

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Struktur Kedudukan Koordinasi PT Alfascala Indonesia

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Penulis melaksanakan program magang di PT Alfascala Indonesia selama empat bulan dengan posisi sebagai staf marketing. Selama periode tersebut, penulis berada di bawah naungan Departemen pemasaran dan bertanggung jawab langsung kepada supervisor yang merupakan bagian dari tim marketing.

Sebagai bagian dari Departemen pemasaran, penulis memiliki peran utama dalam mendukung kegiatan pemasaran perusahaan, khususnya dalam pengelolaan media sosial. Selain itu, koordinasi dengan berbagai pihak di dalam perusahaan juga dilakukan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan tugas.

Dalam menjalankan tanggung jawab sebagai staf marketing, penulis memiliki tugas utama yaitu, pembuatan konten mingguan yang akan diunggah ke berbagai platform media sosial milik PT Alfascale Indonesia, pembuatan desain dan mockup untuk kebutuhan event, scheduling posting, dan pencarian beberapa vendor untuk keperluan tertentu. Berikut adalah level koordinasi yang dilakukan penulis.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani praktek kerja magang di PT Alfascale Indonesia, penulis memiliki berbagai tugas yang diberikan oleh tim pemasaran. Tugas-tugas tersebut mencakup pekerjaan individu maupun kerja tim, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan arahan dari perusahaan. Sebagai bagian dari tim pemasaran, penulis berkontribusi dalam mendukung pencapaian Key Performance Indicator (KPI) dengan menjalankan berbagai aktivitas yang telah ditetapkan. Berikut adalah rincian tugas yang dilakukan selama masa magang:

Tabel 3.1 Uraian Pekerjaan Utama

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Hasil
1	Membuat konten mingguan secara rutin mengenai produk perusahaan untuk dipublikasikan di berbagai platform media sosial	Meningkatkan <i>engagement audience</i> , menarik calon pelanggan, serta memperkuat citra merek perusahaan	Supervisor, CEO, Sales Officer, Sales Manager	Konten visual produk yang menarik dan informatif dipublikasikan secara rutin di media sosial perusahaan
2	Membuat desain dan mockup untuk kebutuhan event	Menyajikan materi visual yang menarik untuk meningkatkan kesan profesional dan estetika event, serta memperjelas konsep yang ingin disampaikan kepada audiens	Supervisor, CEO	Desain banner, undangan, booth, dan materi visual lain berhasil digunakan untuk mendukung keperluan event

3	Menyusun dan mengelola jadwal posting konten di media sosial	Memastikan konsistensi dalam publikasi konten, meningkatkan engagement dengan audiens, serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital perusahaan	Supervisor, CEO, Sales Manager	Kalender konten terstruktur yang meningkatkan konsistensi dan keteraturan unggahan
4	Melakukan riset dan seleksi vendor untuk keperluan tertentu	Menemukan vendor yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam hal kualitas, harga, dan layanan, serta memastikan kelancaran dalam proses pengadaan	Supervisor	Vendor terpilih sesuai kebutuhan perusahaan dari segi kualitas dan harga
5	Memantau dan menindaklanjuti leads harian dari berbagai platform	Memastikan setiap leads yang masuk dari Instagram, email, dan WhatsApp dikelola dengan baik, meningkatkan peluang konversi, serta menjaga responsivitas perusahaan terhadap calon pelanggan maupun pelanggan	Supervisor, Sales officer	Leads dari berbagai platform berhasil dikelola dan ditindaklanjuti
6	Menyusun General Catalogue produk perusahaan	Menyediakan informasi yang jelas dan terstruktur mengenai produk perusahaan untuk memudahkan pelanggan dalam memahami dan memilih produk yang sesuai	Supervisor, CEO, Sales Manager	Katalog produk lengkap yang memuat spesifikasi dan visual, memudahkan calon pelanggan mengenali produk
7	Mengelola Inter-Site	Memastikan	Supervisor	Struktur file

	File Sharing System	kelancaran distribusi, akses, dan pengelolaan file penting perusahaan di berbagai lokasi (antar cabang) melalui platform G-drive		G-Drive antar cabang tertata rapi dan mudah diakses untuk mendukung efisiensi kerja tim
--	---------------------	--	--	---

Tabel 3.2 Uraian Pekerjaan Tambahan

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Hasil
1	Menyusun Berita Acara Pekerjaan (BAP) dan meminta bukti serah terima dokumen BAP	Mendokumentasikan hasil pekerjaan secara resmi, memastikan transparansi, dan akurasi data.	Supervisor, Finance	BAP terdokumentasi dengan rapi dan valid
2	Melakukan penginputan nomor Delivery Order (DO)	Memastikan data pengiriman tercatat dengan akurat dan terorganisir untuk mendukung kelancaran proses distribusi dan administrasi	Admin	Data pengiriman tercatat dengan akurat, memudahkan proses monitoring
3	Memesan kebutuhan gimmick marketing melalui platform e-commerce	Memenuhi kebutuhan gimmick secara efisien dan tepat waktu untuk mendukung aktivitas promosi dan strategi pemasaran.	Supervisor, CEO	Kebutuhan promosi terpenuhi dengan efisien dan mendukung kegiatan branding perusahaan
4	Mencari dan membeli hampers atau parcel untuk dealer atau user	Menjalin hubungan baik dengan dealer atau user melalui pemberian hampers sebagai bentuk apresiasi dan dukungan terhadap kerja sama yang terjalin	Supervisor, CEO	Terjalin hubungan baik dan profesional dengan dealer/user melalui pemberian

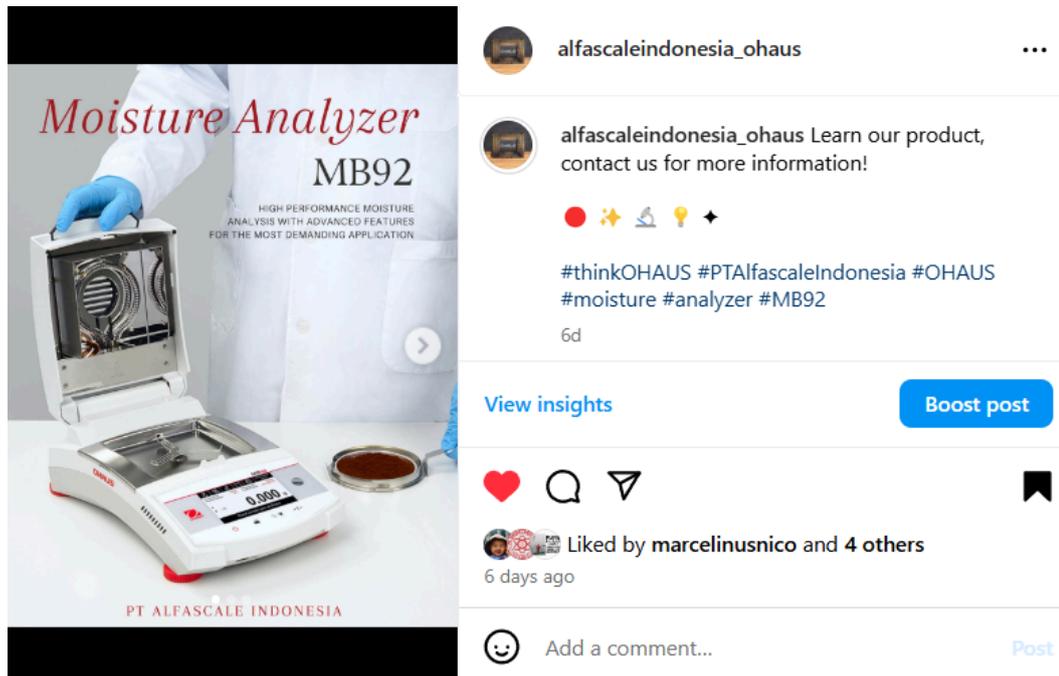
				apresiasi
5	Mengikuti pelatihan (training) untuk meningkatkan hasil desain	Mengembangkan keterampilan desain agar lebih inovatif, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta tren industri	Supervisor	Kualitas desain meningkat, lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan serta identitas perusahaan

3.2.1 Tugas Utama

A. Membuat konten mingguan secara rutin mengenai produk perusahaan untuk dipublikasikan di berbagai platform media sosial

Pekerjaan ini mencakup proses perencanaan, pembuatan, dan publikasi konten yang berfokus pada penyajian informasi detail mengenai produk yang dijual oleh Alfascale. Tujuan utama dari konten ini bukan untuk memasarkan secara langsung atau mendorong penjualan, tetapi sebagai katalog digital yang memberikan gambaran secara garis besar mengenai produk, kegunaannya, dan spesifikasinya. Dalam proses pelaksanaan pekerjaan pembuatan konten tersebut diikuti dengan beberapa langkah, yaitu :

- 1) Penulis ditugaskan untuk membuat konten setiap minggu dengan jadwal minimal seminggu 3x, berupa konten dalam bentuk video maupun gambar. Konten tersebut bisa beragam bisa mengenai spesifikasi, cara penggunaan, cocok untuk digunakan oleh instansi terkait, atau perbandingan-perbandingan produk dari segi spesifikasi maupun kegunaan.
- 2) Lalu penulis memikirkan konsep desain yang sesuai dengan brand image perusahaan yang memiliki warna dominan merah. Lalu pembuatan konten yang menghasilkan seperti konten dibawah dan dipublikasikan di sosial media Alfascale seperti Instagram, Facebook, WhatsApp :



Gambar 3.2 Konten yang telah dipublikasikan di Instagram

Sumber : Penulis, 2025

B. Membuat desain dan mockup untuk kebutuhan event

Dalam mendukung berbagai aktivitas perusahaan, terutama pada acara atau pameran, pembuatan desain dan mockup memiliki peran penting dalam membangun citra profesional serta memperkenalkan produk atau layanan kepada audiens yang lebih luas. Desain yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menyampaikan identitas perusahaan secara jelas dan menarik. Melalui proses kreatif yang terstruktur, setiap desain yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan acara, target audiens, dan standar Alfascale. Berikut adalah beberapa hasil desain dan mockup yang telah dikerjakan :

1) Banner Backdrop untuk Event ISPE

Untuk mendukung partisipasi Alfascale di acara *ISPE* pada bulan Mei, telah dibuat desain banner backdrop yang menjadi latar utama di booth pameran. Desain ini mengedepankan tampilan profesional yang

merepresentasikan identitas perusahaan dengan jelas. Elemen-elemen seperti logo, warna khas perusahaan, dan menampilkan produk guna menarik perhatian pengunjung dan memperkuat citra Alfascale.



Gambar 3.3 Banner Backdrop

Sumber, Penulis, 2025

2) Undangan Seminar

Dalam rangka menyelenggarakan seminar di bulan Mei, telah dibuat desain undangan yang informatif dan sesuai dengan tema acara. Desain ini disusun secara visual menarik namun tetap mempertahankan kesan formal dan profesional. Informasi penting seperti jadwal acara, topik pembahasan, dan detail registrasi disajikan secara jelas agar memudahkan penerima dalam memahami isi undangan dan mendorong partisipasi.



Gambar 3.4 Desain Undangan Seminar

Sumber : Penulis, 2025

3) Mockup Booth untuk event ISPE

Sebagai bagian dari persiapan event ISPE, penulis ditugaskan untuk membuat mockup booth yang memberikan visualisasi nyata tentang tata letak dan desain area pameran. Mockup ini mencakup elemen-elemen utama seperti papan display produk, meja, dan kursi. Dengan adanya mockup ini, tim internal dan vendor memiliki panduan yang jelas dalam merealisasikan konsep booth sesuai ekspektasi.



Gambar 3.5 Desain Mockup Booth

Sumber : Penulis, 2025

4) Mockup Desain Seragam Lapangan Alfascale

Untuk kebutuhan operasional di lapangan, telah dirancang mockup seragam yang mengedepankan fungsionalitas dan keselarasan dengan identitas perusahaan. Desain seragam ini memuat detail seperti penempatan logo, pemilihan warna yang sesuai dengan karakter perusahaan, dan elemen tambahan yang mendukung kenyamanan di lingkungan kerja lapangan. Mockup ini berfungsi sebagai referensi sebelum produksi massal dilakukan, memastikan hasil akhir sesuai dengan standar perusahaan.

Seragam PT Alfascale

MODEL 1



MODEL 2



Gambar 3.6 Mockup Desain Seragam Lapangan Alfascale

Sumber : Penulis, 2025

5) Pembuatan desain cover book Alfascale (OHAUS)

Selain mendukung kebutuhan event, telah dirancang cover book yang mencerminkan isi dan tujuan publikasi secara visual. Desain sampul ini menggabungkan elemen grafis yang menarik dan informatif, menciptakan kesan pertama yang kuat bagi pembaca. Fokus utama dari desain ini adalah memberikan representasi visual yang sesuai dengan isi buku, menjaga estetika profesional, dan meningkatkan daya tarik materi cetak.



Gambar 3.7 Desain Cover Book

Sumber : Penulis, 2025

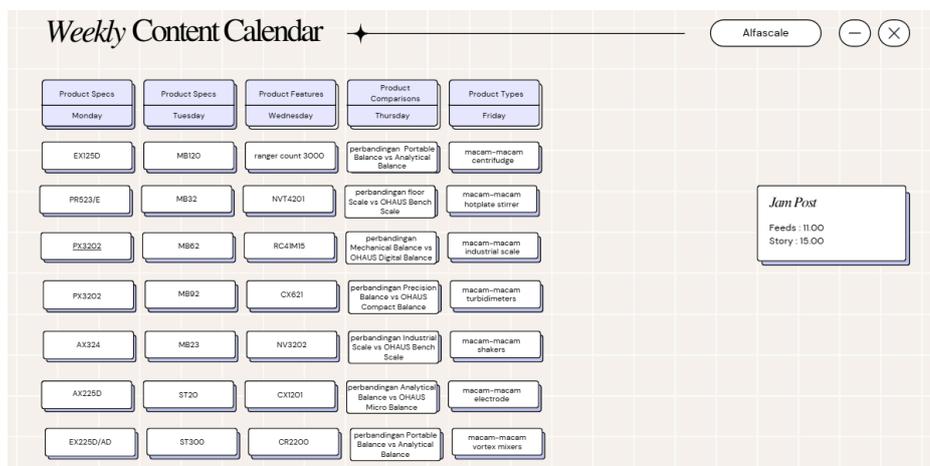
Dengan adanya berbagai desain dan mockup ini, setiap kebutuhan event dapat didukung secara maksimal melalui visual yang informatif dan menarik. Desain yang dibuat tidak hanya membantu memperjelas identitas perusahaan, tetapi juga memudahkan penyampaian informasi kepada audiens dengan cara yang profesional dan mudah dipahami. Selain itu, proses pembuatan mockup memberikan gambaran nyata sebelum produksi, sehingga hasil akhir sesuai dengan ekspektasi. Melalui pengalaman ini, penulis dapat mengembangkan keterampilan desain yang lebih terstruktur, memahami alur kerja di lingkungan

profesional, dan belajar berkoordinasi dengan berbagai pihak untuk mencapai hasil terbaik.

C. Menyusun dan mengelola jadwal posting konten di media sosial

Dalam rangka memastikan konsistensi dan efektivitas komunikasi di media sosial, saya menyusun dan mengelola jadwal posting konten secara rutin untuk satu minggu penuh. Jadwal ini mencakup perencanaan waktu unggah, jenis produk yang akan ditampilkan, serta format atau tipe konten yang disajikan. Setiap harinya, konten dipublikasikan pada dua waktu yang telah ditentukan, yaitu pukul 11.00 dan 15.00, guna menjangkau audiens di waktu yang strategis. Penentuan waktu ini diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan (engagement) dan memastikan informasi mengenai produk dapat tersampaikan secara efektif.

Dalam penyusunan jadwal, setiap produk yang diangkat telah direncanakan sesuai kategori dan kebutuhan informasi. Tipe konten yang disajikan pun bervariasi, seperti konten spesifikasi produk yang memberikan detail teknis secara lengkap, atau konten perbandingan yang membahas keunggulan satu produk dibandingkan produk lainnya. Sebelumnya, jadwal ini juga sudah disetujui oleh pihak CEO, Sales Manager, dan Supervisor.



Gambar 3.8 Jadwal Posting Sosial Media

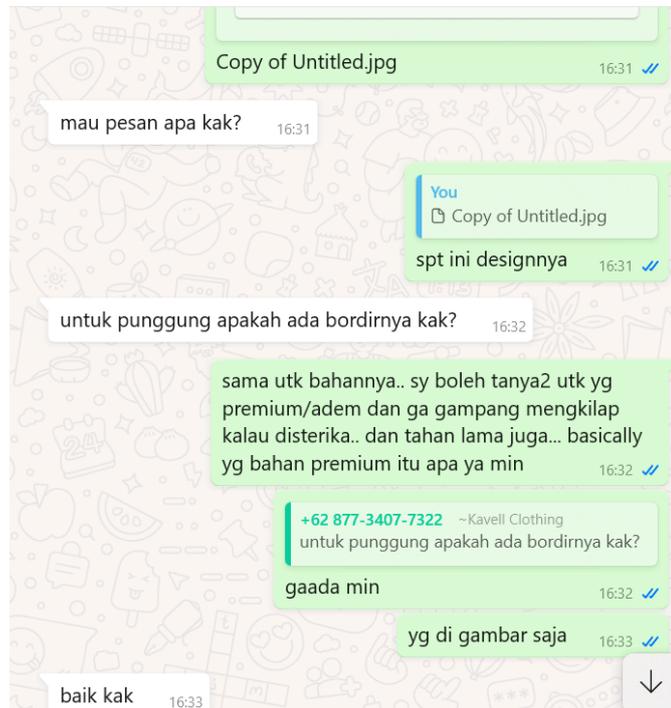
Sumber : Penulis, 2025

Dengan adanya jadwal ini, proses publikasi menjadi lebih terorganisir dan konsisten, sehingga dapat membangun citra profesional di mata audiens serta mempermudah akses informasi produk melalui platform media sosial. Melalui pengalaman ini, penulis belajar mengatur waktu dengan efisien, memperhatikan detail dalam setiap konten, dan memahami pentingnya strategi komunikasi yang terencana di era digital.

D. Melakukan riset dan seleksi vendor untuk keperluan tertentu

Dalam mendukung berbagai kebutuhan perusahaan, penulis melakukan riset dan seleksi vendor secara teliti untuk memastikan kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan standar perusahaan. Proses ini mencakup pencarian, perbandingan, dan evaluasi vendor yang mampu menyediakan kebutuhan tertentu, seperti mencari vendor jam dan mencari vendor seragam. Riset dilakukan melalui berbagai sumber, termasuk platform *e-commerce*, situs resmi vendor, serta rekomendasi dari pihak terpercaya.

Langkah pertama dalam proses ini adalah mengidentifikasi kebutuhan secara jelas, termasuk spesifikasi produk, jumlah pesanan, serta anggaran yang tersedia. Setelah kebutuhan terdefinisi, penulis mengumpulkan beberapa opsi vendor yang memenuhi kriteria tersebut. Setiap vendor kemudian dievaluasi berdasarkan beberapa aspek penting, seperti kualitas produk, harga, waktu produksi, dan kemampuan dalam memenuhi tenggat waktu pengiriman.



Gambar 3.9 Proses diskusi dengan vendor terkait produk

Sumber : Penulis, 2025

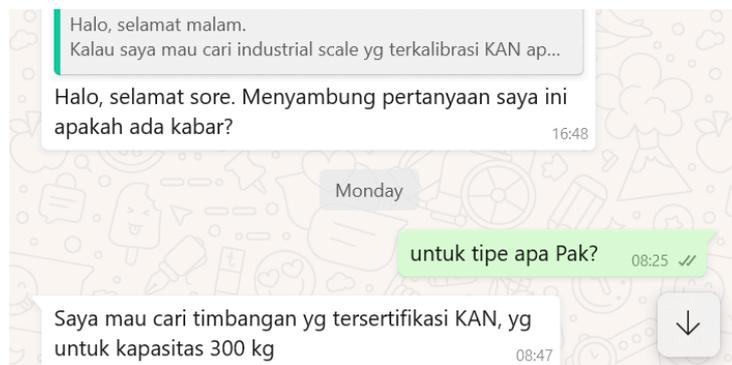
Dengan melakukan riset dan seleksi vendor secara sistematis, perusahaan dapat memastikan bahwa kebutuhan operasional terpenuhi dengan baik melalui mitra yang andal dan sesuai ekspektasi. Proses ini juga memungkinkan perusahaan mendapatkan hasil terbaik dengan efisiensi waktu dan biaya. Melalui pengalaman ini, penulis belajar memahami pentingnya analisis mendalam dalam memilih vendor, membangun komunikasi profesional, dan memastikan hasil akhir yang memenuhi standar perusahaan.

E. Memantau dan menindaklanjuti leads harian

Sebagai bagian dari upaya menjaga hubungan dengan calon pelanggan dan mendorong potensi penjualan, saya secara rutin memantau dan menindaklanjuti *leads* harian dari berbagai saluran komunikasi. Leads ini berasal dari beberapa *platform* utama, seperti Instagram, *email*, dan WhatsApp, di mana calon

pelanggan sering menghubungi perusahaan untuk menanyakan produk, harga, atau informasi lainnya.

Setiap hari, penulis memeriksa masing-masing *platform* untuk mengecek *leads* yang masuk, dan mencatat detail kebutuhan mereka. Setelah *leads* teridentifikasi, penulis melakukan tindak lanjut sesuai dengan jenis permintaan, seperti memberikan informasi produk secara lengkap, menjawab pertanyaan spesifik, atau mengarahkan *leads* kepada sales yang sesuai. Selain itu, penulis juga memastikan setiap *leads* mendapat respons dalam waktu yang tepat agar membangun kepercayaan dan menjaga kepuasan calon pelanggan. Namun, tidak selalu menjawab calon pelanggan, penulis juga memperhatikan pelanggan tetap yang menghubungi perusahaan. Namun, komunikasi hanya dapat dilakukan di saat jam kerja saja.



Gambar 3.10 Contoh diskusi dengan leads

Sumber : Penulis, 2025

F. Menyusun General Catalogue produk perusahaan

Sebagai bagian dari alat pemasaran yang penting, *General Catalogue* disusun untuk mencakup seluruh produk yang dijual oleh perusahaan. Katalog ini berfungsi sebagai referensi utama bagi tim sales dalam memperkenalkan produk kepada *customer* maupun *dealer*. Dengan adanya katalog ini, calon pelanggan dapat dengan mudah melihat berbagai pilihan produk yang tersedia, memahami

spesifikasinya, serta mengetahui manfaat dan keunggulan dari setiap produk yang ditawarkan.



Gambar 3.11 General Catalogue yang Dibuat oleh Penulis dan Supervisor

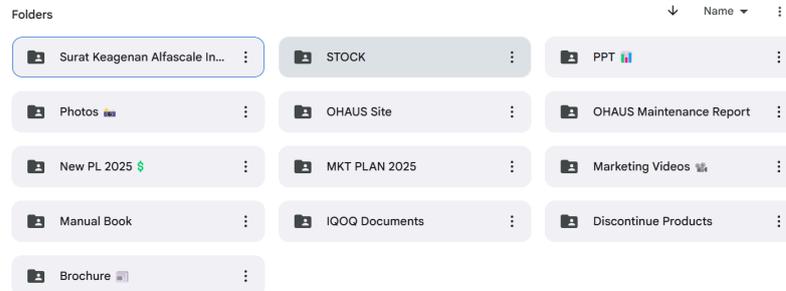
Sumber : Penulis, 2025

Penyusunan katalog diawali dengan pengumpulan data lengkap dari seluruh produk, termasuk spesifikasi teknis, fitur utama, gambar berkualitas tinggi, serta *QR Code* yang menuju langsung ke website resmi OHAUS. Produk-produk dalam katalog dikategorikan berdasarkan jenisnya agar memudahkan navigasi dan pencarian informasi oleh sales maupun pelanggan. Setiap deskripsi disusun secara informatif dan ringkas, sehingga sales dapat menyampaikan informasi dengan jelas saat melakukan presentasi kepada customer atau dealer.

G. Mengelola Inter-Site File Sharing System

Dalam upaya meningkatkan efisiensi kerja dan aksesibilitas data di berbagai cabang perusahaan, *Inter-Site File Sharing System* dikelola sebagai platform penyimpanan. Sistem ini memungkinkan setiap cabang Alfascle untuk mengakses, menyimpan, serta mengelola file perusahaan dengan lebih mudah dan

terstruktur. Dengan adanya sistem ini, proses pertukaran data antar cabang menjadi lebih cepat, aman, dan terdokumentasi dengan baik, sehingga mendukung kelancaran operasional perusahaan.



Gambar 3.12 Folder File Sharing Intersite

Sumber : Penulis, 2025

File yang tersedia dalam sistem ini mencakup berbagai dokumen penting yang digunakan dalam operasional perusahaan, seperti **surat keagenan**, **stock**, **manual book**, **maintenance report**, **brochure**, **marketing videos**, dan banyak lagi. Dengan adanya akses terpusat terhadap file-file ini, setiap cabang dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan tanpa harus menunggu pengiriman manual dari kantor pusat, sehingga mempercepat proses kerja dan meningkatkan efisiensi koordinasi antar cabang.

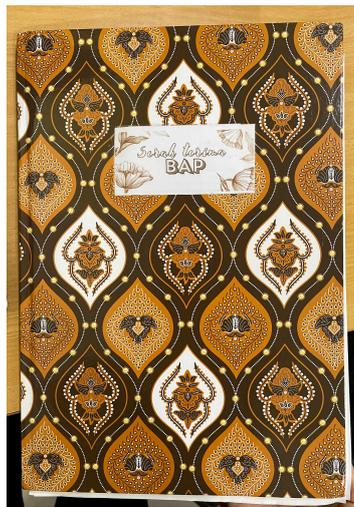
3.2.2 Tugas Tambahan

A. Menyusun Berita Acara Pekerjaan (BAP) dan meminta persetujuan dokumen BAP

Sebagai bagian dari proses dokumentasi teknis dan administrasi, dilakukan penyusunan Berita Acara Pekerjaan (BAP) untuk mencatat detail pelaksanaan pekerjaan, baik dalam bentuk support maupun layanan service. BAP ini menjadi dokumen resmi yang menyatakan bahwa suatu pekerjaan telah dilakukan sesuai prosedur dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam BAP tersebut juga mencakup lokasi pengerjaan dan nama perusahaan

Pekerjaan yang tercakup dalam BAP terbagi menjadi dua kategori utama. Pertama, support, yang biasanya meliputi proses instalasi alat, training pengguna, serta pengecekan atau uji fungsi alat untuk memastikan alat bekerja dengan baik sesuai spesifikasinya. Kedua, service, yang mencakup kegiatan seperti perbaikan (repair) dan pemeliharaan (maintenance) terhadap alat yang mengalami gangguan atau membutuhkan perawatan berkala.

Setelah pekerjaan selesai dilakukan, dokumen BAP disusun berdasarkan hasil di lapangan dengan mencantumkan informasi seperti nomor BAP, tanggal pelaksanaan, dan nama perusahaan yang dituju. Setelah itu, dokumen ini diajukan untuk mendapatkan persetujuan dan tanda tangan dari pihak terkait, yaitu supervisor (marketing) serta bagian finance, sebagai bentuk verifikasi dan pengesahan bahwa dokumen BAP telah diserahkan.



Gambar 3.13 Buku Serah Terima BAP

Sumber : Penulis, 2025

B. Melakukan penginputan nomor Delivery Order (DO)

Sebagai bagian dari proses administrasi kantor, khususnya dalam kegiatan purchasing, dilakukan penginputan nomor *Delivery Order* (DO) atau surat jalan guna mencatat dan mendokumentasikan setiap aktivitas pengiriman barang

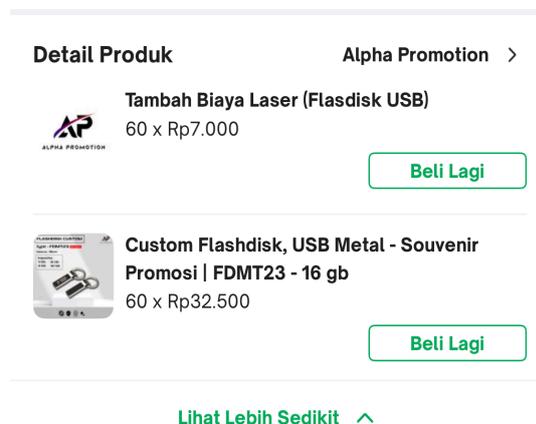
kepada pelanggan. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap distribusi barang tercatat secara rapi dan akurat.

Delivery Order atau surat jalan juga berfungsi sebagai bukti resmi bahwa barang telah dikirim atau diterima oleh pelanggan. Dokumen ini biasanya memuat informasi penting seperti detail alamat pengiriman, daftar barang yang dikirim, serta tanda tangan penerima sebagai bukti serah terima barang. Dengan adanya pencatatan nomor DO yang terstruktur dan terdokumentasi dengan baik, risiko kesalahan pencatatan dapat diminimalkan, dan proses monitoring pengiriman barang oleh tim terkait menjadi lebih mudah.

(Untuk bukti tidak diberikan izin karena dokumen tersebut merupakan rahasia perusahaan atau informasi sensitif perusahaan).

C. Memesan kebutuhan gimmick marketing melalui platform e-commerce

Pengadaan *gimmick marketing* yang telah direncanakan dipesan melalui platform *e-commerce*, untuk mendukung kegiatan promosi dan meningkatkan engagement pelanggan. *Gimmick marketing* yang dipesan berupa flashdisk yang akan digunakan sebagai *freebies* bagi customer dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan serta menarik minat calon pembeli.



Gambar 3.14 Bukti Pembelian Gimmick Marketing

Sumber : Penulis, 2025

Pemesanan dilakukan di Tokopedia dengan mempertimbangkan beberapa faktor, seperti harga, kualitas, dan ulasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Proses pemesanan ini mencakup pencarian produk yang sesuai, spesifikasi barang, serta pemilihan pengiriman yang efisien. Setelah pesanan diterima, dilakukan pengecekan terhadap kesesuaian barang dengan spesifikasi yang dipesan, termasuk kualitas bahan, kapasitas penyimpanan, dan kondisi produk.

D. Mencari dan membeli hampers atau parcel untuk dealer atau user

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan hubungan baik dengan dealer dan user, dilakukan pembelian hampers atau parcel dalam rangka hari lebaran. Pemberian hampers ini bertujuan sebagai bentuk apresiasi terhadap kerja sama yang telah terjalin, serta sebagai strategi untuk memperkuat loyalitas dan engagement dengan mitra bisnis. Tempat untuk pembelian hampers ini adalah Tous Les Jours dan Holland Bakery. Penulis membantu supervisor untuk pemilihan dan pembelian hampers tersebut.



Gambar 3.15 Hampers yang dibeli untuk dealer

Sumber : Penulis, 2025

E. Mengikuti pelatihan (*training*) untuk meningkatkan hasil desain

Sebagai upaya meningkatkan kualitas hasil desain, dilakukan partisipasi dalam pelatihan desain yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan agar lebih inovatif, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta tren industri saat ini. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek desain, mulai dari teknik dasar hingga strategi kreatif yang lebih kompleks.

Melalui pelatihan ini, keterampilan desain menjadi lebih berkembang, baik dari segi teknis maupun kreativitas. Hasil desain yang dihasilkan diharapkan dapat lebih menarik, efektif dalam menyampaikan pesan, serta mendukung strategi pemasaran dan branding perusahaan.



Gambar 3.16 Hasil dari training

Sumber : Penulis, 2025

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kegiatan magang di PT Alfascale Indonesia, penulis sebagai *staff marketing intern* mengalami beberapa kendala sebagai berikut :

1) Kurangnya Kualitas dan Konsistensi Konten Digital

Sebelum penulis terlibat, konten media sosial perusahaan memiliki beberapa masalah, yaitu tidak terdapat watermark pada konten, tampilan desain kurang menarik, jadwal unggahan tidak konsisten, serta konten belum mencerminkan identitas perusahaan dan brand OHAUS dan Alfascale secara profesional. Hal ini berdampak pada minimnya engagement dan kesulitan membangun citra digital perusahaan.

2) Kurangnya Pemahaman Awal tentang Produk

Karena PT Alfascale Indonesia bergerak di bidang alat ukur laboratorium dan industri yang teknis, salah satu kendala utama yang dialami di awal masa magang adalah kurangnya pemahaman terhadap jenis-jenis produk seperti timbangan digital, moisture analyzer, pH meter, dan lain-lain. Hal ini membuat proses adaptasi menjadi lebih lama, terutama saat menjawab pertanyaan-pertanyaan calon customer maupun customer mengenai produk PT. Alfascale Indonesia.

3) Penyesuaian dengan Gaya Komunikasi Tim

Dalam bekerja sebagai bagian dari tim marketing, penulis kemungkinan harus menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi, ekspektasi, dan cara kerja rekan kerja maupun supervisor, terutama di awal masa magang.

4) Revisi Konten Berulang karena Koordinasi yang Kurang Efektif

Dalam proses pembuatan desain atau konten, revisi bisa terjadi berkali-kali karena kurang jelasnya arahan awal atau tidak sinkronnya feedback dari berbagai pihak (sales manager, sales officer, direktur, dan lain-lain). Hal ini menyebabkan beban kerja yang bertumpuk.

3.4 Pemecahan Masalah atas Kendala yang Dihadapi

Berikut adalah pemecahan masalah (solusi) atas kendala-kendala yang ditemukan saat magang sebagai *Staff Marketing Intern* :

1) Kurangnya Kualitas dan Konsistensi Konten Digital

Penulis membuat konten dengan desain yang lebih menarik dan seragam, menambahkan watermark perusahaan untuk memperkuat identitas visual, serta membuat jadwal unggahan rutin agar konten lebih konsisten. Penulis juga berfokus pada pengembangan konten yang mencerminkan citra profesional perusahaan.

2) Kurangnya Pemahaman Awal tentang Produk

Untuk mengatasi keterbatasan pemahaman mengenai produk-produk teknis, dilakukan inisiatif pribadi dengan mempelajari katalog produk, serta aktif bertanya kepada sales support, sales officer, dan sales engineer. Selain itu, mengikuti sesi instalasi alat sehingga memahami bagaimana cara alat tersebut bekerja dan fungsinya untuk apa.

3) Penyesuaian dengan Gaya Komunikasi Tim

Penulis berupaya untuk bersikap proaktif dalam berkomunikasi dan tidak ragu untuk bertanya apabila terdapat instruksi atau arahan yang kurang dipahami. Penulis juga berusaha memahami pola kerja serta kebiasaan komunikasi dari rekan kerja dan supervisor. Selain itu, penulis belajar untuk menerima masukan dan kritik dengan terbuka, serta menjadikannya sebagai bahan perbaikan diri. Dengan menunjukkan sikap kooperatif dan keterbukaan dalam menerima arahan, penulis dapat membangun hubungan kerja yang baik serta beradaptasi lebih cepat dengan lingkungan kerja

4) Revisi Konten Berulang karena Koordinasi yang Kurang Efektif

Untuk mengatasi hal ini, penulis mulai melakukan diskusi singkat sebelum mulai mengerjakan konten, agar arahan lebih jelas sejak awal. Penulis juga membuat draft awal atau konsep kasar terlebih dahulu, untuk memastikan

konten sudah sejalan dengan harapan sebelum masuk ke tahap final. Langkah ini membantu meminimalkan revisi berulang dan mempercepat proses kerja.

3.5 Etika Bisnis

Selama menjalani program magang di PT Alfascale Indonesia, penulis mengamati bahwa perusahaan menerapkan prinsip etika bisnis yang baik, tidak hanya dalam interaksi eksternal dengan pelanggan dan mitra, tetapi juga dalam lingkungan kerja internal. Beberapa bentuk penerapan etika bisnis yang dapat diidentifikasi antara lain :

a. Kejujuran dalam Informasi Produk

Perusahaan menjunjung tinggi keakuratan dan transparansi informasi produk, baik melalui katalog, media sosial, maupun presentasi sales. Spesifikasi teknis yang ditampilkan sesuai dengan data resmi dari brand OHAUS sehingga pelanggan dapat membuat keputusan pembelian berdasarkan informasi yang benar. Hal ini mendukung *SDG 12: Responsible Consumption and Production*, khususnya dalam memberikan informasi produk yang bertanggung jawab dan mendorong keputusan pembelian yang sadar dan bijak.

b. Tanggung Jawab terhadap Pelanggan

PT Alfascale Indonesia memberikan layanan purna jual yang lengkap, seperti instalasi alat, pelatihan, kalibrasi, serta servis berkala. Komitmen ini mencerminkan tanggung jawab jangka panjang terhadap kepuasan pelanggan dan keandalan produk yang digunakan. Aspek ini berkontribusi terhadap *SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure*, karena perusahaan ikut menjamin operasional alat yang digunakan di sektor pendidikan, penelitian, dan industri tetap berjalan optimal.

c. Profesionalisme dan Etika Kerja

Seluruh staf perusahaan menerapkan sikap profesional, seperti menghargai waktu, menjaga komunikasi yang sopan, dan melaksanakan tugas sesuai

standar kerja. Penulis juga merasakan lingkungan kerja yang saling menghargai dan terbuka terhadap diskusi maupun evaluasi.

d. Etika dalam Pemasaran Digital

Dalam strategi digital marketing, perusahaan tidak menampilkan klaim yang berlebihan atau menyesatkan. Semua konten yang diunggah dijaga agar tetap profesional, menggunakan watermark perusahaan, serta mencerminkan identitas brand OHAUS secara konsisten. Strategi ini mendukung praktik komunikasi yang etis dan transparan kepada konsumen, serta memperkuat citra merek yang bertanggung jawab. Praktik ini juga relevan dengan *SDG 16: Peace, Justice and Strong Institutions*, khususnya dalam membangun kepercayaan publik melalui transparansi informasi.

e. Kesejahteraan dan Perlindungan Tenaga Kerja

Berdasarkan observasi penulis, perusahaan tidak mempekerjakan karyawan di bawah umur dan menjalankan praktik rekrutmen yang sesuai dengan standar ketenagakerjaan yang berlaku. Selain itu, perusahaan juga menyediakan peluang pengembangan diri seperti pelatihan dan evaluasi berkala. Hal ini selaras dengan *SDG 8: Decent Work and Economic Growth*, terutama dalam mendorong lingkungan kerja yang adil, inklusif, dan bebas dari eksploitasi tenaga kerja anak.