

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama proses kerja magang sebagai *Partnership & Client Relation* intern berada langsung di bawah divisi *Marketing & Client Relation* yang dikepalai oleh Bapak Rizki Hermawan yang juga secara langsung membawahi beberapa *supervisor* dari divisi ini yakni *Marketing Supervisor* Bapak Ageng Harris, *Marketing & Partnership* yakni Bapak Mubdi Mulya I, dan *Marketing & Client Relationship* yakni Ibu Hanifah Hindra. Lingkup pekerjaannya adalah menjadi penghubung antara perusahaan dengan klien dan *partner* serta berpartisipasi dalam mencari potensi - potensi klien baru lewat berbagai sumber atau platform. Selama proses kerja magang diberikan arahan langsung dan dibimbing oleh *Marketing Supervisor* yakni Bapak Ageng Harris Signori, *Marketing & Partnership* Bapak Mubdi Mulya I, dan *Marketing & Client Relationship* yakni Ibu Hanifah Hindra.

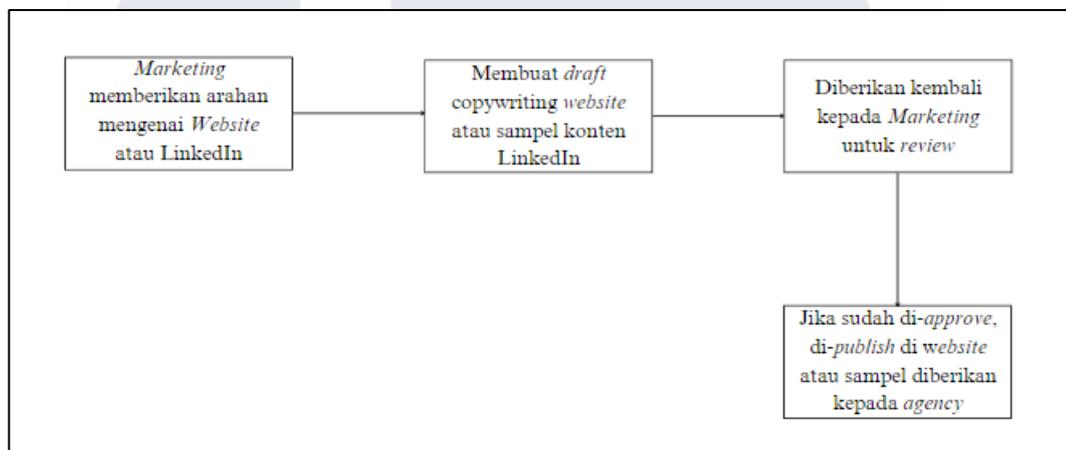
Proses kerja magang ini dilaksanakan selama 6 bulan dari tanggal 19 Februari 2024 - 16 Agustus 2024. Yang dimana proses kerja magang ini dilakukan setiap hari yang bersifat *WFO* dengan waktu kerja pukul 09.00 WIB - 17.00 WIB. Selama proses kerja magang banyak sekali pelajaran yang didapat terutama dalam hal - hal baru. Proses kerja magang ini mengajarkan untuk keluar dari zona nyaman.



3.1.1 Alur Koordinasi dalam Kerja Magang

A. Membuat copywriting di website dan sampel konten LinkedIn.

Alur koordinasi dalam proses kerja magang ini adalah yang pertama adalah *Marketing* memberikan arahan untuk mengerjakan copywriting di Website dan LinkedIn. Setelah itu, membuat *draft* terlebih dahulu. Yang kemudian akan diberikan kepada bagian *marketing*. Jika sudah di-approve maka bisa langsung di-publish di *website* dan untuk sampel konten diberikan kepada *agency*.

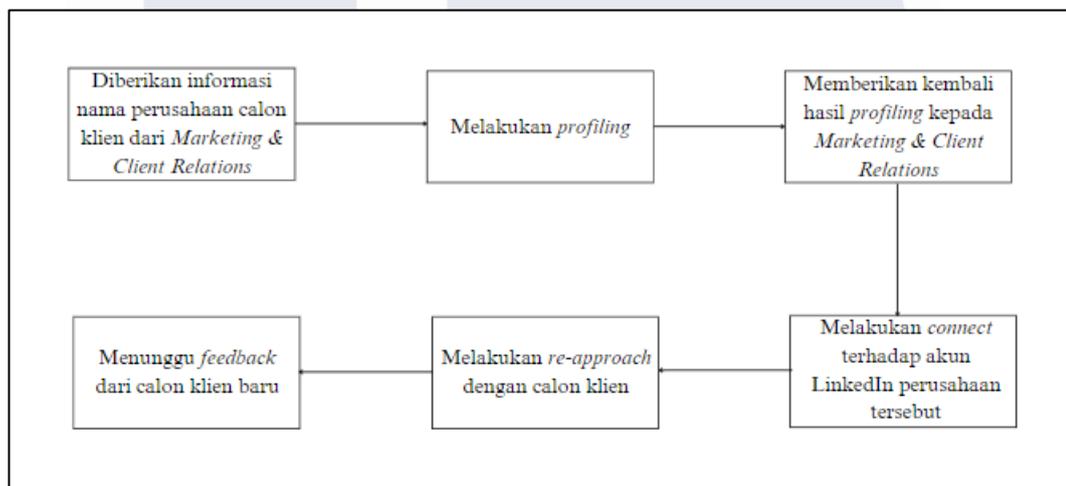


Gambar 3.1 Alur Koordinasi dalam Kerja Magang

Divisi *marketing* bertugas untuk melakukan atau merancang strategi – strategi *marketing* pada platform yang dimiliki oleh TAXSAM.CO. Sehingga divisi ini melakukan pengolahan konten terhadap platform yang dimiliki oleh TAXSAM.CO seperti *website* dan LinkedIn. Divisi ini juga bekerjasama dengan *agency* dalam pengolahan LinkedIn dari TAXSAM.CO.

B. Melakukan pencarian potensi klien, identifikasi klien (*profiling*), dan *re-approach* klien.

Alur koordinasi yang dilakukan pada proses kerja magang ini adalah dengan adanya kenalan atau kontak klien lewat dari direksi, partner, platform atau kepala divisi yang disampaikan kepada *Marketing & Client Relations*. Setelah disampaikan kepada *Marketing & Client Relations*, akan dilakukannya *profiling* terhadap perusahaan tersebut. *Profiling* berupa jenis perusahaan, jasa, jajaran direksi, komisaris, dan sebagainya sesuai dengan jenis perusahaan. Setelah itu, hasil *profiling* akan diberikan kembali ke *Marketing & Client Relations*.

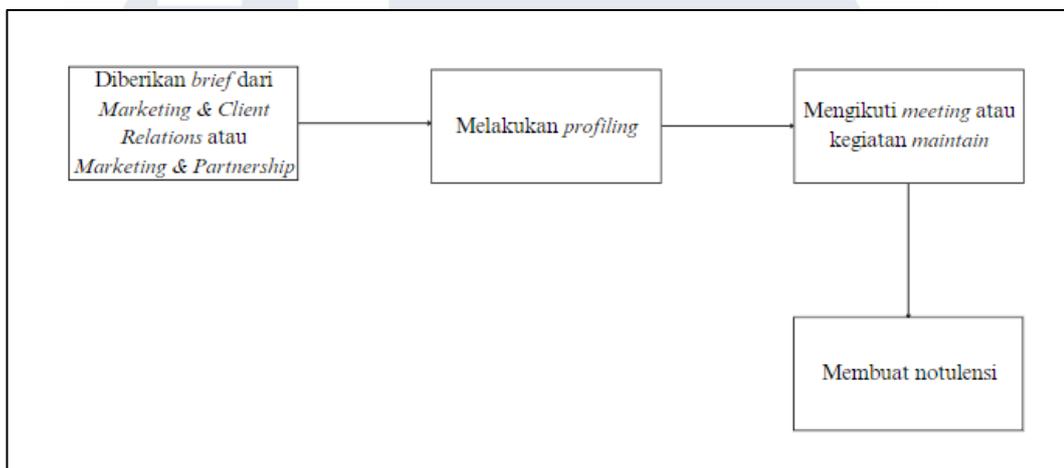


Gambar 3.2 Alur Koordinasi dalam Kerja Magang

Setelah itu, akan dilakukannya percobaan *connect* terhadap akun – akun calon klien baru. Kemudian dilakukan *re-approach* terhadap pihak klien untuk melakukan set up *meeting* sesuai dengan kebutuhan klien. Setelah itu menunggu *feedback* dari calon klien baru. Jika sudah mendapatkan jawaban dari calon klien baru, selanjutnya berkoordinasi dengan staff selanjutnya dilakukan *meeting* untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan klien. Jika *meeting* sudah selesai, maka akan dibuatkan notulensi yang nantinya akan disimpan untuk registrasi dokumen perusahaan.

C. Berpartisipasi dalam *meeting* atau kegiatan *maintain* klien dan partner.

Alur koordinasi dalam kerja magang ini adalah divisi *Marketing & Client Relations* atau *Marketing & Partnership* memberikan *brief* mengenai *meeting* atau kegiatan *maintain* yang akan dilakukan. Setelah diberikan *brief*, akan dilakukan *profiling* untuk mengetahui siapa saja yang akan berpartisipasi dalam *meeting* atau kegiatan *maintain* tersebut agar ketika *meeting* atau kegiatan *maintain*, komunikasi interpersonal yang dilakukan bisa lebih baik.



Gambar 3.3 Alur Koordinasi dalam Kerja Magang

Kemudian dilakukannya *meeting* dan kegiatan *maintain*. Selama *meeting* atau kegiatan *maintain* ini diharapkan bisa melakukan interaksi dengan klien atau partner yang berpartisipasi dalam *meeting* atau kegiatan *maintain* tersebut. Setelah *meeting* atau kegiatan *maintain* tersebut dibuatkan notulensi atas *meeting* atau kegiatan *maintain* tersebut.

3.2 Tugas dan Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam proses kerja magang yang dilakukan di TAXSAM.CO sebagai *Partnership & Client Relation intern* dilaksanakannya beberapa pekerjaan yang berkaitan dengan *partner* dan juga klien. Seperti yang pertama biasanya dilakukannya riset mengenai perusahaan - perusahaan besar yang berpotensi untuk menjadi klien lewat riset asosiasi yang kemudian dilakukan riset mengenai BOD-nya melalui LinkedIn, kemudian dilakukannya juga *maintain* pertemuan dengan *partner*, dilakukannya juga *meeting* dengan klien, lalu karena TAXSAM.CO ingin

mencari klien - klien baru maka dilakukannya juga penyusunan strategi lewat platform - platform seperti LinkedIn dan Website.

3.2.1 Tugas Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan proses kerja magang ini, terdapat beberapa tugas yang berkaitan dengan klien, *partnership*, *selling*, dan *marketing*:

1. Membuat *copywriting* di website untuk menarik perhatian klien.
2. Melakukan pencarian potensi klien, identifikasi klien (*profiling*), dan *re-approach* klien.
3. Berpartisipasi dalam *meeting* atau kegiatan *maintain* klien dan partner.

No	Aktivitas	Februari	Maret				April				Mei			
		Week												
		1	2	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Membuat <i>copywriting</i> di website dan sampel konten LinkedIn.													
2	Melakukan pencarian potensi klien, identifikasi klien (<i>profiling</i>), dan <i>re-approach</i> klien.													
3	Berpartisipasi dalam <i>meeting</i> atau kegiatan <i>maintain</i> klien dan partner.													

Tabel 3.1 Track Aktivitas Partnership dan Client Relation Intern

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Membuat copywriting di website dan sampel konten LinkedIn.

Menurut McKee (2007), copywriting bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dalam tulisan agar konsumen memiliki rasa keinginan untuk melakukan kegiatan bisnis dengan perusahaan (Jayatanti dkk., 2021, 143). Dalam proses pembuatan copywriting ini bertujuan agar klien maupun konsumen yang melihat website TAXSAM.CO dapat tertarik dengan jasa - jasa yang ditawarkan oleh TAXSAM.CO. Copywriting yang dibuat adalah dalam bahasa inggris. Dalam 3 bulan ini TAXSAM.CO sedang berfokus pada perubahan website, dengan koordinasi bersama divisi Business Development dan IT dalam mengubah website TAXSAM.CO yang lebih efektif. Dalam proses pembuatan copywriting, objektif yang dilakukan untuk mendeskripsikan perusahaan dan jasa - jasa pajak dengan kalimat yang mudah dipahami. Bahasa yang mudah dipahami ini bertujuan agar calon klien memahami apa yang disediakan oleh TAXSAM.CO untuk memenuhi kebutuhannya.

Beberapa *copywriting* yang dibuat adalah seperti untuk page “*ABOUT US*”. Pada page ini dibuat *copywriting* yang mendeskripsikan TAXSAM.CO secara garis besar. Bahan dalam proses pembuatan *copywriting* diambil dari *company profile* yang dikembangkan menjadi deskripsi “*ABOUT US*” yang mudah dipahami. Untuk website sendiri dibuat dengan Bahasa Inggris agar dapat diakses dan dibaca oleh semua orang.



Gambar 3.4 Copywrite Website TAXSAM.CO Page “*ABOUT US*”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

Kemudian *copywriting* yang dibuat adalah pada bagian sejarah perusahaan. Pada bagian ini *copywriting* yang dibuat menceritakan mengenai sejarah berdirinya TAXSAM.CO. *Copywriting* yang dibuat memuat sejarah yang dikemas dengan singkat namun mudah dipahami. Pada bagian ini teknis pembuatan *copywriting* dilakukan dengan menceritakan perjalanan TAXSAM.CO dari tahun ke tahun. Menyesuaikan dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pembaca terutama orang – orang yang awam akan pajak.



Gambar 3.5 Copywrite Website Page “OUR HISTORY” TAXSAM.CO

Sumber: Website Perusahaan (2024)

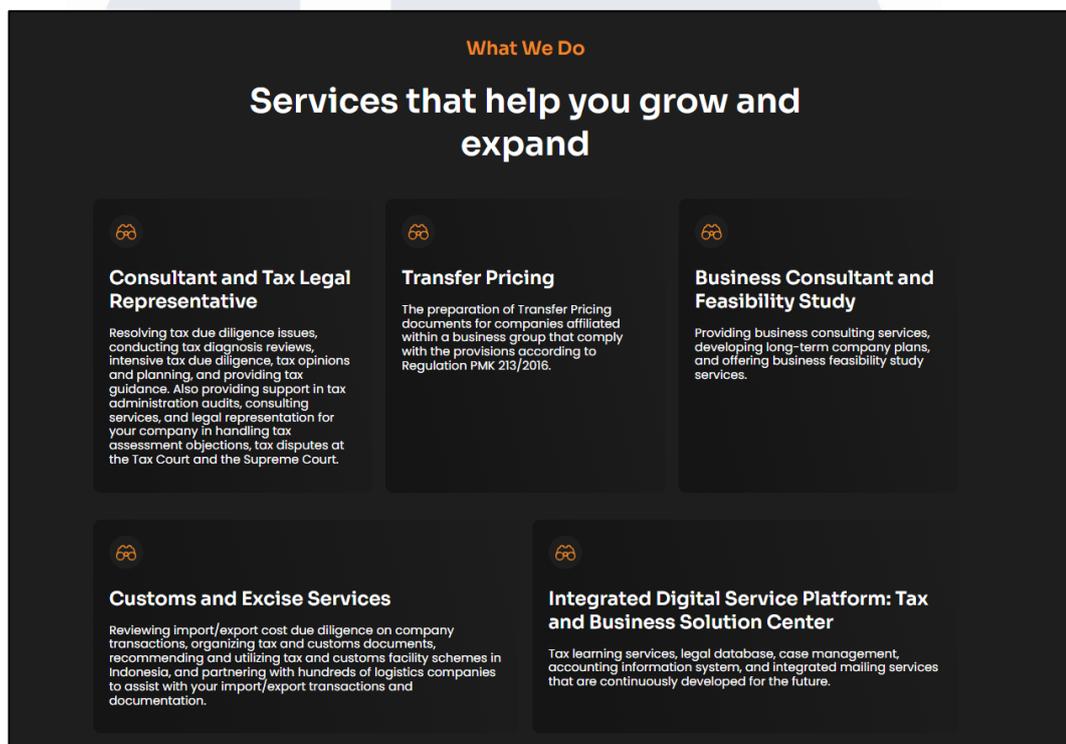
UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

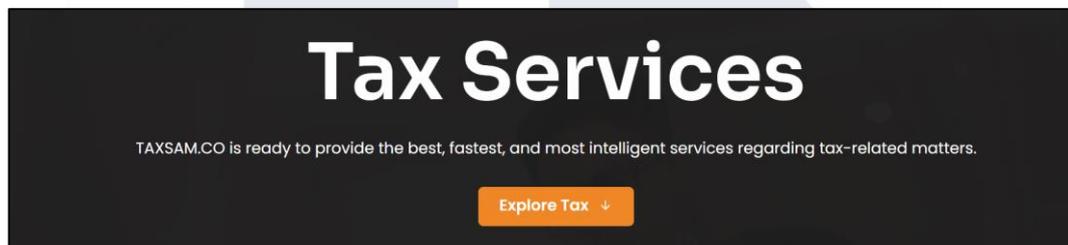
Selanjutnya dibuat juga copywriting untuk halaman penjelasan jasa – jasa tambahan dari TAXSAM.CO secara garis besar yakni jasa “*Consultant and Tax Legal Representative, Transfer Pricing, Business Consultant and Feasibility Study, Customs and Excise Services, dan Integrated Digital Service Platform: Tax and Business Solution Center.*” Jasa – jasa ini dibuat deskripsi singkatnya secara garis besar agar mudah dipahami. Objektif dari website ini adalah agar dapat menjangkau klien yang dimana klien – klien biasanya adalah orang yang awam terhadap pajak. Sehingga dibuat copywriting dengan bahasa yang mudah dipahami.



Gambar 3.6 Copywrite Website TAXSAM.CO Page “Services”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

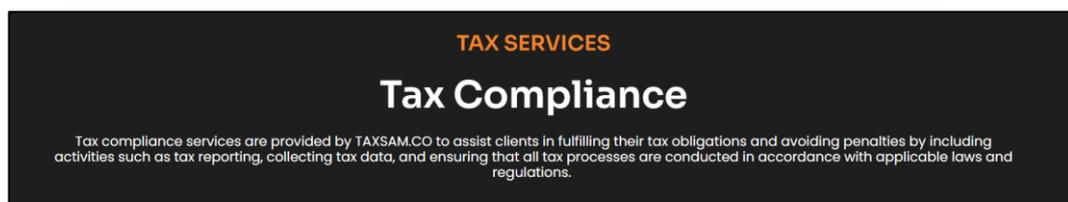
Selanjutnya *copywriting* yang dibuat adalah untuk halaman penjelasan “*TAX SERVICES*”. Pada bagian ini *copywriting* yang dibuat menjelaskan secara garis besar bahwa TAXSAM.CO siap membantu klien dalam permasalahan – permasalahan pajaknya. Dengan menggunakan tagline dari TAXSAM.CO yakni konsultan yang menyediakan pelayanan terbaik, tercepat, dan terpinter untuk menjawab permasalahan – permasalahan pajak.



Gambar 3.7 Copywrite Website TAXSAM.CO Page “Tax Services”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

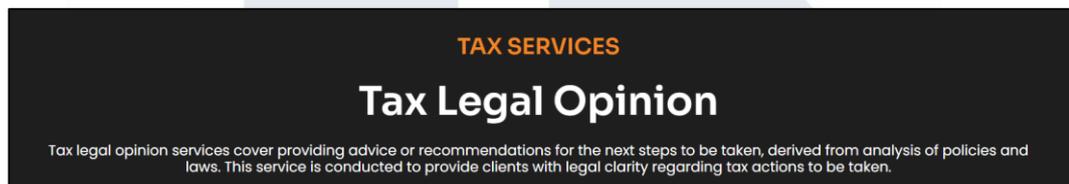
Seperti salah satu contoh yang dibuat adalah pada page “*Tax Compliance*”. “*Tax Compliance*” merupakan salah satu jasa yang ditawarkan oleh TAXSAM.CO untuk memberikan pelayanan dalam memenuhi kewajiban pajak agar terhindar dari pinalti yang mencakup pengumpulan data pajak serta perbantuan dalam proses pelaporan pajak. Jasa ini ditulis dan dideskripsikan dengan bahasa yang mudah dipahami serta berbasis Bahasa Inggris.



Gambar 3.8 Copywrite Website TAXSAM.CO Page “Tax Compliance”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

Kemudian copywriting yang dibuat adalah pada jasa kedua yakni “*Tax Legal Opinion*” yang dimana pada jasa ini TAXSAM.CO membantu klien dalam menyelenggarakan opini pajak dalam permasalahan pajak yang dimiliki oleh klien. Jasa ini berguna untuk membantu klien dalam memutuskan langkah selanjutnya dalam pengolahan pajaknya. *Copywriting* ini menjelaskan secara singkat dan garis besar jasa “*Tax Legal Opinion*” ini.



Gambar 3.9 Copywrite Website TAXSAM.CO Page “*Tax Legal Opinion*”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

Selanjutnya *copywriting* yang dibuat adalah untuk jasa “*Tax Administration*”. Jasa ini merupakan jasa yang membantu klien dalam mengurus administrasi pajaknya. Mulai dari pengumpulan data, monitor perpajakan, dan membantu klien dalam memenuhi kewajiban pajaknya. *Copywriting* yang dibuat ini mengambil secara garis besar apa yang dilakukan TAXSAM.CO dalam jasa ini.



Gambar 3.10 Copywrite Website TAXSAM.CO Page “*Tax Administration*”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

Jasa selanjutnya adalah “*Tax Legal*” dimana jasa ini merupakan jasa yang ditawarkan oleh TAXSAM.CO untuk memberikan solusi dalam sengketa pajak, membantu menyusun dokumen pajak, dan konsultasi untuk memenuhi kebutuhan klien. Ini merupakan inti dari jasa “*Tax Legal*” ini sehingga *copywriting* yang disusun juga singkat.



Gambar 3.11 Copywrite Website TAXSAM.CO Page “*Tax Legal*”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

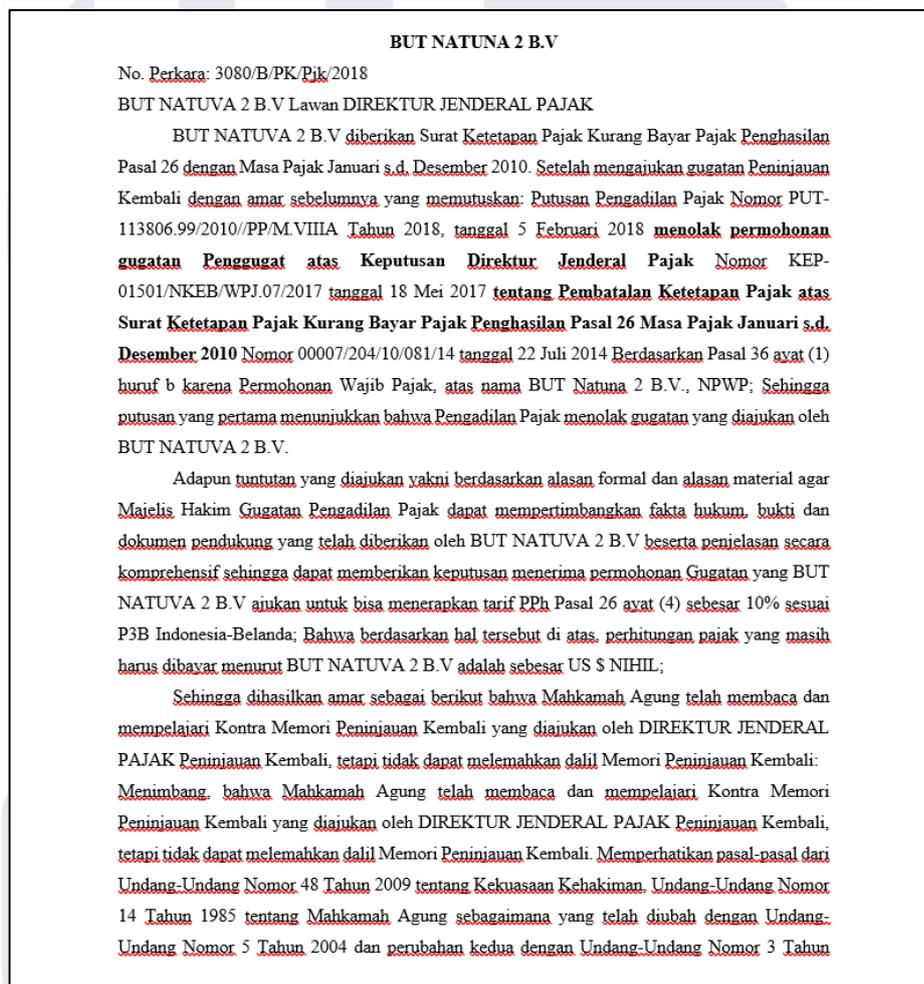
Dan jasa yang terakhir yang dibuat *copywriting*nya adalah “*Transfer Pricing Documentation*”. Yang dimana jasa ini adalah jasa yang ditawarkan TAXSAM.CO untuk membantu klien dalam membuat atau menyusun dokumen yang berfungsi sebagai *transfer pricing* untuk bertransaksi antar perusahaan. Penyusunan ini sesuai dengan Putusan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.03/2016. *Copywriting* dibuat singkat namun menjelaskan secara garis besar jasa ini, agar orang yang awam pajak memahami jasa – jasa yang dimiliki oleh TAXSAM.CO.



Gambar 3.12 Copywrite Website TAXSAM.CO “*Transfer Pricing Documentation*”

Sumber: Website Perusahaan (2024)

Selain itu, TAXSAM.CO sedang melakukan pengolahan terhadap akun LinkedIn yang dimiliki. Karena TAXSAM.CO merupakan perusahaan jasa yang berbasis B2B maka platform yang paling cocok untuk digunakan sebagai sarana marketing & selling adalah LinkedIn. Pengolahan LinkedIn ini bekerjasama dengan partner yakni AMRTA Agency. TAXSAM.CO memberikan brief, feedback, hingga masukan ke AMRTA Agency mengenai pengolahan LinkedIn yang diinginkan. Salah satunya adalah dengan membuat sampel konten untuk LinkedIn.



Gambar 3.13 Sampel Konten Studi Kasus LinkedIn BUT NATUNA 2 B.V

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Sampel konten yang dibuat merupakan konten yang berbentuk studi kasus. Konten ini dibuat melalui sumber Surat Keputusan Mahkamah Agung mengenai sengketa pajak yang dialami oleh BUT NATUNA 2 B.V. Dalam proses pembuatan sampel konten ini dilakukan langkah pertama yakni membaca surat putusan tersebut dengan menerapkan FIRAC yakni *fact, issue, regulation, analysis, dan conclusion* sehingga dapat memahami apa akar permasalahan, bagaimana penyelesaiannya, dan putusan yang diberikan. Hal ini dibantu dengan staff yang memiliki latar belakang hukum. Sampel ini dibuat dengan kata – kata yang mudah dipahami, sehingga orang yang awam dengan pajak dapat membaca konten studi kasus ini. Sampel konten ini kemudian diberikan kepada AMRTA Agency untuk dibuat.

Selanjutnya, dilakukan juga riset – riset mengenai konten LinkedIn yang sekiranya diinginkan oleh TAXSAM.CO dan sekiranya cocok dengan perusahaan. Riset dilakukan dengan melihat akun LinkedIn perusahaan kompetitor dan perusahaan – perusahaan lain. Tujuan riset ini adalah untuk diberikan kepada AMRTA Agency agar agency tersebut dapat memiliki gambaran mengenai konten – konten yang diinginkan oleh TAXSAM.CO sebagai partner atau klien mereka.

No	Topik	Jenis Konten	Link	Perusahaan	Keterangan
1	Memperkenalkan praktisi atau product manager salah satu produknya	Awareness	https://www.linkedin.com/posts/mekari_behind-the-product-of-akan-talenta-activity-7190123704290265521-g579?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Mekari	TAXSAM.CO dapat juga memperkenalkan salah satu praktisi atau senior staff yang memiliki pengalaman - pengalaman dalam TAXSAM.CO PRIME TIME: 12.00 - 15.00, 15.00 - 18.00, 18.00 - 21.00 (Hubspot)
2	Memberikan edukasi mengenai dana darurat	Education	https://www.linkedin.com/posts/mekari_something-apa-kah-dana-darurat-activity-718056926689015040-3YCLn?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Mekari	TAXSAM.CO dapat memberikan edukasi seputar pajak yang visualisasinya berbentuk deck bukan gambar, lalu direpost oleh staff agar meningkatkan engagement juga.
3	Memberikan informasi mengenai NUJOP	Promotion	https://www.linkedin.com/posts/pajakcom_pajakcom-nujop-se-baga-dasar-pengertian-activity-712814723108875458-Q1GF?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Pajak.com	TAXSAM.CO dapat memberikan informasi seputar silih - silih pajak secara umum yang visualisasinya berbentuk deck lalu pada copywritingnya ditambahkan CTA untuk menghubungi TAXSAM.CO
4	Memberikan informasi bagaimana menjadi product manager yang baik	Promotion	https://www.linkedin.com/posts/pl_tokopedia_behind-the-scenes-as-a-product-manager-activity-7159540190382055424-Vras?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Tokopedia	TAXSAM.CO dapat memperkenalkan salah satu praktisi yang kemudian memberikan informasi bagaimana menjadi seorang praktisi yang baik. Dari sini dapat terlihat bahwa TAXSAM.CO memiliki praktisi yang terbaik
5	Memberikan informasi skill apa yang harus dimiliki oleh seorang product manager	Promotion	https://www.linkedin.com/posts/pl_tokopedia_mastering-the-role-of-a-product-manager-activity-7153991589482597632-LjvWV?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Tokopedia	TAXSAM.CO dapat memperkenalkan salah satu praktisi yang kemudian memberikan informasi skill apa yang harus dimiliki oleh seorang praktisi. Dari sini dapat terlihat bahwa TAXSAM.CO memiliki praktisi yang terbaik
6	Memperkenalkan Halodoc	Awareness	https://www.linkedin.com/posts/halodoc-st_get-to-know-halodoc-connect-activity-71587307272171008-nInU?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Halodoc	Memperkenalkan TAXSAM.CO dalam bentuk deck bukan gambar saja
7	Memberikan informasi mengenai perubahan UU	Education	https://www.linkedin.com/posts/sigma-law-firm-jakarta_indonesia-constitutional-law-activity-70880365421536672-st1ab?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Sigma Law Firm	TAXSAM.CO dapat memberikan informasi mengenai perubahan peraturan pajak yang kemudian dapat dibantu dengan repost dari staff

Gambar 3.14 Riset Konten LinkedIn TAXSAM.CO

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kemudian dilakukan riset untuk hashtag untuk konten – konten LinkedIn yang akan dikerjakan oleh agency. Riset ini berfungsi sebagai preferensi. Riset ini menggunakan tools yakni *Google Trends*. Dalam melakukan riset ini dicari *hashtag – hashtag* dengan kata kunci yang bersangkutan dengan konsultan pajak. Setelah itu ditulis kira – kira berapa presentase kata – kata tersebut dalam pencarian melalui *Google Trends*. Dilakukan juga riset mengenai turunan dari kata – kata tersebut yang bisa menjadi preferensi *hashtag*.

No	Hashtag	Presentase	Turunan
1	Sengketa Pajak	100%	Sengketa Pajak adalah
2	Restitusi Pajak	90%	Restitusi Pajak adalah
3	Tax Avoidance	130%	Tax Avoidance adalah
4	Tax Evasion	250%	Tax Avoidance dan Tax Evasion
5	PPH	200%	Denda telat lapor PPh
6	PPN	200%	Pajak keluaran adalah
7	SPT	180%	Cara melapor SPT tahunan
8	Pajak terutang	60%	Rumus pajak terutang
9	Faktur pajak	200%	Faktur pajak sederhana
10	eFin	250%	Jika lupa eFin pajak
Sumber: Google Trends			

Gambar 3.15 Riset Hashtag LinkedIn TAXSAM.CO

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kemudian dilakukan juga evaluasi konten – konten LinkedIn yang pernah dibuat oleh tim TAXSAM.CO sebelum menggunakan *agency*. Menurut Kurnia (2022), tujuan evaluasi adalah untuk membantu memberi masukan untuk perencanaan, keberlanjutan atau penghentian sebuah program atau jalan (Pratama, 2024). Sehingga melalui evaluasi ini dapat dilihat bagaimana perkembangan atau impresi yang didapatkan oleh TAXSAM.CO Ketika membuat konten sendiri untuk LinkedIn. Evaluasi ini juga dapat menjadi acuan atau patokan untuk *agency* agar mereka dapat mengembangkan LinkedIn TAXSAM.CO. Evaluasi dilakukan dengan menghitung *impressions*, *reaction*, dan *comment* dari setiap konten yang ada.

SEPTEMBER - MEI 2024 (Start 4 September 2023)					
Minggu	Tanggal	Impressions	Konten	Reaction	Comment
1	4 September 2023	738	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7104374081831010304	3	0
2	11 September 2023	648	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7107030038675423232	4	0
	13 September 2023	821	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7107659902189281280	5	0
Total Minggu Ke-2		1.469			
3					
4	25 September 2023	898	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7111924148590833664	5	0
5	2 Oktober 2023	698	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7114508245347536896	1	0
	2 Oktober 2023	1262	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7114561234867298304	4	0
	2 Oktober 2023	1.610	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7114561614623752192	19	0
	2 Oktober 2023	719	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:711456201222812160	4	0
	3 Oktober 2023	974	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7114813776947789824	3	0
	3 Oktober 2023	1034	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7114814135938269185	3	0
	4 Oktober 2023	990	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7115194169735729152	5	0
	5 Oktober 2023	702	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7115519981630492672	3	0
8 Oktober 2023	936	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7116615208001851392	3	0	
Total Minggu Ke-5		8.925			

Gambar 3.16 Evaluasi Konten LinkedIn TAXSAM.CO

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

B. Melakukan pencarian potensi klien, identifikasi klien (*profiling*), dan *re-approach* klien.

Menurut Peppers & Rogers dalam buku berjudul *Managing Customer Experience and Relationships*, yang menjelaskan adanya teori IDIC yang merupakan pilar utama antara perusahaan dengan pelanggannya yang terdapat aspek identifikasi yang dimana aspek ini harus dilakukan agar perusahaan dapat mengenali pelanggannya ketika mereka datang (Amalia & Zurani, 2021, 309) Dalam proses kerja magang di TAXSAM.CO dilakukannya proses identifikasi perusahaan terutama perusahaan - perusahaan yang berpotensi menjadi klien. Identifikasi dilakukan dengan melihat daftar nama perusahaan dari sebuah asosiasi perusahaan atau identifikasi lewat kenalan - kenalan dari internal TAXSAM.CO itu sendiri. Yang pernah dikerjakan adalah mengidentifikasi perusahaan - perusahaan dari perusahaan PT KRAKATAU STEEL (Persero).

Nama Perusahaan	Jasa	Anak Perusahaan	Kantor Pusat	Kantor Cabang	Dewan Direksi	LinkedIn	Dewan Komisaris	LinkedIn	Staff	LinkedIn
PT Krakatau Sarana Infrastruktur	Layanan infrastruktur industri	PT Krakatau Bandar Samudera: Jasa pengelolaan kepelabuhanan			Direktur Utama: Alugoro Widyawatyudi	https://www.linkedin.com/in/alugoro-widyawatyudi-47742746/?original_referer=https%3A%2F%2Fwww%2Fgoogle%2Ecom%2F&originalSubdomain%3D	Plt. Komisaris Utama: M. Terra Maulana	https://www.linkedin.com/in/terramaulana70riginal_referer=https%3A%2F%2Fwww%2Fgoogle%2Ecom%2F&originalSubdomain%3D	Accounting Manager: Bayu Prayubo	https://www.linkedin.com/in/bayuy-prayubof-90882226?originalSubdomain%3D
	Properti & Commercial Estate	PT Krakatau Tirta Industri: Pengolahan air industri			Direktur SDM dan Keuangan: Shirley Sinta	https://www.linkedin.com/in/shirley-sinta-3420a115?originalSubdomain%3D	Komisaris: Thomas Albert Pantouw	-		
	International Port: penyediaan pelabuhan di Selat Sunda	PT Krakatau Sarana Properti: Penyedia properti dan penunahan					Komisaris: Nur Hidayat	-		
	Water Solution: Solusi air bersih	PT Krakatau Information & Technology: Penyedia jasa teknologi informasi	Gedung Krakatau Steel Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 54 Jakarta Selatan 12950, Indonesia +62-21 5201255 (Hunting) +62-21 5200876, 5204208, 5200783	Cilegon Office: Wisma Krakatau Lt.2 Jl. KH. Yasin Beji No. 6 Cilegon, Banten 42435 Indonesia (+62)204-363232	Direktur Portofolio dan Pengembangan Usaha: Rosalya Dewi Selwyni	https://www.linkedin.com/in/rosalya-dewi-664a842477?original_referer=https%3A%2F%2Fwww%2Fgoogle%2Ecom%2F&originalSubdomain%3D	Komisaris: Sonny Magranta Silaban	-	Accounting Staff: Baeatut Umah	https://www.linkedin.com/in/baeatut-umah-2938502a?originalSubdomain%3D
Information Technology Solution: penyelesaian layanan cloud	Energy Solution: pembangkit listrik, operasi & pemeliharaan untuk pembangkit listrik, layanan EPC untuk gas, induk, distribusi listrik, dan peralatan terkait	PT Krakatau Jasa Industri: Perdagangan umum dan jasa								
	Penyedia Jasa Industri: outsourcing perdagangan, jasa penyelesaian mobil, BLUJP (Badan Usaha Jasa Pengamanan), dan bantuan industri komprehensif									

Gambar 3.17 Profiling Keseluruhan PT KRAKATAU STEEL (Persero)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Proses identifikasi ini memuat nama perusahaan, nama jajaran direksi, nama kepala keuangan, dan nama kepala pajak perusahaan tersebut beserta dengan profil LinkedInnya. Hal ini dilakukan agar TAXSAM.CO dapat menghubungi perusahaan - perusahaan tersebut untuk menawarkan jasa TAXSAM.CO dan tentunya dapat meraba - raba kira - kira permasalahan pajak apa yang biasanya dialami oleh jenis - jenis perusahaan tersebut sehingga ketika mereka menjawab tawaran yang diberikan, maka TAXSAM.CO sudah siap menanggapi.

HOLDING COMPANY: PT PELABUHAN INDONESIA II (Persero)

JASA HOLDING COMPANY

LOGISTIC AND SERVICES	CARGO HANDLING ONE BUSINESS	SUPPORTING BUSINESS
IPC: JASA ARMADA INDONESIA	IPC: TERMINAL PETIKEMAS	ILCS: INTEGRASI LOGISTIK CIPTA SOLUSI
IPC: PENGEMBANGAN PELABUHAN INDONESIA	JAKARTA INTERNATIONAL CONTAINER TERMINAL	EDI: ELECTRONIC DATA INTERCHANGE INDONESIA
IPC: JASA PERALATAN PELABUHAN	TPK KQIA	IPC: ENERGI PELABUHAN INDONESIA
IPC: PENERUKAN INDONESIA	IPC: PELABUHAN TANJUNG PRIOK	RUMAH SAKIT PELABUHAN
IPC: MULTI TERMIMAL INDONESIA	IPC: INDONESIA KENDARAAN TERMINAL	IPC: PENDIDIKAN MARITIM & LOGISTIK INDONESIA
	TERMINAL PETIKEMAS INDONESIA	

Member of

 SAM ALLIANCE

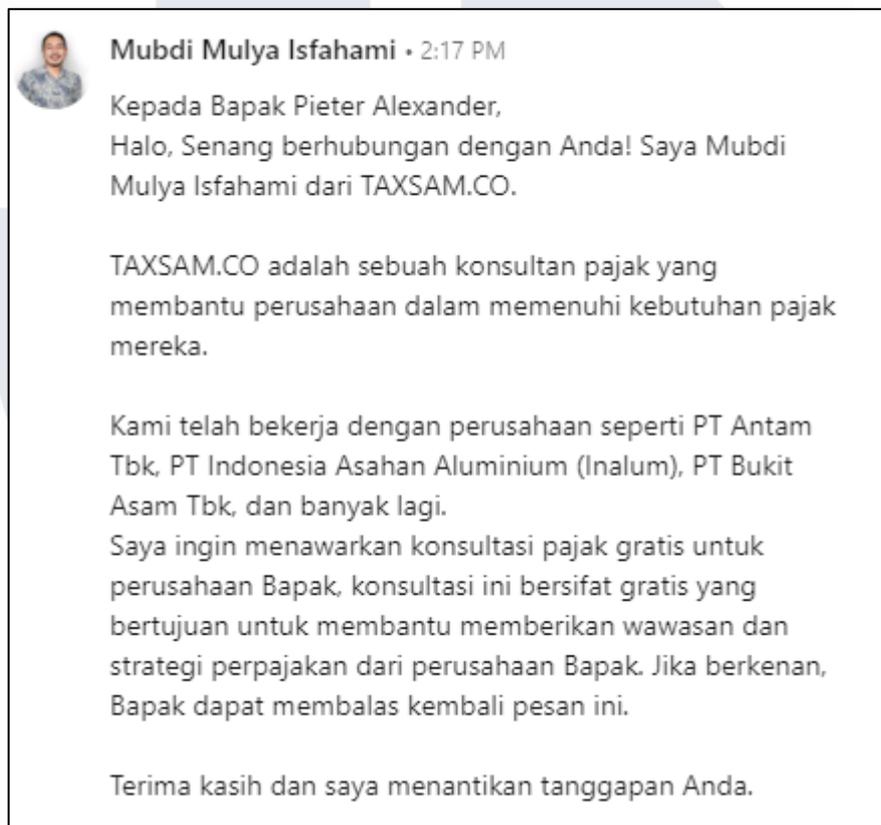
Gambar 3.18 Profiling PT Jasa Armada Indonesia (IPC Marine)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Setelah dilakukannya proses identifikasi hingga approaching maka akan dilakukan *meeting*. *Meeting* dengan *partner* merupakan salah satu bentuk komunikasi antarpribadi. Menurut Agus M. Hardjana (2003 : 85) dalam buku *Komunikasi Interpersonal* yang ditulis oleh Roem & Sarmiati, mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan interaksi yang berlangsung secara tatap muka antara dua orang atau beberapa orang yang dimana pengirim pesan dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan juga dapat menerima dan menanggapi pesan secara langsung (Roem & Sarmiati, 2019, 1). Dalam melakukan proses re-approaching dan approaching, dilakukan menggunakan akun LinkedIn dari *Head Marketing & Client Relation* serta beberapa *supervisor* dari *Client & Relation* itu sendiri. Perusahaan – perusahaan yang dihubungi adalah perusahaan yang telah dilakukan profiling sebelumnya, biasanya yang dihubungi adalah bagian dari divisi *finance* atau *tax* dari perusahaan tersebut.

Pre-approach memiliki tujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan calon klien (Asemah, Nkwam-Uwaoma, & Amah, Notes On Integrated Marketing Communication, 2023). Dalam proses melakukan re-approach atau approach, terlebih dahulu dibuatkan kata – kata atau copywriting yang menarik

untuk menghubungi calon klien baru dalam menawarkan TAXSAM.CO. Karena TAXSAM.CO menawarkan jasa maka dibuatkan *copywriting* yang menawarkan jasa TAXSAM.CO. *Copywriting* dibuat dengan urutan memperkenalkan diri, memperkenalkan perusahaan, kemudian penawaran jasa. Dalam proses *re-approach* ini tujuannya adalah untuk mendapatkan kesempatan *pitch meeting* atau *kick-off* dengan menawarkan konsultasi gratis sebagai permulaan.



Gambar 3.19 Copywrite Direct Message LinkedIn

Sumber: LinkedIn (2024)

Jika sudah menerima respon dari calon klien baru maka akan diarahkan untuk dilakukan proses kick-off meeting dan melakukan konsultasi gratis terhadap perusahaan tersebut. Diharapkan klien puas dengan konsultasi gratis yang dilakukan sehingga TAXSAM.CO dapat menerima potensi pekerjaan baru dari perusahaan tersebut.



Gambar 3.20 Copywriting Direct Message LinkedIn

Sumber: LinkedIn (2024)

C. Berpartisipasi dalam *meeting* atau kegiatan *maintain* klien dan partner.

Salah satu klien yang pertama dipegang adalah PT. Abassy Digital Teknologi yang dimana melalui beberapa tahapan proses dari personal selling itu sendiri. Yang pertama adalah *identifying the prospects* yang dimana langkah ini dilakukan dengan melakukan riset potensi - potensi klien. Setelah itu, dilakukannya kontak kepada klien untuk *set meeting pitching*, klien bersedia sehingga oleh staff dilakukan *meeting*. Ternyata pihak perusahaan tersebut memiliki permasalahan dalam pajak berupa adanya potensi restitusi yang harus dilakukan. Sehingga kami pergi ke kantor Cikarang untuk melakukan *meeting* dengan PT Abassy Digital Teknologi, pada *meeting* tersebut ada *objection* yang dilontarkan yakni mengenai masalah harga, maka dilakukan negosiasi dengan salah satu teknik yakni *correcting and minimising the client's understanding of the challenges or cost of the advice* (Bloch & Antaki, 2022).



001403/CR/NotulCR01/III/2024 Tanggal 21 Maret 2024 Notulen Rapat Akuisisi Klien Pertemuan Non Teknis Jasa Konsultan dan Kuasa Hukum Pajak

Waktu
Kamis, 21 Maret 2024
10.00 - selesai
Waterfront Estate Jl. South Silvercreek 6 no.39

Kehadiran

- Diana Sari Atmaja

Taxsam.co:

- Dicky Wibowo
- Firmandi
- Samantha Nicole

Isu
Dibutuhkannya review atas data - data pajak dari tahun 2018 - 2023 untuk melihat perlu atau tidaknya dilakukan restitusi

Gambar 3.21 Notulen Meeting PT Abassy Digital Teknologi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pada meeting ini dilakukannya teknik tersebut ketika adanya objection dari PT. Abassy Digital Teknologi mengenai harga, sehingga tercapailah sebuah kesepakatan. Namun proses ini baru sampai di tahap *handling the objection*. Untuk proses selanjutnya akan dilakukan *closing the sale* ketika proposal penawaran sudah dikirimkan dan administrasi selesai dan setelah pengerjaan selesai akan dilakukan *follow - up*.

Isu

Dibutuhkannya review atas data - data pajak dari tahun 2018 - 2023 untuk melihat perlu atau tidaknya dilakukan restitusi

Hasil Meeting

- PT Abassy Digital Technology merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang IT Consultant;
- Selama ini PT Abassy Digital Technology mendapatkan margin yang sedikit dikarenakan adanya proses pajak pemotongan dari distributor ketika mereka membeli barang dan karena PT Abassy Digital Technology memiliki klien BUMN yang dimana diberlakukannya wajib pemungutan pajak maka pembayaran yang dilakukan terhadap PT Abassy Digital Technology tidak penuh;
- PT Abassy Digital Technology telah beberapa kali dikirimkan surat atau diminta untuk membayar kurang pajak oleh KPP setempat yakni Cikarang Selatan;
- Bu Diana melakukan perbandingan pemasukan dan pengeluaran pajak yang dimana terlihat bahwa seharusnya PT Abassy Digital Technology melakukan restitusi;
- Sehingga Bu Diana meminta bantuan [Taxsam.co](https://www.taxsam.co) untuk melakukan review data - data pajaknya dari tahun 2018 - 2023 untuk memastikan adanya restitusi atau tidak;

Next Action

Follow up untuk meminta data - data keseluruhan pajak PT Abassy Digital Technology

Gambar 3.22 Notulen Meeting PT Abassy Digital Teknologi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

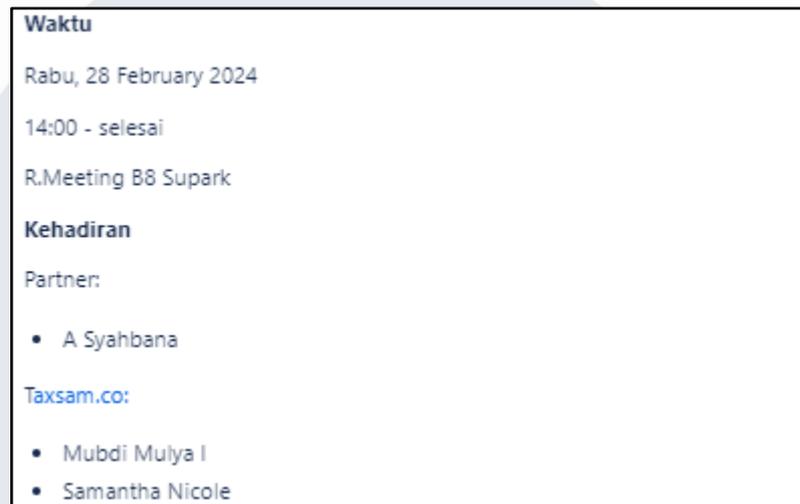
Selain itu, TAXSAM.CO juga biasanya melakukan meeting dengan beberapa partner yang salah satunya adalah Direktorat Jendral Pajak Jakarta Selatan II (DJP Jaksel II). Sehingga TAXSAM.CO sering mengadakan pertemuan atau *meeting* dengan Direktorat Jendral Pajak Jakarta Selatan II (DJP Jaksel II) baik secara formal maupun informal. *Meeting* informal biasanya dalam bentuk makan siang atau dalam masa puasa dalam bentuk buka bersama.

Salah satu *meeting* yang dilakukan dengan Direktorat Jendral Pajak Jakarta Selatan II (DJP Jaksel II) adalah *meeting* yang bersifat kegiatan *maintain* buka bersama. Tujuan dari *meeting* dan pertemuan buka bersama ini adalah sebagai entertainment untuk menjaga hubungan baik dengan *partner* perusahaan.

002004/CR/NotulCR01/III/2024 Tanggal 22 Maret 2024 002005/CR/NotulCR01/III/2024 Tanggal 22 Maret 2024
Waktu Kamis, 22 Maret 2024 18:00 - selesai Madame Delima
Kehadiran Partner: <ul style="list-style-type: none">• Yosi Aprianto• R.S. Suworo• Bambang• Jeremy Situmorang Taxsam.co: <ul style="list-style-type: none">• Hanifah Hindra• Jeanette Victoria Marie• Samantha Nicole

Gambar 3.23 Notulen Meeting Direktorat Jendral Pajak Jakarta Selatan II
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kemudian adapun *meeting* dengan *partner* lain yaitu AMRTA Agency yang adalah sebuah *agency* bisnis dan digital yang membantu untuk perkembangan bisnis lewat platform - platform digital. TAXSAM.CO bekerja sama dengan AMRTA sebagai partner untuk membantu TAXSAM.CO dalam memaksimalkan platform digital yang dimiliki yakni LinkedIn.



Gambar 3.24 Notulen AMRTA Agency TAXSAM.CO

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Salah satu *meeting* yang dilakukan adalah *meeting* yang membahas mengenai quotation yang akan dipresentasikan kepada jajaran direksi TAXSAM.CO. *Meeting* ini juga dilakukan secara langsung untuk mempermudah pemberian feedback terhadap quotation yang nantinya akan dipresentasikan.

<p>Isu</p> <ul style="list-style-type: none">• Pembahasan Review Deck dan Quotation Jasa AMRTA Agency <p>Hasil Meeting</p> <ul style="list-style-type: none">• Akan didetilkan kembali Cost Per Hour dalam quotation.• Quotation akan dimasukkan pada proposal agar dapat dilihat ketika pitching atau present.• Akan dimasukkan strategy development, service personal & company, dan account management pada quotation.• Quotation personal dan company akan dipisah.• Qualified leads akan dijabarkan dan didetilkan pada deck dan quotation.• Harga yang terdapat pada quotation sudah termasuk harga ads.• Ada masukan dari partner bahwa untuk website TAXSAM.CO dan website yang memuat live chatbot sebaiknya dipisah untuk menghindari adanya crash.• Dalam LinkedIn aspek yang berpengaruh adalah "impression" bahkan lebih berpengaruh dari "reaction" sehingga perhatian berpusat pada "impression".• Ada masukan dari partner untuk menggunakan platform email dengan strategi cold email karena sistem marketingnya yang lebih direct kepada leads.• Akan dibuatkan content plan personal LinkedIn selama 1 bulan. <p>Next Action</p> <ul style="list-style-type: none">• Akan adanya present kepada BD mengenai deck dan quotation.
--

Gambar 3.25 Notulen AMRTA Agency TAXSAM.CO

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Selain itu, dilakukan juga kegiatan - kegiatan *maintain* dengan klien yang bertujuan untuk menjaga hubungan dengan klien sambil juga mencari potensi pekerjaan lewat obrolan - obrolan dengan teknik *soft selling*. *Soft - selling* merupakan salah satu cara dari komunikasi interpersonal. Menurut Okazaki (2010 : 7) dalam Jurnal Pengaruh Soft Selling Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Petede House Di Kota Fajar Aceh Selatan mengatakan bahwa dalam soft selling memiliki faktor - faktor utama yakni yang pertama adalah tersirat, menggunakan rasa, menggunakan citra merek, kredibilitas, komunikasi, pemahaman, keramahan, akses, dan sekuritas (Yusuf dkk., 2023, 3 - 4). Salah satunya adalah kegiatan “Nonton Bareng” pertandingan bola Indonesia vs Uzbekistan.



Gambar 3.26 Dokumentasi “Nonton Bareng” PT Cakrawala Langit Sejahtera

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Tersirat merupakan faktor dimana penjualan dilakukan dengan membangun sebuah percakapan terlebih dahulu, kemudian membangun perasaan dengan klien yang kuat sehingga klien pun merasa nyaman untuk berbicara dengan kita, citra merek diperlukan agar dapat membangun persepsi perusahaan yang diinginkan, kredibilitas yang kuncinya adalah meningkatkan kepercayaan terutama TAXSAM.CO adalah perusahaan jasa maka kepercayaan dari klien yang dibutuhkan. Selanjutnya komunikasi yang juga penting karena kita harus bisa memberikan informasi yang sesuai kepada klien dan apa kebutuhannya, setelah berkomunikasi dengan baik kita juga harus bisa memahami kebutuhan klien agar mendapatkan arahan untuk aksi selanjutnya.

Dalam melakukan soft selling juga diperlukan keramahan agar membentuk rasa nyaman dalam berkomunikasi, memberikan akses berupa rasa keterbukaan agar pendekatan dengan klien bisa terjadi, serta sekuritas dimana menjawab semua keraguan - keraguan klien. Kegiatan *maintain* yang dilakukan selain buka puasa adalah kegiatan “Nonton Bareng” (Nobar) dan kegiatan Halal Bihalal. Sehingga pada kegiatan *maintain* diharapkan bisa dilakukan *soft selling* atau menemukan potensi pekerjaan baru atau paling tidak menjaga hubungan dengan mengobrol biasa. Agar rasa kepercayaan dari klien tetap terjaga.

Dalam uraian kerja magang ini termasuk dalam ranah *Account Executive. Account Manager* harus mampu memperluas koneksi dengan konsumen maupun calon konsumen, yang bertujuan untuk melakukan softselling guna sehingga mendapatkan keuntungan dan loyalitas pada perusahaan (Ryo & Sinduwiatmo, 2024). Salah satu perusahaan yang pernah dipegang adalah Universitas Mercu Buana. Klien ini membutuhkan TAXSAM.CO untuk keperluan pengadaan pelatihan pajak di kampusnya. Pertama – tama yang dilakukan adalah melakukan *profiling* dari Universitas Mercu Buana itu sendiri. Karena bersifat universitas maka yang dilakukan profiling berupa jurusan – jurusan yang ada serta rektor.

Selanjutnya menghubungi rektor Universitas Mercu Buana melalui *Whatsapp* untuk melakukan set up meeting mengenai *pitching* pengadaan

pelatihan pajak ini. Kemudian setelah meeting dilakukan kembali *follow - up* untuk meeting selanjutnya. Kira – kira sudah tiga kali meeting, dan saat ini sedang dilakukan *follow – up* untuk sistematika pembayaran yang bertujuan untuk *close -the - sale*.

Kemudian untuk klien selanjutnya yang pernah dilakukan *approach* adalah PT Jakarta Utilitas Propertindo (JUP). Sebelumnya klien ini sudah pernah memakai jasa dari TAXSAM.CO sehingga dihubungi kembali untuk menanyakan apakah ada potensi pekerjaan. Namun dihubungi kembalinya dalam bentuk makan siang secara informal. Ternyata klien ini sudah memiliki konsultan pajaknya sendiri. Akan tetapi, mereka membutuhkan konsultan pajak lainnya untuk proyek sengketa pajak lainnya. Sehingga mereka membutuhkan TAXSAM.CO untuk proyek tersebut. Setelah itu, dilakukan *set up meeting* untuk pembahasan mengenai proyek ini. Untuk klien ini perkembangannya baru sampai di meeting pembahasan proyek, belum sampai *close – the - deal*. Akan dilakukan *follow – up* untuk perkembangan selanjutnya.

3.3 Kendala yang ditemukan dalam proses kerja magang

Pada saat melakukan proses kerja magang di TAXSAM.CO ditemukan beberapa kendala dalam melakukan proses kerja:

1. Kendala yang ditemukan adalah kendala dimana klien yang suka tiba - tiba menghilang ketika sudah dilakukan komunikasi berupa *follow - up* sehingga harus dilakukan *follow - up* berkali - kali. Terkadang juga ada beberapa klien yang suka tiba - tiba menghilang setelah dilakukannya *meeting*.
2. Penggunaan LinkedIn dalam proses marketing dan sales TAXSAM.CO yang terkadang target audiensnya beberapa tidak memiliki LinkedIn atau LinkedInnya tidak aktif. Seperti yang sudah ditulis bahwa target audiens dari TAXSAM.CO sendiri adalah jajaran direksi, kepala divisi, tetapi tidak semua audiens memiliki LinkedIn yang aktif.
3. Memahami *product knowledge*, karena TAXSAM.CO merupakan perusahaan jasa konsultasi pajak maka produk atau jasa yang ditawarkan seputar pajak. Ditemukan kendala dalam memahami jasa yang ditawarkan perusahaan karena latar belakang pendidikan yang bukan berasal dari jurusan hukum atau perpajakan.

3.4 Solusi atas kendala yang ditemukan

1. Solusi yang ditemukan untuk kendala yang ditulis adalah harus konsisten dalam melakukan follow - up dengan kata - kata yang baik dan dengan waktu yang sekiranya tidak mengganggu klien. Namun jika klien memang menghilang dan tidak menjawab dijadikan evaluasi dan pelajaran kedepannya.
2. Solusi kedua adalah LinkedIn tetap berjalan, walaupun ada beberapa audiens yang tidak aktif LinkedIn-nya namun ada beberapa juga yang masih menggunakan LinkedIn sehingga yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kembali efektifitas LinkedIn lewat konten - konten dan pengolahan LinkedIn agar terlihat aktif. Selain itu, menggunakan website sebagai platform lain dalam melakukan *sales* dan *marketing* dengan skala B2B.
3. Solusi ketiga adalah untuk kendala *product knowledge* dilakukannya pembelajaran produk lewat *company profile* dan banyak membaca modul yang dibuat oleh TAXSAM.CO. Selain itu mengikuti pelatihan brevet yang disediakan oleh TAXSAM.CO.