi *marketing* perusahaan, tren terkini, dan target audiens atau klien yakni perusahaan lain yang ingin menggunakan jasa atau layanan logistik.

Dalam tahap kreasi, penulis bertanggung jawab untuk membuat konten kreatif dan menarik, baik dalam bentuk gambar, video, maupun caption. Konten yang dibuat bervariasi dan beragam, contohnya informasi seputar layanan logistik dan informasi seputar perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Joe Pulizzi (2013), dalam bukunya "*Content Marketing: Strategy, Tactics, and Measurement*", pemasaran konten berfokus pada pembuatan dan distribusi konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang ditargetkan. Penulis menggunakan berbagai tools dan software untuk membantu pembuatan konten, seperti Capcut dan Canva. Konten yang telah dibuat kemudian penulis publikasikan (*upload*) di platform Instagram dan TikTok. Penulis memperhatikan caption yang relevan untuk memastikan konten menjangkau target audiens yang diharapkan.

4. Ikut serta dalam kegiatan *meeting*



Gambar 3.7 Ruang *Meeting*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2024

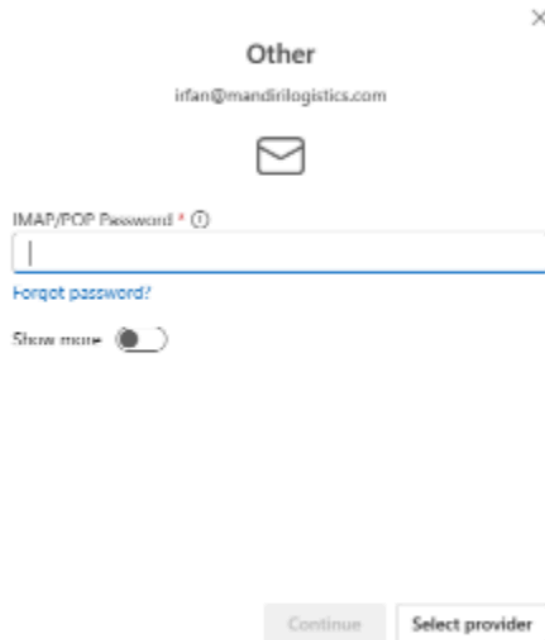
Tugas keempat penulis adalah ikut serta dalam kegiatan *meeting* perusahaan. Dalam menciptakan performa yang lebih baik bagi setiap posisi terutama divisi *marketing*, penting bagi divisi ini untuk memaksimalkan performa yang dimiliki oleh setiap tim/anggota sehingga *head department* terkadang mengadakan rapat bersama tim *marketing*, terkait teknis seperti *meeting* bulanan *team marketing*, *meeting* bersama klien, dan *meeting* seluruh divisi. Untuk memperkaya wawasan penulis, supervisor mengundang penulis untuk mengikuti rapat yang sedang berlangsung dan membantu supervisor ketika diperlukan.

5. Membuat email resmi perusahaan dan mensetup email kedalam outlook karyawan

Account ▼ @ Domain	Restrictions
<input type="checkbox"/> > wulan@mandirilogistics.com	✓ Unrestricted
> u1661202 System	✓ Unrestricted
<input type="checkbox"/> > sulaiman@mandirilogistics.c...	✓ Unrestricted
<input type="checkbox"/> > iwan@mandirilogistics.com	✓ Unrestricted
<input type="checkbox"/> > irfan@mandirilogistics.com	✓ Unrestricted
<input type="checkbox"/> > edward@mandirilogistics.com	⚠ Restricted
<input type="checkbox"/> > ahmad.fazrudin@mandirilog...	✓ Unrestricted

Gambar 3.8 Email Resmi Perusahaan

Sumber : Cpanel, 2024

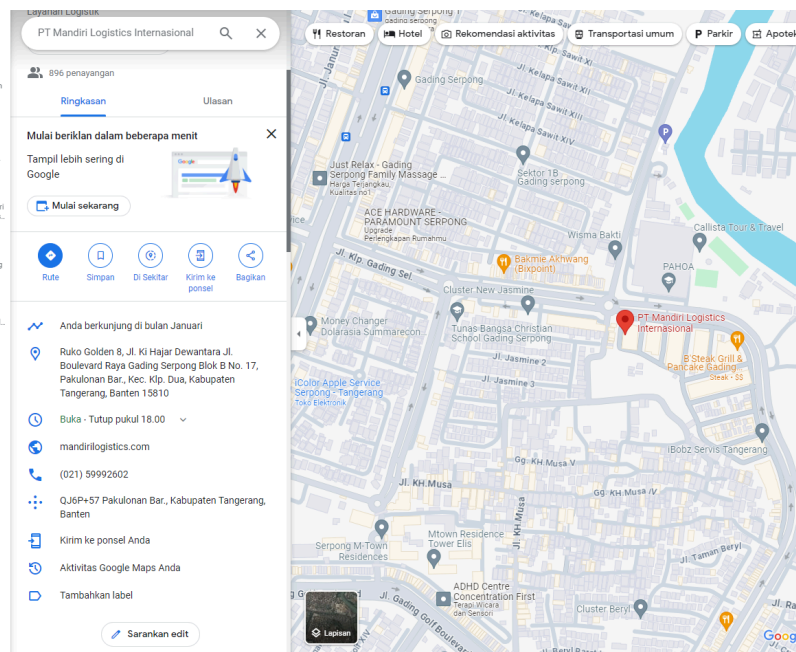


Gambar 3.8 Email Resmi Perusahaan

Sumber : Outlook, 2024

Tugas kelima yang dilakukan penulis adalah membuat dan menyetup email perusahaan. Hal ini bertujuan untuk membangun komunikasi profesional dengan klien, mitra bisnis, dan pihak eksternal lainnya, meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata konsumen, dan menyampaikan informasi penting kepada *audience* yang tepat dengan cara yang jelas dan ringkas. Email resmi perusahaan dibuat dengan menggunakan template email yang telah dirancang sesuai dengan *brand identity* perusahaan.

6. Menambahkan lokasi perusahaan ke dalam Google Maps



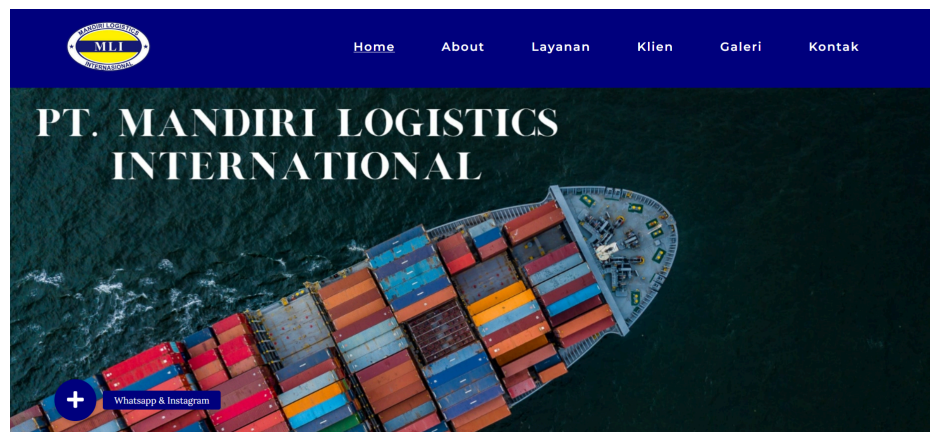
Gambar 3.9 Google Maps PT Mandiri Logistics Internasional

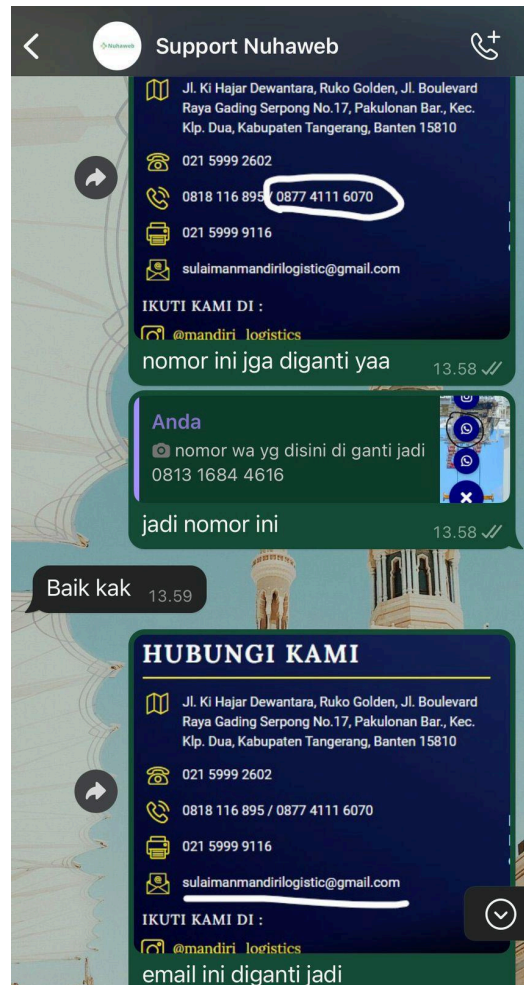
Sumber : Google Maps, 2024

Teori Reputasi Merek yang dikemukakan oleh Charles Fombrun (1996) dalam bukunya "*Reputation: Realizing Value in the Corporate Era*" menyatakan bahwa reputasi merek adalah persepsi publik tentang perusahaan dan produk atau

layanannya. Reputasi yang positif dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, seperti meningkatkan kepercayaan pelanggan, menarik talenta terbaik, dan mendorong penjualan. Maka dari itu, guna meningkatkan reputasi perusahaan yang positif, tugas keenam penulis adalah menambahkan lokasi perusahaan ke dalam Google Maps. Hal ini bertujuan untuk memudahkan *client* dalam menemukan lokasi perusahaan, baik secara *online* maupun *offline* dan memperluas jangkauan perusahaan ke calon pelanggan baru. Proses ini dilakukan dengan membuat akun Google Bisnisku dan melengkapi informasi profil perusahaan, seperti nama, alamat, jam buka, nomor telepon, video dan foto.

7. Membuat dan *maintenance* website perusahaan





<https://mandirilogistics.com/>

Gambar 4.0 Website Perusahaan

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 2024

Di era digital ini, website merupakan etalase utama bagi sebuah perusahaan untuk menjangkau pelanggan dan membangun *kredibilitas*. Selama magang di PT Mandiri Logistics International, penulis berkesempatan untuk berkontribusi dalam membuat dan memelihara website perusahaan. Pertama, penulis terlibat dalam proses pembuatan website dengan membuat desain website yang menarik dan sesuai dengan *brand identity* perusahaan, mengembangkan konten website yang informatif dan relevan, dan memastikan website mudah dinavigasi dan *user-friendly*. Kedua, penulis bertanggung jawab untuk maintenance website dengan memperbarui konten website secara berkala, memantau performa website dan melakukan perbaikan yang diperlukan, menangani masalah teknis yang terjadi pada website.

Kepercayaan terbangun dengan adanya website yang dibuat oleh penulis, hal itu dapat diukur dari banyaknya yaitu 5 perusahaan lain yang ingin mengirim barang dan mendapati kontak PT Mandiri Logistics International melalui website.

Secara keseluruhan, *Digital Marketing* memungkinkan PT Mandiri Logistics International untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas. Dengan memanfaatkan *website, media sosial, email marketing, dan search engine optimization (SEO)*, perusahaan dapat meningkatkan kehadiran mereka di media sosial. Misalnya, dengan memiliki website yang dioptimalkan untuk mesin pencari, perusahaan dapat muncul di halaman pertama hasil pencarian *Google* saat calon konsumen mencari layanan logistik. Hal ini sangat penting karena banyak perusahaan saat ini melakukan pencarian online sebelum memutuskan untuk bekerja sama dengan penyedia jasa tertentu.

Pentingnya *Digital Marketing* bagi PT Mandiri Logistics International dalam konteks *B2B* tidak dapat diabaikan. Digital marketing tidak hanya membantu perusahaan menjangkau *audiens* yang lebih luas, tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih personal dan relevan dengan calon konsumen, serta memberikan data yang berharga untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Dengan memanfaatkan berbagai alat dan teknik digital marketing, PT Mandiri Logistics International dapat memperkuat posisinya sebagai penyedia jasa logistik terkemuka dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan client.

Sicepat Express merupakan salah satu contoh perusahaan logistik yang telah mengadopsi *Digital Marketing* untuk memperluas pangsa pasar. Sicepat Express sangat aktif di *platform digital* seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk mempromosikan layanan mereka. Selain itu, mereka juga menggunakan SEO dan iklan berbayar untuk menjangkau audiens B2B.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut beberapa kendala yang dialami oleh penulis selama masa praktik kerja magang di PT. Mandiri Logistics Internasional:

1. Kurangnya pemahaman tentang *Digital Marketing* dari pihak perusahaan.

Tantangan bagi penulis ialah, kurang nya pemahaman tentang *Digital Marketing* dari pihak perusahaan sehingga menjadi penghalang dalam memaksimalkan potensi bisnis mereka di *era digital* seperti saat ini. Perusahaan-perusahaan dalam industri logistik semakin menyadari keberadaanya secara online sebagai kunci untuk mendapatkan keunggulan dari kompetitor.

2. Keterbatasan Anggaran untuk *Digital Marketing* dari pihak perusahaan. Tantangan bagi penulis selanjutnya ialah, di *era digital* seperti sekarang, teknologi telah menjadi landasan utama dalam *marketing* yang pada akhirnya menciptakan keunggulan dan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Keterbatasan anggaran membuat perusahaan kesulitan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital yang diharapkan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang peneliti alami, berikut solusi yang ditemukan:

1. Penulis mengatasinya dengan melakukan berbagai macam cara. Pertama, melakukan riset dan edukasi *internal* seperti membaca artikel, video tutorial, jurnal, buku, dan berbagai sumber lainnya, yang tentunya berguna untuk pelaksanaan magang dan pembuatan laporan juga. Kedua, mempraktekan langsung ilmu apa saja yang sudah dipelajari oleh penulis dan memahami target audiens yang dituju untuk akun media sosial (Tiktok dan Instagram) perusahaan.
2. Penulis mengatasinya dengan pemanfaatan media sosial yang relatif biaya nya rendah atau bahkan tanpa biaya sama sekali. Penulis memanfaatkan *platform* Instagram dan Tiktok untuk membangun tingkat kepercayaan konsumen dengan cara membagikan konten pengiriman berupa foto atau video yang berhubungan dengan industri logistics.