

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

Sepanjang periode praktik kerja magang di PT Inovatif Digital Solusindo penulis ditempatkan pada divisi *Business Development* sebagai *Business Development Intern*. Penulis berada dibawah arahan Bapak Juleo Barakutama sebagai *Managing Director* sekaligus Supervisi Lapangan/Pembimbing Lapangan penulis selama periode praktik kerja magang. Dalam hal teknis terkait *Business Development*, penulis juga didampingi oleh Bapak Syamir Hayaza sebagai *Head of Business Development* di PT Inovatif Digital Solusindo.

Gambar 3.1 Struktur Kedudukan

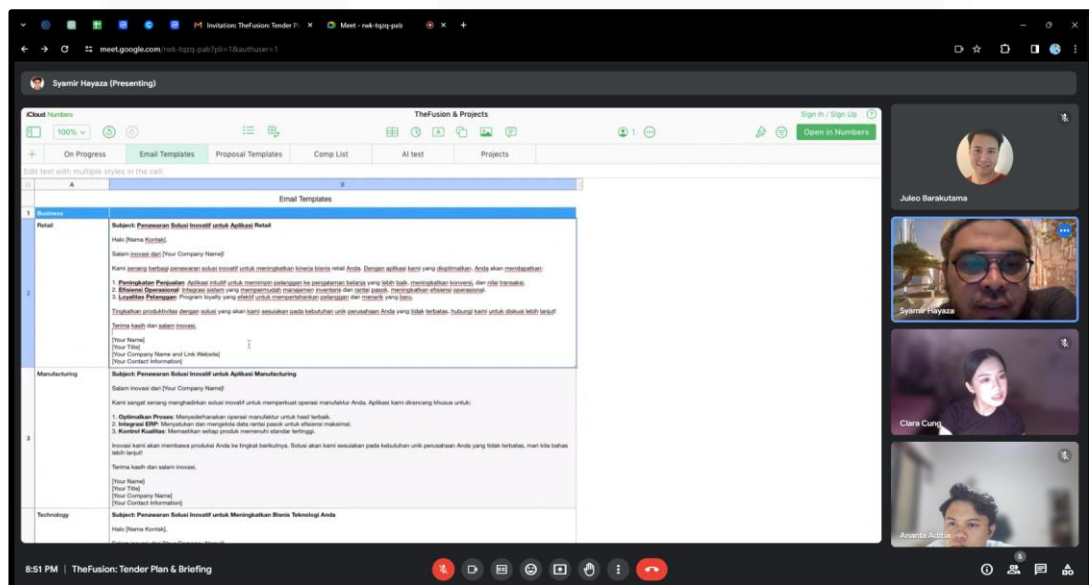


Sumber: Data Pribadi, 2024

3.1.2 Koordinasi

Selama masa praktik kerja magang di PT Inovatif Digital Solusindo, setiap 1 minggu sekali melakukan meeting bersama dengan Bapak Juleo Barakutama supervisi lapangan dan Bapak Syamir Hayaza *Head of Business Development* guna memperlancar alur komunikasi dalam melaporkan *update* pekerjaan yang sudah diberikan selama seminggu kebelakang. Selain untuk memperlancar alur komunikasi,

Gambar 3.2 Meeting mingguan dengan Managing Director dan Head of Business Development

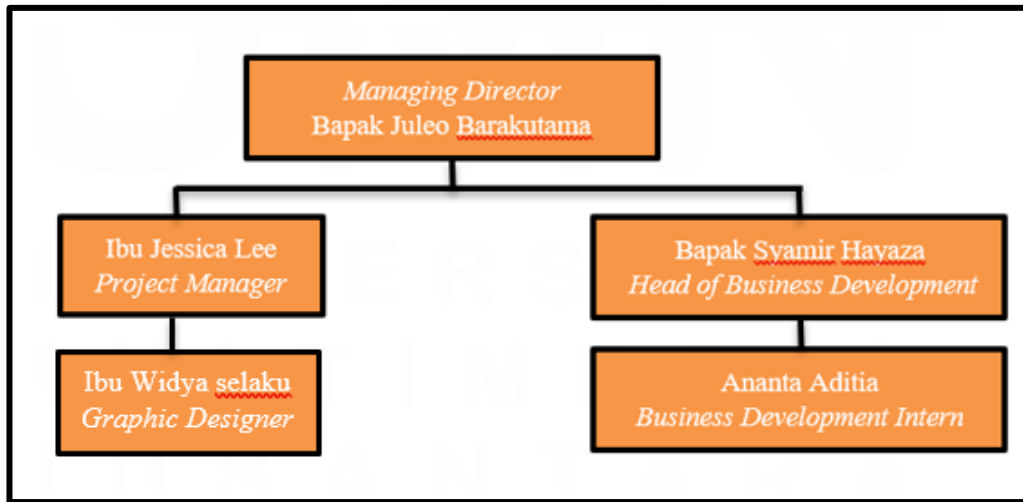


Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

meeting ini juga mempermudah penulis untuk tetap melaksanakan tugas-tugas dengan baik karena dapat menjadi wadah untuk bertanya lebih leluasa terkait tugas-tugas yang sudah dikerjakan ataupun yang baru diberikan.

Sebagai *Business Development Intern* penulis dituntut untuk dapat bekerja dalam tim serta berkomunikasi yang baik dengan divisi proyek khususnya Ibu Jessica Lee selaku manajer proyek, Ibu Widya selaku *Graphic Designer* dan rekan kerja satu divisi. Penulis juga dituntut untuk dapat memberikan kontribusi dalam mencari dan menarik konsumen atau *client* untuk PT Inovatif Digital Solusindo.

Gambar 3.3 Koordinasi Magang Menurut Struktur Organisasi



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sepanjang periode magang di PT Inovatif Digital Solusindo dari tanggal 1 Februari 2024, penulis berperan sebagai *Business Development Intern*. Penulis aktif berkontribusi dalam berbagai tugas yang diberikan kepada saya selama 76 hari kerja hingga 17 Mei 2024. Bapak Juleo, sebagai Pembimbing Lapangan, memberikan arahan langsung dalam menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut. Dalam hal teknis terkait *Business Development*, penulis juga didampingi oleh Bapak Syamir Hayaza sebagai *Head of Business Development* dan divisi proyek khususnya Ibu Jessica Lee selaku manajer proyek, Ibu Widya selaku *Graphic Designer* serta rekan kerja satu divisi. Detail tugas-tugas yang saya lakukan dijelaskan dalam tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1 Pekerjaan Penulis Selama Magang

No.	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi
1.	Menyusun daftar kebutuhan spesifik untuk setiap sektor	1. Sebagai pedoman dalam pembuatan <i>template</i> yang akan	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>)

	industri dari perusahaan-perusahaan yang akan dihubungi.	digunakan dalam melakukan <i>cold-email</i> kepada calon klien sesuai dengan bidang bisnisnya	
2.	Membuat template <i>cold email</i> untuk dikirimkan kepada perusahaan-perusahaan potensial, dengan pembagian berdasarkan sektor industri.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagai pedoman dalam pengiriman <i>cold-email</i> kepada calon klien 2. Pengiriman <i>cold-email</i> lebih terarah dan terorganisir dengan baik 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>) dan Pak Syamir (<i>Head of Business Development</i>)
3.	Merangkum daftar perusahaan yang mungkin dapat dihubungi, yang disusun berdasarkan variasi industri.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan dari daftar perusahaan-perusahaan dapat dimonitor langsung oleh Supervisi 2. Mengawasi proses pelaksanaan <i>cold-email</i> sesuai dengan daftar yang telah dibuat 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>) dan Pak Syamir (<i>Head of Business Development</i>)
4.	Mengirim <i>e-mail</i> sebagai bagian dari upaya pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas <i>awareness</i> mengenai PT IDS (TheFusion) yang memiliki <i>main service</i> yaitu penyedia perangkat lunak 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>)
5.	Melakukan <i>follow up</i> terhadap perusahaan-perusahaan yang telah dihubungi sebelumnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan <i>awareness</i> lebih lanjut dengan tujuan apabila <i>email</i> yang telah dikirim sebelumnya tidak terbaca 2. Memastikan calon klien yang telah dihubungi menerima dan mengetahui <i>email</i> yang telah dikirimkan 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>)

6.	Meninjau dan memperbaharui <i>Company Profile</i> perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami susunan <i>Company Profile</i> perusahaan agar terlihat lebih menarik dimata calon klien 2. Memiliki pola berpikir yang kritis saat melakukan <i>brainstorming</i> dengan Supervisi mengenai apa saja yang harus diperbaiki dari <i>Company Profile</i> yang sudah ada sebelumnya 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>), Ibu Jessica Lee (<i>Project Manager</i>)
7.	Merencanakan strategi pendekatan baru melalui platform LinkedIn.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jangkauan pendekatan kepada calon klien 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>) dan Ibu Jessica Lee (<i>Project Manager</i>)
8.	Membuat strategi pendekatan baru melalui situs web freelancer.com.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jangkauan pendekatan kepada calon klien 2. Sebagai salah satu solusi dari kendala dalam menemukan sumber target proyek 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>) dan Ibu Jessica Lee (<i>Project Manager</i>)
9.	Menyusun strategi baru untuk kemitraan dengan perusahaan-perusahaan <i>software house</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jangkauan pendekatan kepada calon klien 2. Sebagai solusi atau alternatif baru dalam memperluas koneksi dan proyek baru dengan bekerja sama dengan sesama perusahaan penyedia perangkat lunak 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>) dan Ibu Jessica Lee (<i>Project Manager</i>)
10.	Merencanakan dan menyiapkan konsep	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menarik perhatian banyak pengunjung 	Pak Juleo (<i>Managing</i>)

	untuk booth Bara Games di acara Comifuro 2024.	Comifuro 2024 yang diperkirakan mencapai lebih dari 50.000 pengunjung untuk 2 hari kegiatan.	<i>Director</i>), Ibu Jessica Lee (<i>Project Manager</i>) dan Ibu Widya (Design Graphic Staff)
11.	Comifuro 2024 di Indonesian Convention Exhibition BSD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan <i>awareness</i> dan <i>new user</i> terhadap produk baru dari PT IDS (Bara Games) yaitu game MMORPG yang disebut 'Collector-X' 2. Menaikan <i>followers</i> Instagram dan <i>community member</i> <i>Collector-X</i> pada platform Discord 	Pak Juleo (<i>Managing Director</i>), Ibu Jessica Lee (<i>Project Manager</i>) dan Ibu Widya (Design Graphic Staff)

Sumber: Olahan Penulis, 2014

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama masa magang, penulis menerima arahan dan tugas dari pembimbing lapangan terkait pengembangan bisnis, terutama dalam aspek pemasaran dan penjualan produk kepada calon klien. Berikut ini adalah rangkuman tugas dan pekerjaan yang penulis jalankan selama periode tersebut:

1. Menyusun daftar kebutuhan spesifik untuk setiap sektor industri dari perusahaan-perusahaan yang akan dihubungi.

Sebagai *Business Development Intern* di PT Inovatif Digital Solusindo, tugas utama penulis adalah secara rutin mengirimkan *cold email* sebagai salah satu strategi pemasaran yang harus dilakukan secara terus-menerus. Sebelum melaksanakan strategi *cold email*, penulis diminta untuk menyusun daftar kebutuhan perangkat lunak yang khusus disesuaikan dengan berbagai industri. Penulis bekerja sama dengan satu rekan *Business Development Intern* di bawah

bimbingan langsung oleh Pak Juleo sebagai Supervisi Lapangan dalam menyusun daftar tersebut.

Gambar 3.4 Daftar Kebutuhan IT Setiap Sektor Industri

Main Needs				
Industry				
F&B	POS (Point of Sale)	ERP (Enterprise Resource Planning)	Warehouse Management	Stock Management
Mostly	CRM (Customer Relationship Management)	ERP (Enterprise Resource Planning)	Supply Chain	Cloud
Real Estate	VR (Virtual Realty)	Property Management		
Logistic	Real-Time Tracker	Warehouse Management		
Cosmetics	VR (Virtual Realty)	CRM (Customer Relationship Management)	Warehouse Management	
Perbankan	ERP (Enterprise Resource Planning)	Automatic Transaction Management	Risk Management	CRM (Customer Relationship Management)
Manufacture	ERP (Enterprise Resource Planning)	Big Data	SCM	Manufacturing Execution System (MES)

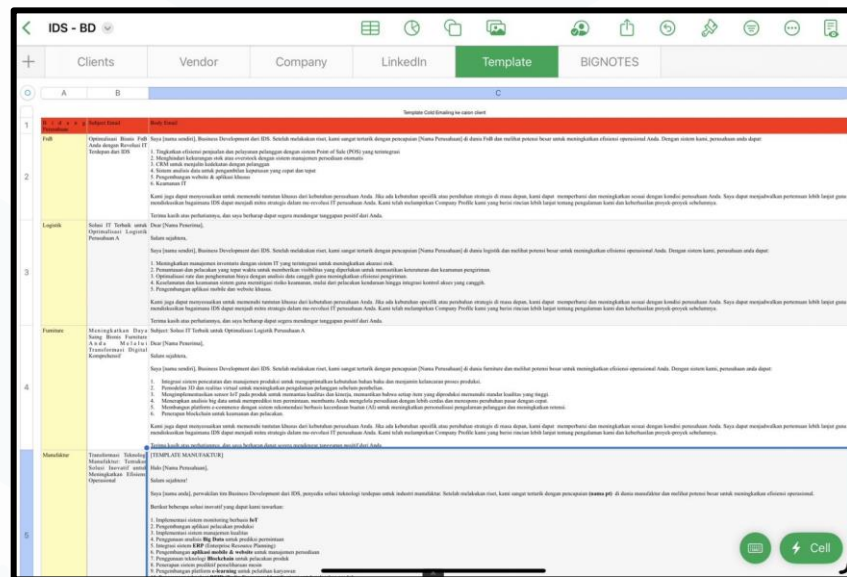
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Gambar 3.4 memperlihatkan kumpulan daftar sistem atau jenis perangkat lunak yang khususnya dibutuhkan oleh berbagai sektor industri yang terdaftar, seperti sektor *Food and Beverages (FnB)*, *real estate*, logistik, kosmetik, perbankan, manufaktur, dan untuk perusahaan secara umum. Daftar ini bertujuan menjadi panduan dalam merancang *template* yang akan digunakan dalam rangka mengirim *cold email* kepada calon klien, yang disesuaikan dengan bidang bisnis masing-masing. Proses penyusunan daftar tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan spesifik dari setiap segmen industri yang dituju. Dengan demikian, *template email* yang dihasilkan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan dalam menarik minat dan membangun hubungan dengan calon klien potensial, karena relevansinya dengan kebutuhan yang ada dalam industri mereka.

2. Membuat template *cold-email* untuk dikirimkan kepada perusahaan-perusahaan potensial, dengan pembagian berdasarkan sektor industri.

Setelah menyelesaikan tugas pertama dengan baik, yakni menyusun daftar kebutuhan perangkat lunak untuk berbagai sektor industry, penulis mendapat tugas berikutnya untuk membuat template *cold email*. Tugas ini dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan unik dari setiap bidang usaha, karena setiap industri memiliki perangkat lunak khusus untuk mendukung operasional dan pertumbuhan bisnis mereka. Penulis harus memecah tugas ini ke dalam sub-bidang usaha yang relevan, sehingga template yang dihasilkan dapat efektif mempresentasikan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan spesifik dari setiap klien potensial. Dengan begitu, langkah ini menjadi bagian penting dalam membangun fondasi yang kokoh dalam melakukan pendekatan pemasaran yang terarah dan efektif terhadap calon klien.

Gambar 3.5 Template Cold-Email Berdasarkan Sektor Industri



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Gambar 3.5 memperlihatkan template *cold email* yang telah disetujui oleh Bapak Juleo, yang terdiri dari subjek *email* dan isi *email* yang menjelaskan berbagai layanan yang ditawarkan oleh PT IDS (TheFusion). Tujuan dari tugas

ini adalah untuk memberikan panduan yang jelas bagi tim dalam mengirimkan *cold email* kepada calon klien, sehingga proses pengiriman *email* menjadi lebih terarah dan terorganisir dengan baik. Selama pelaksanaan tugas ini, penulis dan rekannya berhasil membuat 21 template email yang berbeda untuk 21 bidang usaha yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap *email* yang dikirimkan memiliki relevansi yang tinggi dengan kebutuhan spesifik dari masing-masing calon klien potensial, sehingga dapat meningkatkan peluang untuk membangun hubungan kerjasama yang positif.

Adapula definisi dari *cold-email* adalah email yang dikirimkan kepada seseorang yang tidak memiliki hubungan sebelumnya dengan pengirim. Tujuan utama dari cold email biasanya untuk memperkenalkan diri, mempromosikan produk atau layanan, atau memulai percakapan bisnis dengan calon klien atau kontak profesional. Berikut beberapa poin utama mengenai cold email:

- Tidak Ada Hubungan Sebelumnya: Penerima email tidak mengenal pengirim dan tidak ada interaksi sebelumnya antara keduanya.
- Tujuan Spesifik: Cold email sering kali memiliki tujuan yang jelas seperti mendapatkan janji temu, mempromosikan produk atau layanan, mengundang ke acara, atau menjalin kerja sama bisnis.
- *Personalization*: Meskipun penerima tidak mengenal pengirim, cold email yang efektif biasanya disesuaikan dengan penerima untuk menunjukkan relevansi dan meningkatkan peluang mendapatkan respons.
- Pendekatan Profesional: Cold email harus ditulis dengan nada profesional dan sopan, serta memberikan informasi yang cukup untuk menarik perhatian penerima tanpa memberikan kesan spam.
- *Call to Action*: Cold email yang baik mencakup ajakan bertindak yang jelas, seperti meminta penerima untuk menjawab email, mengatur pertemuan, atau mengunjungi situs web.

Cold email dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam pemasaran dan pengembangan bisnis jika digunakan dengan cara yang tepat, yaitu dengan menghormati privasi penerima dan memberikan nilai yang relevan.

3. Merangkum daftar perusahaan yang dapat dihubungi, yang disusun berdasarkan variasi industri.

Setelah menyelesaikan dua tugas dasar yang diperlukan untuk melakukan metode *cold email*, penulis diberi arahan oleh Pak Juleo untuk melanjutkan ke tugas berikutnya, yaitu menyusun daftar perusahaan-perusahaan potensial yang akan menjadi calon klien. Daftar ini mencakup berbagai industri dan bidang usaha. Dalam penyusunan daftar tersebut, penulis harus membagi informasi ke dalam beberapa kategori. Kategori-kategori tersebut meliputi nama perusahaan, nama *Business Development* yang bertanggung jawab untuk mengirimkan email, tanggal pengiriman email, nama *Person in Charge* (PIC) dari perusahaan yang dihubungi, alamat email, bidang usaha perusahaan, dan *website* resmi perusahaan. Setiap kategori harus diisi dengan rinci dan akurat untuk memastikan proses pengiriman email dan tindak lanjut dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Penulis juga perlu memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan selalu *up-to-date* dan relevan, serta melakukan verifikasi ulang data sebelum pengiriman email untuk meminimalisir kesalahan. Dengan adanya daftar ini, diharapkan upaya pemasaran melalui metode *cold email* dapat lebih terstruktur dan menghasilkan prospek yang lebih baik bagi perusahaan.

Gambar 3.6 Rangkuman Daftar Perusahaan

Client ID	Name	Address	Contact	Business	Website	Status	Reason	Quality	Progress
51	PT Devcon Komatsu	Aid Jember	08123456789	Perawatan mesin/teknik		1			
52	PT Sampo Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur tekstil		1			
53	PT NOK Cores Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot manufacture		1			
54	PT Sisa Boga	Aid Jember	08123456789	Produk olahan		1			
55	PT Sisa Pabrik Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
56	PT TMSD Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
57	PT Nisa Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
58	PT Kaskas Otop (Overhead Cold Storage)	Aid Jember	08123456789	Produk bahan baku dan produk jadi		1			
59	PT Kaskas Otop Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
60	PT Kaskas Otop Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur baja, lemari, beton		1			
61	PT Kaskas Otop Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
62	PT SODIM Mulus Indonesia (Mulus Berman)	Aid Jember	08123456789	Offshoot manufacture		1			
63	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Produk roti		1			
64	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Produk produk manufacture		1			
65	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur mesin		1			
66	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
67	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Printing		1			
68	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Tekstil manufacture		1			
69	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Produk mesin		1			
70	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Produk mesin		1			
71	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Farmasi		1			
72	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur and producer fiber cement		1			
73	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur otomotif	https://www.sisa-boga.com	1			
74	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Produk mesin		1			
75	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
76	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
77	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
78	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur mesin		1			
79	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur mesin		1			
80	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur mesin		1			
81	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Manufaktur mesin		1			
82	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
83	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
84	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
85	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
86	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
87	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
88	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
89	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
90	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
91	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
92	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
93	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
94	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
95	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
96	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
97	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
98	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
99	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
100	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
101	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
102	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
103	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
104	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			
105	PT Sisa Boga Indonesia	Aid Jember	08123456789	Offshoot sparepart manufacture		1			

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.6, penulis bersama rekannya telah berhasil mengumpulkan 380 perusahaan potensial yang dapat dihubungi. Informasi kontak perusahaan ini diperoleh dan dikumpulkan secara langsung melalui berbagai situs web, aplikasi linkedin, dan juga relasi. Penulis dan rekannya dengan teliti menelusuri halaman web perusahaan untuk mengumpulkan data yang akurat dan relevan serta sesuai dengan target yaitu *contact person* tim IT atau petinggi perusahaan (pengambil keputusan).

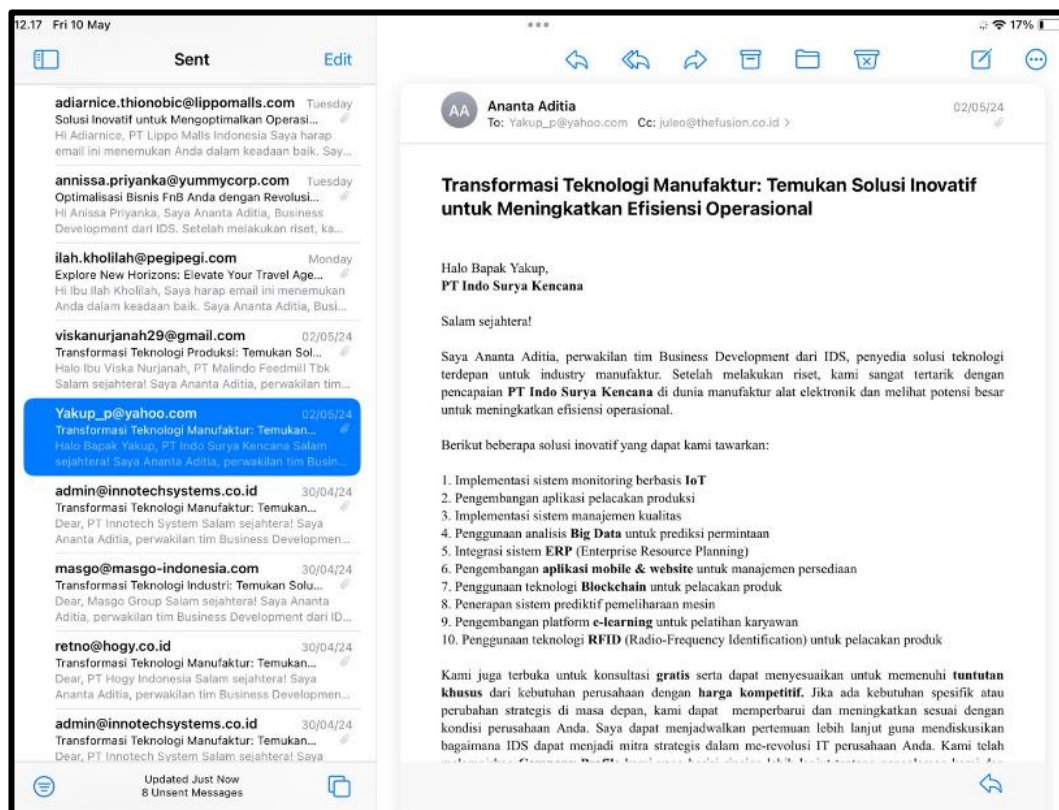
Daftar perusahaan yang telah disusun ini mencakup informasi penting seperti nama perusahaan, nama *Business Development* yang bertanggung jawab, tanggal pengiriman *email*, nama *Person in Charge* (PIC), alamat *email*, bidang usaha perusahaan, dan *website* resmi perusahaan. Penyusunan dan perencanaan daftar perusahaan ini dapat dipantau langsung oleh *Supervisor*, memastikan bahwa seluruh proses pelaksanaan *cold email* dilakukan sesuai dengan daftar yang telah dibuat. Pengawasan ini bertujuan untuk memastikan ketepatan dan ketelitian dalam pengiriman *email* serta memaksimalkan peluang mendapatkan

respons positif dari perusahaan-perusahaan yang dihubungi. Dengan adanya *monitoring* yang efektif dari *Supervisor*, setiap tahap dalam proses *cold email* dapat dijalankan dengan lebih terstruktur dan sistematis, sehingga diharapkan dapat mencapai hasil yang optimal bagi upaya pemasaran perusahaan.

4. Mengirim *e-mail* sebagai bagian dari upaya pemasaran.

Setelah menyusun daftar kebutuhan khusus perusahaan berdasarkan bidang usahanya, membuat *template email* untuk setiap industri bisnis, serta mengumpulkan daftar kontak perusahaan yang potensial untuk dihubungi dan mendapat persetujuan dari *Supervisor*, Pak Juleo, penulis diberikan tugas lanjutan berikutnya. Tugas ini merupakan bagian eksekusi dari tahapan-tahapan perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah melalui proses persiapan yang teliti dan terstruktur, penulis juga telah disiapkan akun *email* khusus dengan *domain* perusahaan untuk keperluan pengiriman *cold email*. Tugas ini mencakup mengirimkan *email-email* tersebut kepada daftar perusahaan yang telah disusun sebelumnya. Penulis harus memastikan bahwa setiap *email* dikirim sesuai dengan *template* yang telah dibuat dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing industri bisnis yang ditargetkan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk memantau *respons* dari perusahaan-perusahaan tersebut dan melakukan tindak lanjut yang diperlukan untuk setiap tanggapan yang diterima. Proses ini tidak hanya memerlukan ketelitian dan ketepatan dalam pengiriman *email*, tetapi juga kemampuan dalam berkomunikasi dan membangun hubungan dengan calon klien. Dengan bimbingan dan arahan dari Pak Juleo, penulis diharapkan dapat menjalankan tugas ini dengan baik dan mencapai hasil yang optimal dalam upaya pemasaran perusahaan.

Gambar 3.7 Pengiriman Cold-Email



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

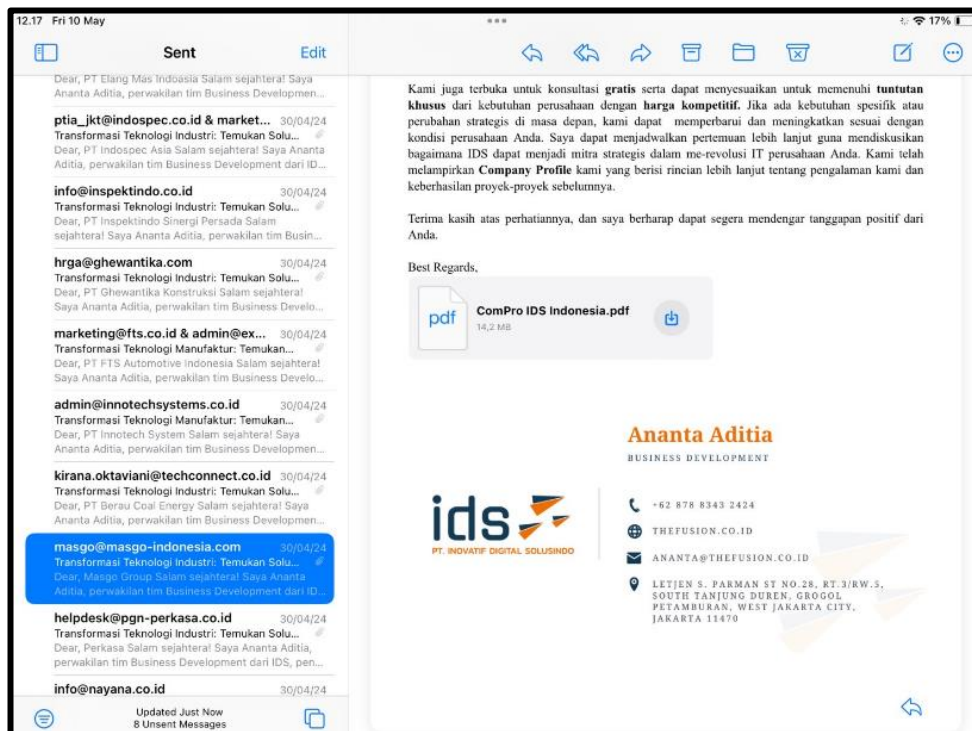
Gambar 3.7 menunjukkan beberapa surel yang telah berhasil dikirimkan oleh penulis menggunakan format penulisan surel yang telah dibuat sebelumnya dan tentunya diawasi secara langsung oleh Pak Juleo. Setiap kali mengirimkan surel, penulis diwajibkan untuk menyalin (cc) Pak Juleo agar aktivitas tersebut dapat termonitor dengan baik oleh supervisi lapangan. Langkah ini memastikan bahwa setiap surel yang dikirim sesuai dengan standar dan pedoman yang telah ditetapkan. Pelaksanaan pengiriman *cold email* ini merupakan salah satu metode marketing tidak langsung yang bertujuan untuk memperluas kesadaran mengenai PT IDS (TheFusion) yang menyediakan layanan utama berupa perangkat lunak. Proses ini melibatkan penulisan *email* yang personal dan relevan dengan kebutuhan masing-masing perusahaan yang ditargetkan, sekaligus memastikan bahwa pesan yang disampaikan menarik dan profesional. Dengan supervisi dari Pak Juleo, setiap langkah dalam proses pengiriman surel dapat diperiksa dan dievaluasi untuk memastikan efektivitasnya. Penulis tidak hanya belajar

mengenai teknis penulisan dan pengiriman *email*, tetapi juga strategi dalam membangun kesadaran merek dan menjalin komunikasi yang efektif dengan calon klien. Melalui upaya yang terstruktur dan terarah ini, diharapkan *awareness* terhadap layanan utama PT IDS (TheFusion) akan meningkat, membuka peluang lebih besar untuk kerjasama dan kemitraan di masa mendatang.

5. Melakukan *follow up* terhadap perusahaan-perusahaan yang telah dihubungi sebelumnya.

Tahap eksekusi lanjutan yang perlu dilakukan adalah melakukan tindak lanjut (*follow-up*) kepada perusahaan-perusahaan yang telah dihubungi sebelumnya oleh penulis. Tahap ini dipandang sangat penting dan krusial oleh supervisi, karena berfungsi untuk memastikan bahwa surel yang dikirimkan tidak terlewatkan atau tidak terbaca oleh pihak yang dituju. Dalam proses tindak lanjut ini, penulis diharapkan dapat menghubungi kembali perusahaan-perusahaan tersebut untuk mengingatkan mereka tentang surel yang telah dikirimkan dan memastikan bahwa pesan tersebut telah diterima dan dipertimbangkan. Tahap *follow-up* ini juga memberikan kesempatan untuk menjawab pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin dimiliki oleh calon klien, serta memperkuat hubungan dan komunikasi antara perusahaan dengan prospek. Penulis harus mengatur jadwal *follow-up* yang terstruktur, mencatat setiap interaksi, dan melaporkan perkembangan kepada Pak Juleo untuk memastikan setiap langkah terpantau dengan baik. Melalui pendekatan ini, diharapkan akan meningkatkan tingkat *respons* dan keterlibatan dari perusahaan yang dihubungi, serta memperbesar peluang untuk mencapai tujuan pemasaran dan membangun kemitraan yang sukses dengan PT IDS (TheFusion).

Gambar 3.8 Pengiriman Follow Up Email



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran lebih lanjut, memastikan bahwa *email* yang telah dikirim sebelumnya tidak terlewatkan atau tidak terbaca oleh calon klien. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa calon klien yang telah dihubungi benar-benar menerima dan menyadari *email* yang telah dikirimkan kepada mereka. Tahap tindak lanjut ini sama pentingnya dengan tahap-tahap sebelumnya karena menjaga komunikasi tetap aktif dan memastikan pesan yang ingin disampaikan tidak hilang di antara banyaknya *email* yang mungkin diterima oleh calon klien. Melalui tahap ini, penulis diharapkan dapat memperkuat upaya awal dengan mengingatkan calon klien tentang *email* yang telah mereka terima, serta memberikan kesempatan untuk menjelaskan lebih lanjut atau menjawab pertanyaan yang mungkin muncul. Dengan demikian, penulis tidak hanya memastikan bahwa pesan awal mencapai tujuannya, tetapi juga membangun fondasi komunikasi yang lebih *solid* dan *personal*. Supervisi menekankan pentingnya tahap ini karena merupakan bagian integral dari strategi pemasaran yang komprehensif, yang berfungsi untuk

memaksimalkan dampak dari setiap *email* yang dikirim dan meningkatkan kemungkinan respon positif dari calon klien. Melalui tindak lanjut yang terstruktur dan konsisten, diharapkan *awareness* mengenai layanan PT IDS (TheFusion) akan meningkat, memperbesar peluang untuk membangun kemitraan yang sukses dan berkelanjutan.

6. Meninjau dan memperbaharui *Company Profile* Perusahaan.

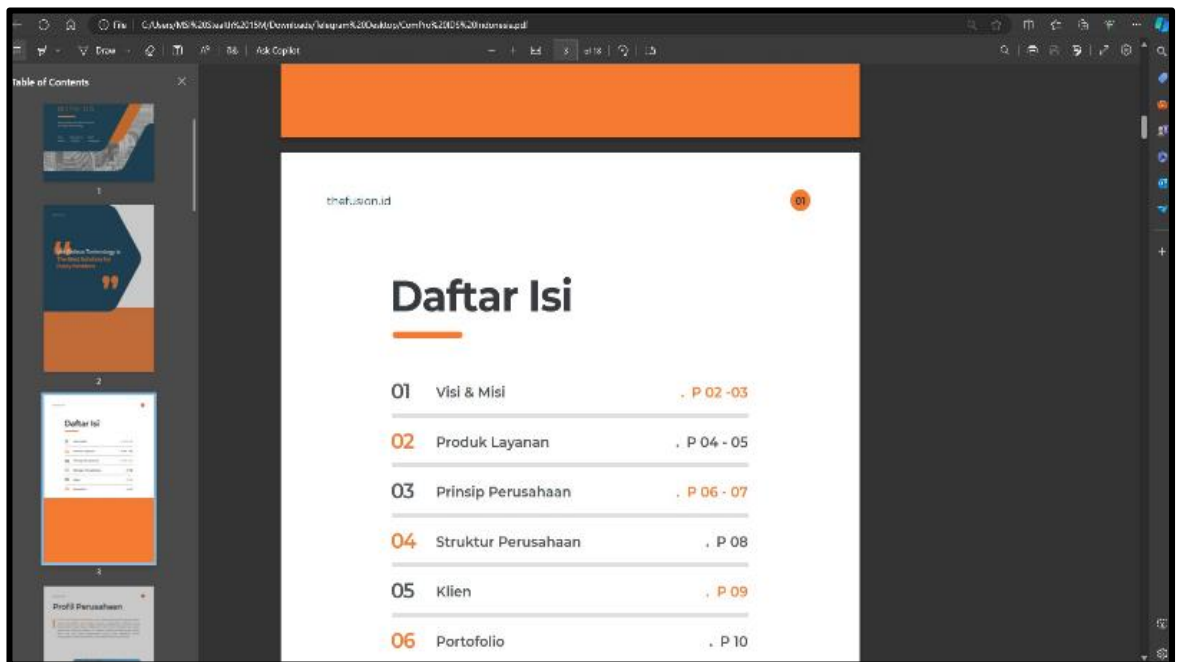
Setelah menyelesaikan tugas-tugas sebelumnya, penulis diberikan tugas lain oleh supervisi lapangan, yaitu menyusun ulang profil perusahaan. Tugas ini muncul sebagai hasil dari evaluasi bulanan terhadap efektivitas tugas utama penulis sebagai *Business Development Intern*, yang mencakup menghubungi perusahaan-perusahaan melalui surel. Pak Juleo, setelah menilai kinerja dan hasil dari tugas tersebut, menyimpulkan bahwa profil perusahaan yang ada saat ini belum cukup efektif dan tertata dengan baik. Profil yang ada dinilai tidak sepenuhnya mendukung tujuan komunikasi dan pemasaran yang diinginkan. Karena itu, penulis bersama dengan rekan magangnya ditugaskan untuk memperbaiki dan menyusun ulang profil perusahaan tersebut. Proses ini melibatkan peninjauan ulang semua informasi yang ada dalam profil, menyusun kembali konten agar lebih menarik dan informatif, serta memastikan bahwa profil perusahaan mencerminkan citra dan nilai-nilai PT IDS (TheFusion) dengan lebih baik.

Tujuan dari tugas ini adalah untuk membuat profil perusahaan yang lebih profesional dan efektif dalam menarik perhatian calon klien. Profil yang baru harus dapat memberikan gambaran yang jelas tentang layanan dan keunggulan perusahaan, sehingga dapat mendukung upaya pemasaran yang dilakukan melalui *email* dan metode lainnya. Dalam menyusun ulang profil perusahaan, penulis harus bekerja sama dengan berbagai divisi untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Selain itu, penulis juga perlu memastikan bahwa desain dan tata letak profil perusahaan menarik dan mudah dibaca, sehingga mampu

memberikan kesan positif kepada calon klien. Dengan profil perusahaan yang lebih tertata dan efektif, diharapkan akan meningkatkan efektivitas komunikasi dan pemasaran, serta memperkuat upaya untuk membangun kemitraan yang sukses dan berkelanjutan.

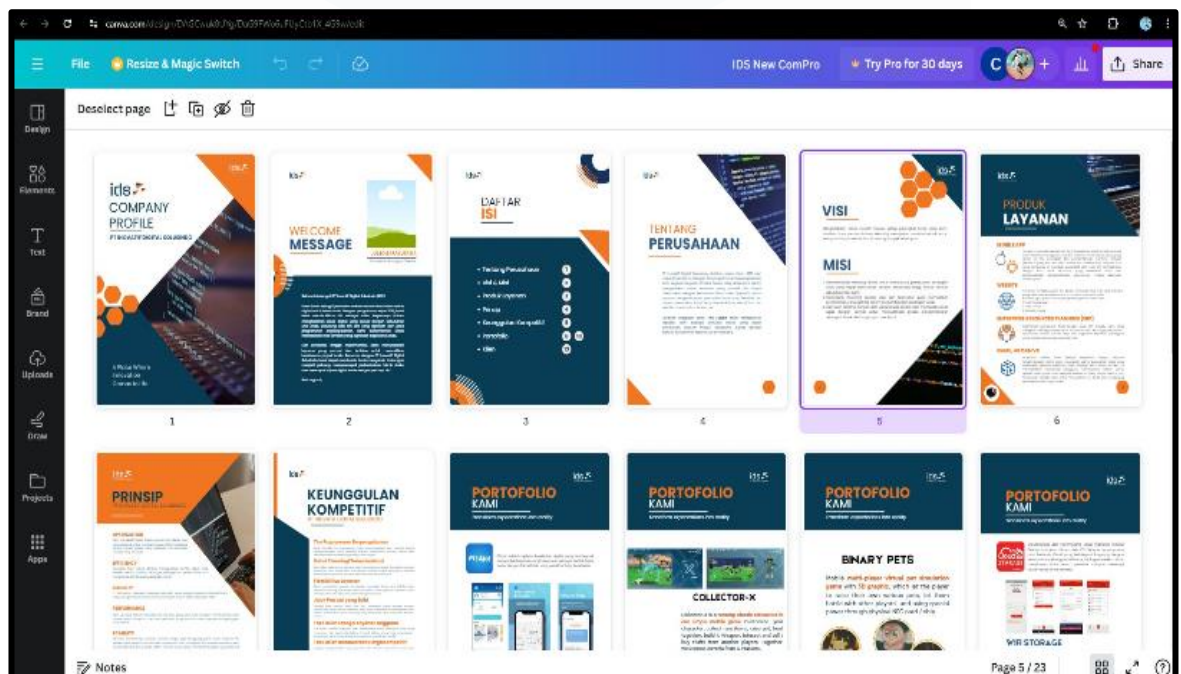
Penulis dan rekannya diberikan waktu 7 hari kerja untuk menyusun ulang company profile tersebut sebelum mengumpulkannya dalam bentuk *draft* kepada Pak Juleo untuk diperiksa. Dalam proses ini, Ibu Jessica juga turut serta memberikan komentar dan masukan pada halaman Canva yang telah dibagikan oleh penulis di grup obrolan sebelumnya. Setelah menerima hasil pemeriksaan dan berbagai komentar dari Pak Juleo dan Ibu Jessica, penulis dan rekannya kemudian merevisi rancangan profil perusahaan yang telah disusun sebelumnya. Proses revisi ini mencakup penyesuaian konten, tata letak, dan desain sesuai dengan saran dan umpan balik yang diterima. Setelah melalui beberapa kali revisi dan penyesuaian, akhirnya *company profile* yang baru berhasil diselesaikan dan diterima oleh Pak Juleo dan Ibu Jessica. Profil yang baru ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan menarik tentang perusahaan, sehingga lebih efektif dalam mendukung upaya pemasaran dan komunikasi dengan calon klien. Pada gambar 3.9 dan gambar 3.10, ditampilkan perbandingan antara profil perusahaan yang lama dan yang baru, menunjukkan perubahan dan perbaikan yang telah dilakukan. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan estetika dan tata letak, tetapi juga memperbaiki struktur dan penyampaian informasi, sehingga profil perusahaan yang baru lebih profesional dan komprehensif. Proses penyusunan ulang ini menunjukkan pentingnya kolaborasi dan umpan balik dalam menciptakan materi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Gambar 3.9 Company Profile Lama



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Gambar 3.10 Company Profile Baru

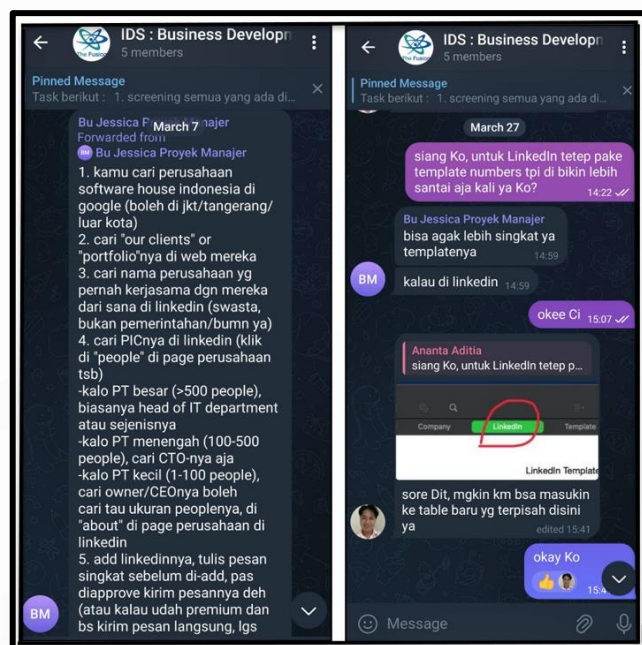


Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

7. Merencanakan strategi pendekatan baru melalui *platform* LinkedIn.

Setelah beberapa bulan melaksanakan metode *cold email* dan menjalani berbagai evaluasi bulanan, Pak Juleo dan Ibu Jessica menyimpulkan bahwa diperlukan metode lain yang lebih efektif untuk memperluas jangkauan dalam menghubungi perusahaan-perusahaan. Salah satu strategi alternatif yang akan diimplementasikan adalah pendekatan melalui LinkedIn. Usulan ini datang dari Ibu Jessica, yang juga membimbing penulis dan rekannya dalam mengaplikasikan metode ini, sebagaimana yang terlampir pada gambar 3.11. Pak Juleo turut serta dalam mengarahkan penulis dan rekannya, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan strategi yang direncanakan. Pendekatan melalui LinkedIn diharapkan dapat menawarkan cara yang lebih efektif dan efisien untuk menjangkau calon klien, mengingat platform ini banyak digunakan oleh profesional dan perusahaan untuk jaringan bisnis. Ibu Jessica, dengan pengalamannya, memberikan bimbingan langkah demi langkah kepada penulis dan rekannya, membantu mereka memahami cara memaksimalkan penggunaan LinkedIn untuk tujuan pemasaran dan pengembangan bisnis.

Gambar 3.11 Perencanaan Strategi Pendekatan via LinkedIn



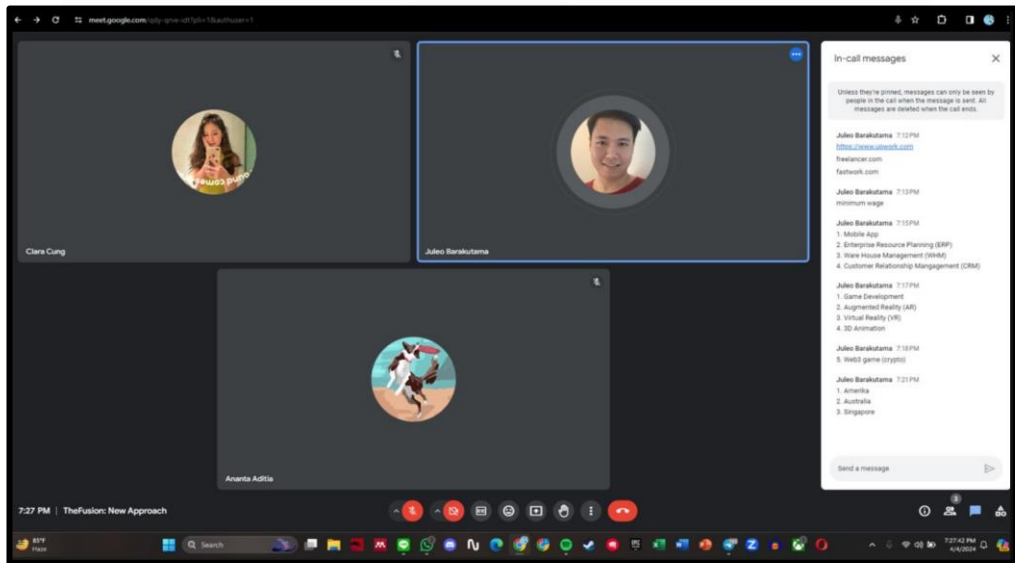
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Pak Juleo juga berperan aktif dalam mengarahkan dan memberikan masukan selama proses ini. Bersama-sama, Ibu Jessica, Pak Juleo, penulis, dan rekannya bekerja sama untuk menyempurnakan strategi pendekatan ini, memastikan bahwa setiap langkah diimplementasikan dengan baik dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Proses kolaboratif ini mencakup pengembangan konten yang menarik, identifikasi target *audiens* yang tepat, serta teknik-teknik efektif untuk menjalin komunikasi awal dengan calon klien melalui LinkedIn. Dengan bimbingan dari Ibu Jessica dan arahan dari Pak Juleo, penulis dan rekannya diharapkan dapat menguasai metode baru ini dan mengaplikasikannya secara efektif untuk mencapai hasil yang lebih optimal dalam upaya pemasaran perusahaan.

8. Membuat strategi pendekatan baru melalui situs web freelancer.com.

Setelah menyelesaikan penyusunan strategi pendekatan baru melalui platform LinkedIn, Pak Juleo mengusulkan ide tambahan yang menarik, yaitu mencari proyek melalui *platform* freelancer.com. Dalam strategi ini, perusahaan diharapkan dapat memperluas jaringan portofolio ke pasar internasional, mengingat *platform* tersebut menawarkan proyek dari berbagai negara seperti Amerika, Singapura, Australia, China, dan negara-negara Eropa. Fokus pada pasar internasional ini diarahkan secara langsung oleh Pak Juleo, yang melampirkannya dalam gambar 3.12. Ide ini dipandang sebagai langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas perusahaan di pasar global dan memperluas peluang bisnis.

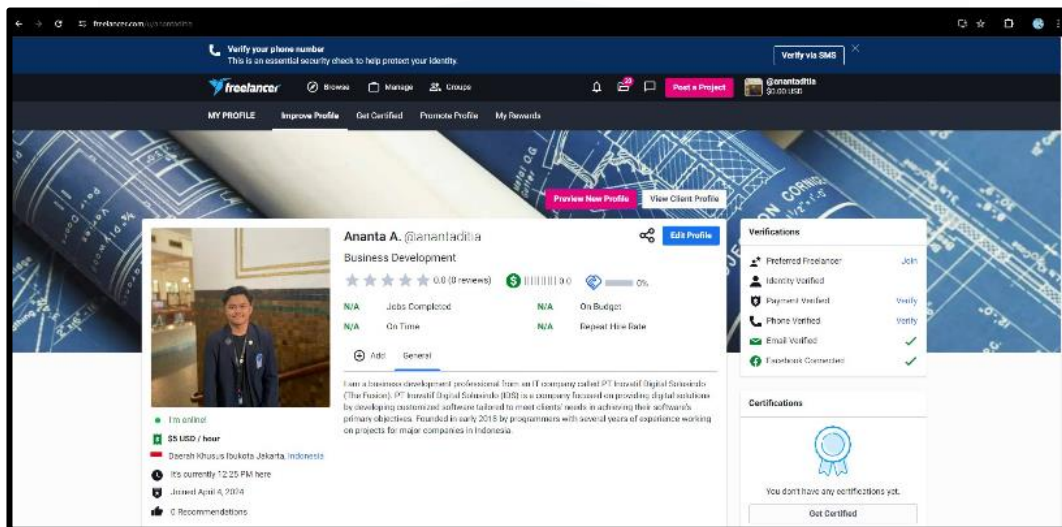
Gambar 3.12 Perencanaan Strategi Pendekatan via Situs Web freelancer.com



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Setelah pertemuan tersebut, supervisi lapangan mengarahkan penulis untuk membuat profil di *platform online*, yaitu freelancer.com. Kedua profil ini bertujuan untuk meningkatkan kehadiran perusahaan di pasar global dan memperluas jangkauan bisnisnya. Proses pembuatan profil ini merupakan langkah strategis yang diharapkan akan membuka lebih banyak peluang proyek dan menjalin hubungan dengan klien potensial di berbagai belahan dunia. Profil yang dibuat oleh penulis akan menjadi representasi perusahaan di *platform* tersebut, sehingga perlu disusun dengan baik dan menggambarkan keunggulan serta layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Gambar 3.13 Akun Freelancer.com Penulis



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

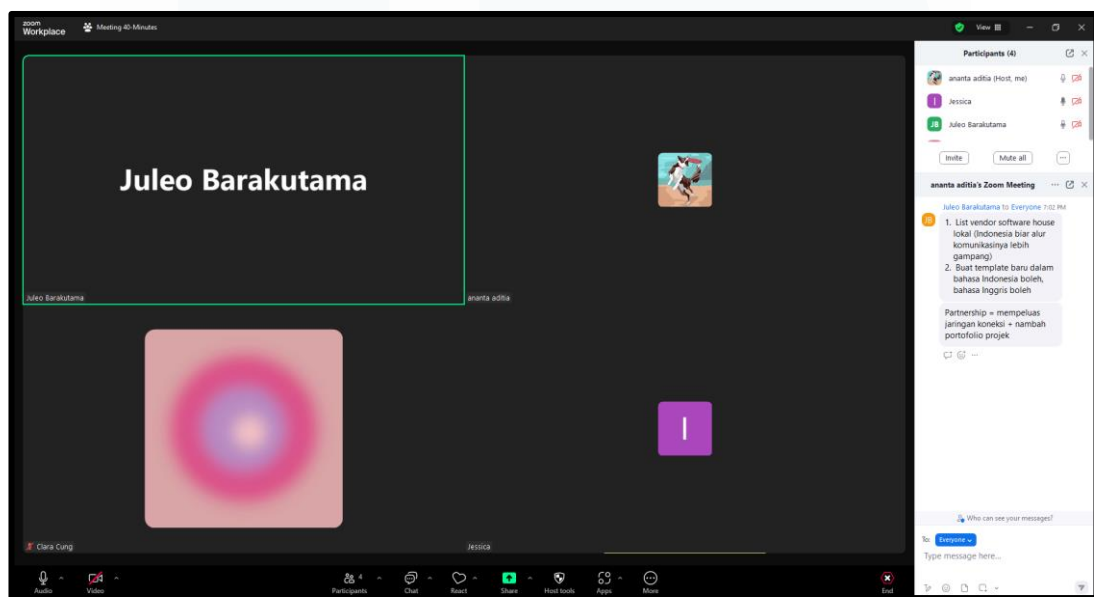
Dengan memanfaatkan *platform* ini, perusahaan dapat mengakses lebih banyak peluang proyek dan menjalin hubungan dengan klien potensial di seluruh dunia. Pendekatan ini membutuhkan penyesuaian strategi pemasaran dan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pasar internasional. Pak Juleo akan berperan penting dalam mengarahkan dan memastikan bahwa strategi ini dijalankan dengan efektif. Selain itu, perlu juga kolaborasi dengan tim pemasaran dan pengembangan bisnis untuk mengoptimalkan penggunaan *platform* tersebut dan memaksimalkan peluang bisnis yang ada. Dengan mengadopsi strategi ini, perusahaan memiliki potensi untuk mengembangkan portofolio proyek yang lebih beragam dan menjangkau pasar-pasar baru di seluruh dunia. Ini merupakan langkah *progresif* dalam upaya perusahaan untuk terus tumbuh dan berkembang dalam industri yang semakin global.

9. Menyusun strategi baru untuk kemitraan dengan perusahaan-perusahaan *software house*.

Setelah menyusun strategi pendekatan baru melalui *platform* LinkedIn dan freelancer.com, supervisi lapangan, yang juga menjabat sebagai *Managing*

Director, memerintahkan penulis dan rekannya untuk menjalankan pendekatan baru dalam menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lain yang menyediakan perangkat lunak atau *software house*. Penulis dan rekannya kemudian mengikuti pertemuan *online* bersama Pak Juleo dan Ibu Jessica, yang bertindak sebagai *Project Manager*, untuk membahas strategi ini lebih lanjut.

Gambar 3.14 Meeting Dengan Pembimbing Lapangan dan Proyek Manajer



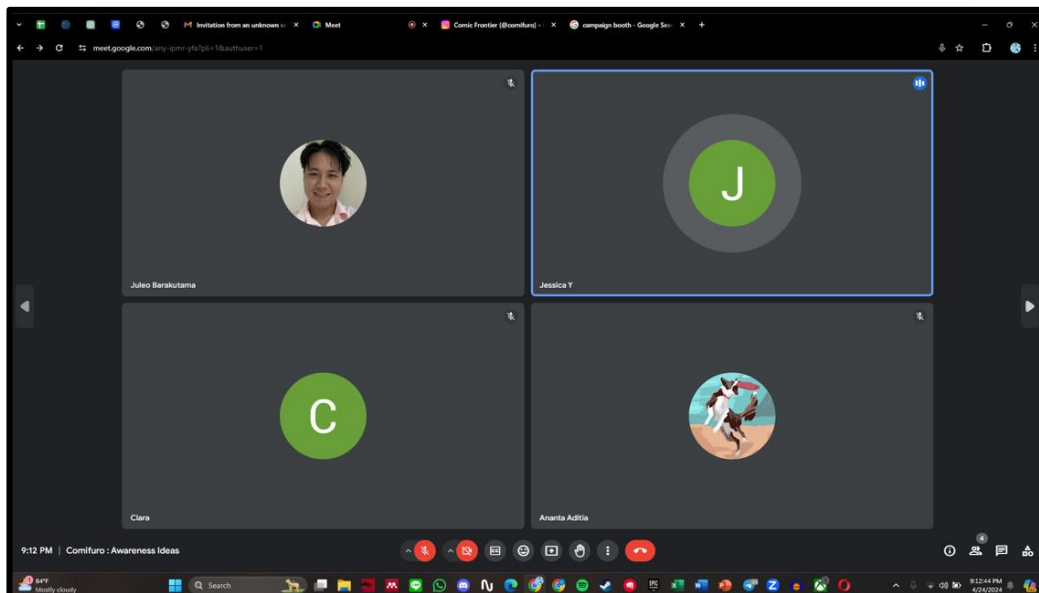
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Pertemuan ini dianggap sebagai langkah lanjutan dalam upaya perusahaan untuk memperluas jaringan kerja sama dan mencari peluang kolaborasi yang saling menguntungkan. Proses ini dipandang sebagai langkah strategis yang dapat memperkuat posisi perusahaan di industri dan membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis di masa mendatang. Dengan bimbingan dan arahan dari supervisi lapangan serta kolaborasi tim, penulis dan rekannya diharapkan dapat mengimplementasikan pendekatan baru ini dengan efektif dan mencapai hasil yang diinginkan.

10. Merencanakan dan menyiapkan konsep alur untuk booth Bara Games di acara Comifuro 2024.

PT Inovatif Digital Solusindo memiliki sebuah divisi anak bernama Bara Games, yang merupakan produsen *game* di bawah naungan perusahaan tersebut. Salah satu produk unggulan dari Bara Games adalah Collector-X, sebuah *game MMORPG* yang pertama kali diluncurkan di Indonesia. Dalam upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan minat terhadap *game* ini, PT IDS memutuskan untuk berpartisipasi dalam acara Comifuro 18 yang dijadwalkan pada tanggal 11-12 Mei 2024. Sebagai bagian dari persiapan untuk acara ini, penulis diberi tanggung jawab untuk mengembangkan dan menyusun konsep yang menarik dan interaktif untuk booth Bara Games. Tugas ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung, serta meningkatkan kesadaran dan minat terhadap *game* Collector-X. Melalui ide-ide kreatif dan inovatif, PT IDS berharap dapat menarik perhatian pengunjung dan menciptakan kesan yang kuat tentang produk mereka di acara tersebut.

Gambar 3.16 Koordinasi Keperluan *Design* dan *Marketing* Kegiatan *Open Booth* Bara Games pada Event Comifuro 2024



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Gambar 3.17 Hasil Meeting bersama Manajer Proyek Terkait Kegiatan *Open Booth* Bara Games pada Event Comifuro 2024



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

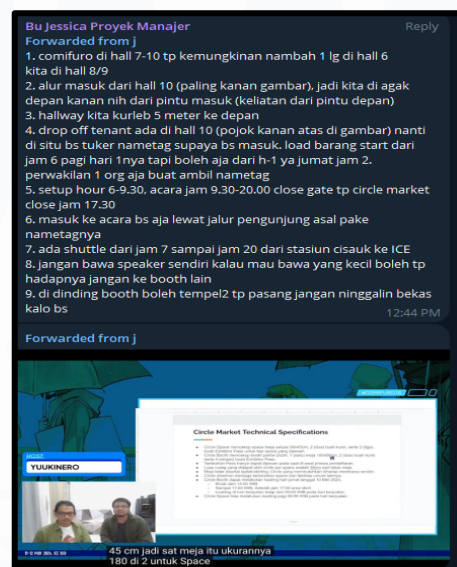
Pada gambar 3.16 dan 3.17, penulis turut serta dalam perancangan banner dan merchandise yang akan digunakan pada booth Bara Games di acara Comifuro 18. Proses perancangan ini dilakukan bersama-sama dengan Ibu Widya, yang menjabat sebagai *Design Graphic Staff* PT IDS, dan Ibu Jessica, yang menjabat sebagai Chief Marketing Officer dari Bara Games. Kolaborasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa *banner* dan *merchandise* yang diproduksi sesuai dengan tema dan branding perusahaan, serta mampu menarik perhatian pengunjung acara dengan desain yang menarik dan informatif. Dengan

keterlibatan aktif dalam proses perancangan ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kesuksesan partisipasi Bara Games dalam acara Comifuro 18.

11. Comifuro 2024 di Indonesian Convention Exhibition BSD

Sebelum pelaksanaan acara Comifuro 18, sebuah pertemuan teknis secara daring diadakan untuk mempersiapkan perwakilan setiap perusahaan atau merchant yang akan berpartisipasi dalam *open booth* acara tersebut. Pertemuan ini diadakan secara online dan dihadiri oleh perwakilan dari berbagai perusahaan yang akan berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City. Supervisi lapangan, Pak Juleo, menugaskan penulis dan rekannya untuk menghadiri pertemuan teknis daring ini, yang bertujuan untuk memastikan persiapan yang tepat dan koordinasi yang baik sebelum acara berlangsung. Terdapat informasi lebih lanjut mengenai pertemuan tersebut yang dapat ditemukan pada gambar 3.18 di bawah ini. Dengan menghadiri pertemuan ini, diharapkan penulis dan rekannya dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang detail teknis acara dan mempersiapkan *booth* Bara Games dengan lebih efektif.

Gambar 3.18 Meeting Event Comifuro 2024 Bersama Manajer Proyek



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Pada H-1 sebelum acara Comifuro 18 dimulai, setiap merchant atau peserta yang dikenal sebagai 'circle' diminta untuk melakukan registrasi ulang guna mendapatkan *pass access* dan melakukan pengaturan barang-barang properti yang akan dipajang atau digunakan pada hari H acara. Dalam gambar 3.19, terlihat bahwa penulis beserta rekannya dan supervisi lapangan telah tiba di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City pada tanggal 10 Mei 2024. Kehadiran mereka bertujuan untuk mempersiapkan *booth* dan membawa barang-barang yang telah disiapkan sebelumnya, termasuk *X banner*, poster, *postcard*, *totebag*, serta keperluan-keperluan lainnya yang diperlukan untuk penyelenggaraan acara. Proses persiapan ini dilakukan dengan teliti dan cermat guna memastikan bahwa *booth* Bara Games siap untuk menerima pengunjung dan menciptakan pengalaman yang menarik selama acara berlangsung. Dengan keterlibatan aktif dari penulis, rekannya, dan supervisi lapangan, diharapkan bahwa persiapan yang dilakukan akan memberikan kontribusi positif terhadap kesuksesan partisipasi Bara Games dalam acara Comifuro 18.

Gambar 3.19 Loading Barang H-1 Kegiatan *Open Booth* Bara Games pada Event Comifuro 2024



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Pada tanggal 11 Mei 2024, yang merupakan hari pertama dari acara Comifuro 18, penulis aktif hadir dan berpartisipasi dalam seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan bersama Pak Juleo dan Bu Jessica sebelumnya. Kehadiran penulis dimulai dengan proses persiapan pembukaan *booth*, yang melibatkan pengaturan barang-barang *display* dan penyambutan pengunjung. Selama acara berlangsung, penulis secara aktif melayani pengunjung yang datang ke *booth*, memberikan penjelasan tentang *game* Collector-X, dan memandu mereka melalui alur kegiatan interaktif yang telah disiapkan sebelumnya. Selain itu, penulis juga bertugas untuk mengumpulkan *feedback* dari pengunjung mengenai pengalaman mereka dengan *game* Collector-X. Gambar 3.20 dan 3.21, yang akan dilampirkan, akan memperlihatkan dokumentasi kehadiran dan partisipasi penulis dalam berbagai kegiatan sepanjang acara Comifuro 18, baik pada hari pertama maupun hari kedua. Dengan keterlibatan yang aktif dan berdedikasi dalam menjalankan tugas-tugas tersebut, diharapkan penulis dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap kesuksesan dan promosi *game* Collector-X serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk-produk Bara Games secara keseluruhan.

Gambar 3.20 Hari Pertama Kegiatan Comifuro 2024 – Mengajak Pengunjung untuk Mengunjungi Booth Bara Games



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Gambar 3.21 Hari Pertama Kegiatan Comifuro 2024 Mengatur Flow Booth Bara Games



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Gambar 3.22 Hari Kedua Kegiatan Comifuro 2024 Mengatur Flow Booth Bara Games



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Selama dua hari berlangsungnya acara tersebut, penulis bersama rekannya, Bu Jessica, dan Pak Juleo berhasil mengumpulkan sekitar 340 ulasan dari para pengunjung yang telah mencoba langsung *game* Collector-X menggunakan perangkat yang disediakan oleh Bara Games. Ulasan-ulasan ini dicatat oleh

pengunjung setelah mereka bermain *game* Collector-X dan menuliskannya pada *sticky notes* berwarna biru yang telah disediakan. Kemudian, *sticky notes* tersebut ditempelkan pada dinding *booth*, sebagaimana terlihat dalam gambar 3.23. Partisipasi dalam cara ini juga berhasil mencapai tujuannya, yaitu untuk meningkatkan kesadaran dan menarik pengguna baru untuk produk baru dari PT IDS (Bara Games) yang dikenal dengan nama game *MMORPG* ‘Collector-X’. Gambar 3.24 menampilkan dokumentasi terakhir kehadiran penulis di *booth* Bara Games selama acara Comifuro 18, yang juga melibatkan kehadiran rekannya, Bu Jessica, dan Pak Juleo. Dengan berhasilnya partisipasi dalam acara ini, diharapkan bahwa Bara Games dapat mendapatkan lebih banyak pengguna baru dan meningkatkan citra perusahaan sebagai penyedia game *MMORPG* yang inovatif dan menarik.

Gambar 3.23 Feedback Pengunjung yang Telah Mencoba Bermain Gim Collector-X pada Booth Bara Games, Comifuro 18 di ICE BSD City



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

Gambar 3.24 Foto Bersama Supervisi Lapangan dan Manajer Proyek Kegiatan Comifuro



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2024

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktik kerja magang sebagai *business development intern*, penulis menghadapi beberapa kendala antara lain:

- **Sulitnya melakukan *follow-up* terhadap perusahaan-perusahaan yang telah dihubungi sebelumnya.**

Sebagai seorang *Business Development Intern*, penulis sering mengalami kesulitan dalam melakukan *follow-up* dengan perusahaan-perusahaan yang telah saya hubungi sebelumnya. Salah satu tantangan utamanya adalah waktu yang terbatas. Penulis memiliki banyak tanggung jawab lain yang mengharuskan penulis untuk mengalokasikan waktu dengan efisien, sehingga sulit untuk konsisten melakukan *follow-up*. Tidak hanya itu, penulis juga kadang kesulitan dalam memantau dan melacak komunikasi sebelumnya dengan perusahaan-perusahaan yang berbeda. Tanpa sistem

atau alat yang sesuai, penulis merasa sulit untuk menyusun dan melacak percakapan sebelumnya dengan efektif. Ini membuat penulis merasa kebingungan tentang kapan dan bagaimana melakukan *follow-up* yang tepat.

- **Keterbatasan waktu dan sumber daya untuk meninjau dan memperbarui *Company Profile* Perusahaan.**

Sebagai seorang *Business Development Intern*, penulis juga sering merasa terbatas oleh waktu dan sumber daya untuk meninjau dan memperbarui *Company Profile* Perusahaan. Salah satu alasan utamanya adalah karena perusahaan dapat mengalami perubahan *internal* yang membutuhkan peninjauan ulang profil. Ini bisa memakan waktu dan koordinasi yang cukup intensif. Tidak hanya itu, penulis juga menghadapi tantangan dalam menyusun materi yang informatif dan menarik untuk *Company Profile*. Memastikan bahwa profil perusahaan tidak hanya informatif tetapi juga menarik bagi audiens potensial bisa menjadi tugas yang menuntut kreativitas dan pemikiran strategis.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Saat menjalani peran sebagai *Business Development Intern* di PT Inovatif Digital Solusindo, penulis menghadapi tantangan dalam menjalankan tugas-tugasnya. Namun, penulis tetap berupaya mencari cara untuk mengatasi setiap kendala yang timbul. Berikut adalah solusi yang ditemukan oleh penulis untuk menghadapi setiap kendala yang dihadapinya:

- **Solusi untuk kendala sulitnya melakukan *follow-up* terhadap perusahaan-perusahaan yang telah dihubungi sebelumnya.**

Untuk mengatasi kendala ini, penulis mulai membuat jadwal *follow-up* yang terstruktur. Dengan mengatur jadwal yang jelas untuk melakukan *follow-up* dengan setiap perusahaan yang telah penulis hubungi sebelumnya, penulis dapat memastikan bahwa tindak lanjut dilakukan secara teratur dan konsisten. Selain itu, penulis juga mulai mencatat hasil percakapan

sebelumnya dengan setiap perusahaan untuk membantu dalam menyusun pesan *follow-up* yang lebih relevan dan terpersonalisasi. Penulis juga menggunakan alat manajemen tugas untuk mengingatkan tentang jadwal *follow-up* dan memudahkan pelacakan komunikasi sebelumnya.

- **Solusi untuk kendala keterbatasan waktu dan sumber daya untuk meninjau dan memperbarui *Company Profile* Perusahaan.**

Untuk mengatasi kendala ini, penulis mulai mengalokasikan waktu secara efisien dan merencanakan jadwal yang teratur untuk meninjau dan memperbarui *Company Profile*. Penulis juga mulai melibatkan anggota tim lain, seperti tim pemasaran atau tim manajemen produk, untuk membantu membagi beban kerja dan memperkaya konten *Company Profile* dengan berbagai perspektif. Selain itu, penulis menggunakan *template* atau contoh *Company Profile* yang sudah ada untuk mempercepat proses peninjauan dan pembaruan serta memastikan konsistensi dalam penyampaian informasi perusahaan.

Dengan menerapkan solusi-solusi ini, penulis berhasil mengatasi kendala-kendala tersebut dengan lebih efektif dan memastikan bahwa *follow-up* dengan perusahaan-perusahaan serta pembaruan *Company Profile* Perusahaan dilakukan secara teratur dan konsisten.