

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bagian *Sales & Marketing*

Penulis melakukan praktek kerja magang di PT Alva Prima Rentia atau Kiddy.id secara *Work From Office* (WFO) selama enam bulan. Penulis menjabat sebagai *Sales Marketing Intern*. Maria Ulfa selaku supervisi yang memberikan pengarahan kepada penulis. Dalam melakukan aktivitas magang Sdri Maria Ulfa melakukan kerja sama dengan Janjang Permana Sari selaku *manager sales* dan Maya Helmilia dari *Staff Social Media Marketing* untuk memberikan pengarahan.

Sebagai *Sales Marketing Intern* di Kiddy.id, penulis memiliki berbagai tanggung jawab yang mencakup aspek penjualan dan pemasaran digital. Salah satu tugas utama yang dijalankan adalah membalas *chat customer* melalui Qiscus, platform *omni-channel* yang digunakan oleh Kiddy.id, guna memberikan *respons* yang cepat, membantu proses pembelian, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penulis juga berkontribusi dalam pembuatan konten dengan melakukan *shooting* dan *editing* video sebelum diunggah ke media sosial. Dalam mendukung strategi pemasaran digital, penulis turut serta dalam menyusun ide konten yang

inovatif dan sesuai dengan target audiens Kiddy.id, yang kemudian dikembangkan bersama tim *social media* untuk meningkatkan *engagement*.

Di samping itu, penulis juga bertanggung jawab dalam menghitung WhatsApp *leads* dari *customer* yang berinteraksi melalui chat menggunakan *template* yang telah disediakan oleh tim *Digital Marketing* UpperClicks. Data ini digunakan untuk menganalisis efektivitas kampanye serta mengoptimalkan strategi komunikasi dengan pelanggan. Untuk memperkuat interaksi dengan audiens, penulis juga berperan dalam membuat kuis interaktif di Instagram Story guna meningkatkan *engagement* dan *brand awareness* Kiddy.id. Melalui berbagai tugas ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam menangani komunikasi pelanggan, mengembangkan strategi pemasaran digital, serta menciptakan konten kreatif yang mendukung pertumbuhan bisnis.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam menjalankan aktivitas praktek kerja magang, penulis mengerjakan penugasan secara individu dan team yang disesuaikan dengan penugasan yang diberikan. Penugasan yang diberikan kepada penulis adalah membantu tim sales dalam membalas *chat customer*, melakukan *shooting* konten, membantu tim *marketing* memberikan ide konten untuk sosial media dari Kiddy.id, dan menghitung Whatsapp *leads*.

Tabel 3. 1 Tugas Utama Penulis

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1	Membalas chat <i>customer</i> melalui Qiscus	Memberikan respon cepat dan membantu <i>customer</i> dalam proses order sewa barang	Tim <i>Sales</i> dan Logistik	Harian	Meningkatkan konversi dan kepuasan pelanggan

2	<i>Shooting</i> Konten dan menjadi <i>talent</i>	Membuat materi promosi yang menarik dan meningkatkan <i>engagement</i>	Tim <i>Marketing</i> Sosial Media	Mingguan	Konten video yang menarik dan informatif untuk meningkatkan daya tarik dari Kiddy.id
3	Menghitung Whatsapp <i>leads</i> berdasarkan <i>template</i> dari UpperClicks	Menganalisis jumlah calon pelanggan yang masuk melalui Whatsapp dengan menggunakan <i>template</i> pesan dari digital <i>marketing agency</i> Upperclicks	Supervisi dan Tim <i>Marketing</i>	Harian	Laporan jumlah <i>customer</i> yang berinteraksi dengan <i>template</i> dari Upperclicks dan efektivitas kampanye
4	Memberikan ide konten	Mengembangkan strategi konten yang sesuai dengan target audiens	Tim <i>Marketing</i> Sosial Media	Mingguan	Daftar ide konten yang dapat diimplementasikan
5	Membuat kuis interaktif untuk instagram story	Meningkatkan interaksi dan <i>engagement</i> audiens di media sosial	Tim <i>Marketing</i> Sosial Media	Mingguan	Kuis yang menarik dan meningkatkan keterlibatan audiens
6	Mengedit video untuk sosial media	Mengoptimalkan kualitas video agar lebih menarik dan sesuai dengan branding sebelum dipublikasikan ke sosial media	Tim <i>Marketing</i> Sosial Media	Sesuai kebutuhan	Penulis mempelajari teknik <i>editing</i> yang baik untuk menarik audiens dan meningkatkan <i>engagement</i> di sosial media
7	Membalas Google Review	Menjaga interaksi positif dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas	Tim <i>Marketing</i> Sosial Media	Harian	Mengapresiasi ulasan positif pelanggan, mengajak mereka <i>follow</i> sosial media, dan mendorong

					repeat order
8	<i>Shooting</i> konten pengiriman	Mendokumentasikan pengantaran barang untuk meningkatkan transparansi layanan	Tim Marketing Sosial Media	Harian	Konten video yang menunjukkan proses pengiriman, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan Kiddy.id

Tabel 3. 2 Tugas Tambahan Penulis

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Waktu	Hasil
1	<i>Competitors Intelligence</i>	Memahami strategi operasional kompetitor, menilai keunggulan dan kekurangan layanan Kiddy.id dibanding kompetitor	Supervisi	1. 6 Januari 2025 2. 17 Januari 2025 3. 28 Januari 2025	Data perbandingan layanan yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi bisnis Kiddy.id
2	Membuat poster brosur untuk <i>event</i>	Membantu meningkatkan kesadaran pelanggan dengan membagikan poster yang berisi informasi mengenai barang yang disewakan serta tagline Kiddy.id	Supervisi	6 Januari 2025	Materi promosi yang menarik dan informatif untuk dibagikan di <i>event</i>
3	Mendata calon <i>affiliate</i>	Mengidentifikasi dan mengumpulkan daftar calon mitra <i>affiliate</i> untuk memperluas	<i>Staff Sales dan Public Relation</i>	Saat dibutuhkan	<i>Database</i> calon <i>affiliate</i> yang dapat digunakan untuk strategi

		jaringan pemasaran Kiddy.id			kerja sama lebih lanjut
4	Membuat <i>cover highlight</i> untuk Instagram Kiddy.id	Menata tampilan akun Instagram agar lebih rapi dan konsisten dengan adanya <i>cover highlight</i> yang sebelumnya belum memiliki <i>cover</i>	Tim Marketing Sosial Media	16 Januari 2025	Tampilan Instagram Kiddy.id yang terorganisir, dengan <i>cover highlight</i> yang menarik dan konsisten secara visual
5	Mendata nama dan nomor telepon <i>customer</i> yang produknya harus dijemput	Mengingatkan penjemputan barang sewaan agar tidak terjadi keterlambatan dan memastikan proses penjemputan berjalan lancar	Staff Admin	27 Maret 2025	Mempermudah proses <i>reminder</i> penjemputan barang sewaan. Dengan data yang telah dilengkapi, proses koordinasi antar tim menjadi lebih efisien dan penjemputan dapat dilakukan tepat waktu tanpa kendala.
6	Mengikuti dan mendokumentasikan acara <i>Job Fair</i> UMN	Mendokumentasikan kegiatan selama <i>career day</i> , termasuk aktivitas di <i>booth</i> dan interaksi dengan pengunjung	HRD	6 & 7 Mei 2025	Membantu menjawab pertanyaan pengunjung saat HRD sibuk, serta menarik banyak pengunjung yang apply

					kerja di Kiddy.id sehingga memperluas kandidat potensial.
7	Membuat ide konten untuk Upperclicks	Memberikan kontribusi ide kreatif untuk kebutuhan konten <i>digital marketing</i>	Tim <i>Marketing</i> Sosial Media	14 April 2025	Terciptanya ide konten yang siap diolah dan digunakan oleh tim Upperclicks dalam kampanye digital marketing Kiddy.id

Mengacu pada berbagai tanggung jawab yang telah dijalankan, berikut ini adalah penjelasan mendetail mengenai proses pelaksanaan setiap tugas yang dilakukan.

3.2.1 Tugas Utama

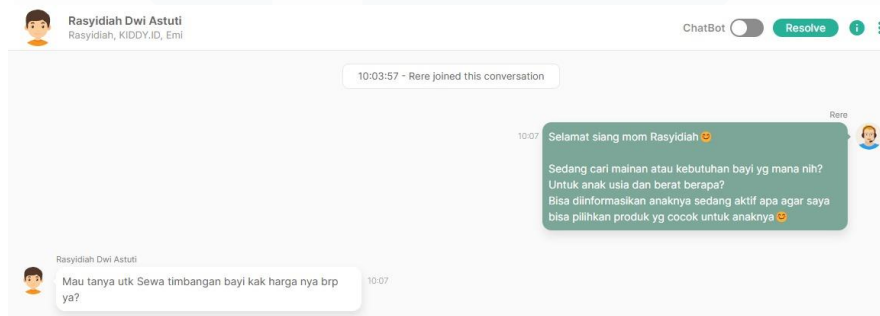
A. Membalas chat *customer* melalui Qiscus

Tugas yang dikerjakan mencakup membalas chat pelanggan melalui platform Qiscus. Dalam pelaksanaannya, pelanggan ditanya mengenai produk yang mereka cari serta diminta memberikan alamat pengiriman. Setelah informasi tersebut diperoleh, perlu dipastikan terlebih dahulu kepada tim logistik apakah alamat pelanggan masih dalam jangkauan layanan Kiddy.id. Jika alamatnya terjangkau, pelanggan kemudian dialihkan kepada agen *full time* yang bertanggung jawab untuk melakukan proses *closing* transaksi.

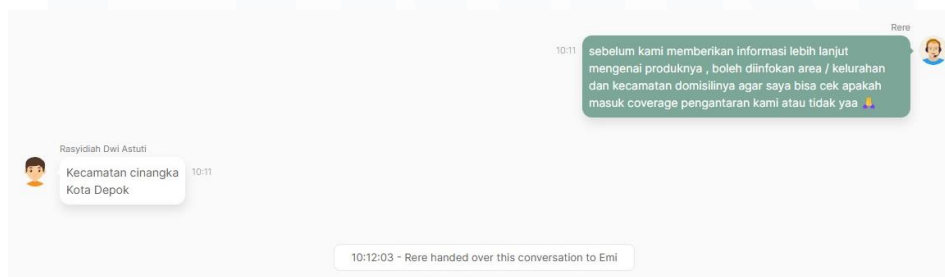
Qiscus yang digunakan oleh Kiddy.id memiliki dua jenis pengguna, yaitu supervisor dan agen. Apabila terdapat banyak chat pelanggan yang

belum terbalas, baik *supervisor* dan agen akan menampung chat tersebut dan mendistribusikannya ke akun Qiscus saya. Dengan sistem ini, proses komunikasi dengan pelanggan dapat berjalan lebih efektif, memastikan tidak ada chat yang terabaikan, serta meningkatkan peluang konversi penjualan.

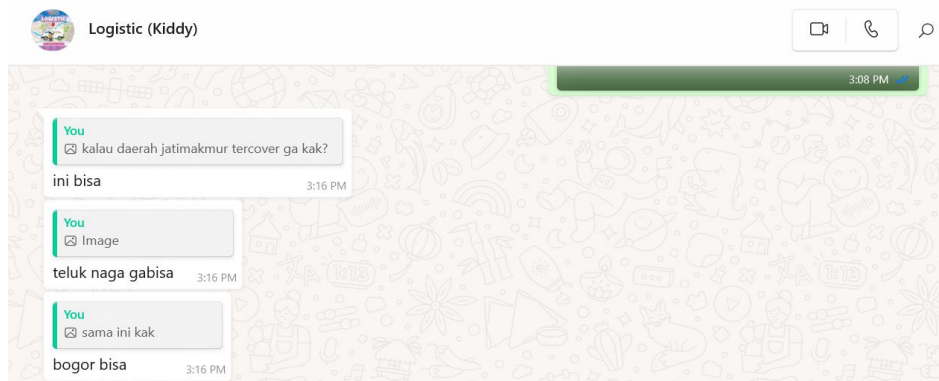
Qiscus yang digunakan oleh Kiddy.id merupakan platform omnichannel yang terhubung langsung ke berbagai kanal komunikasi seperti WhatsApp, DM TikTok, Instagram, dan chat Shopee. Dengan adanya integrasi ini, seluruh chat dari berbagai platform masuk ke dalam satu dashboard Qiscus, sehingga memudahkan proses pemantauan dan respons pesan secara lebih efisien. Qiscus juga menyediakan berbagai shortcut atau template pesan otomatis yang membantu dalam memberikan respons cepat kepada pelanggan, terutama untuk pertanyaan-pertanyaan umum.



Gambar 3. 2 Menanyakan Kebutuhan *Customer*



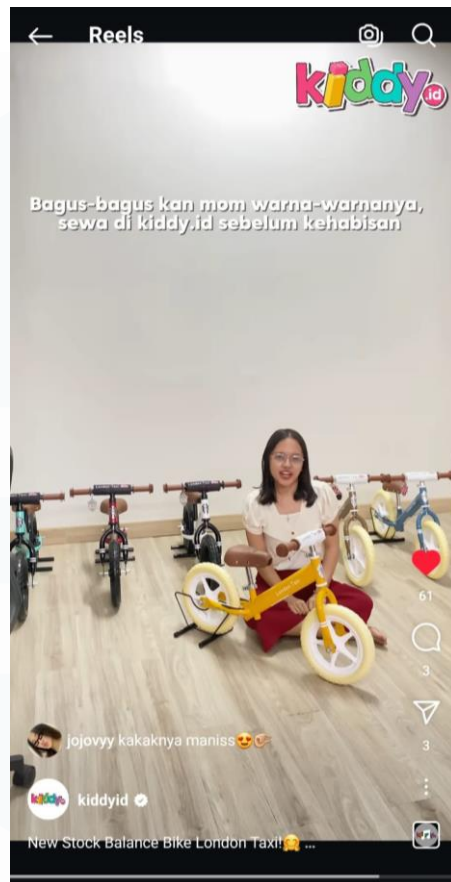
Gambar 3. 3 Menanyakan Alamat *Customer*



Gambar 3. 4 Koordinasi Dengan Divisi Logistik

B. *Shooting Konten dan Menjadi Talent*

Tugas ini melibatkan proses shooting konten promosi dimana penulis berperan sebagai talent dalam video Kiddy.id. Salah satu jenis video yang dibuat adalah unboxing produk baru yang akan disewakan seperti *baby box*, mainan, koper anak, dan *stroller*. Melalui video ini, penulis memperlihatkan kondisi produk yang masih baru, menjelaskan fitur-fitur yang tersedia, serta memberikan gambaran kepada calon pelanggan mengenai kualitas barang yang disewakan oleh Kiddy.id. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan serta menarik minat mereka untuk menyewa produk. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja sama dengan *Staff Social Media Marketing*, Maya Helmilia, untuk memastikan bahwa konten yang dibuat menarik, informatif, dan sesuai dengan strategi pemasaran.

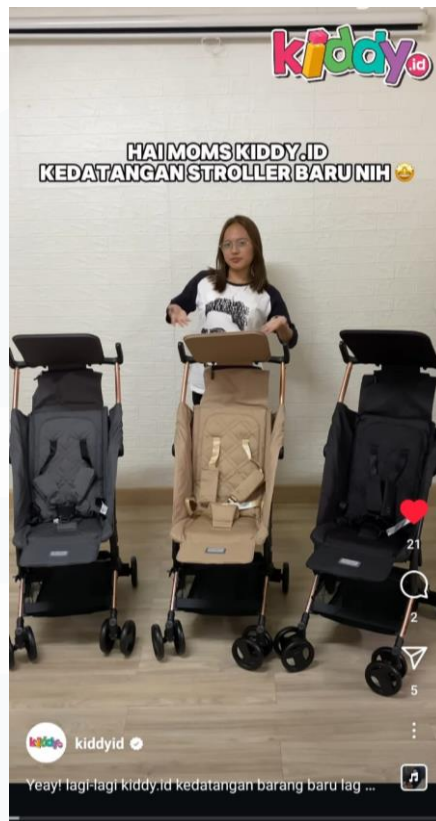


Gambar 3. 5 Unboxing London Taxi Bike



Gambar 3. 6 Unboxing Little Tikes Kitchen

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 7 Unboxing Stroller Pockit

C. Menghitung Whatsapp leads berdasarkan template dari UpperClicks

Menghitung WhatsApp *Leads* berdasarkan *template* dari UpperClicks adalah tugas yang berfokus pada analisis jumlah calon pelanggan yang menghubungi Kiddy.id melalui WhatsApp dengan menggunakan *template* pesan yang telah disiapkan oleh *digital marketing agency* UpperClicks. Setiap pesan yang masuk diperiksa untuk mengidentifikasi apakah pelanggan berinteraksi menggunakan *template* tersebut. Jika iya, penulis mencatat nama atau nomor telepon pelanggan ke dalam Google Sheets sebagai data pelanggan yang masuk melalui strategi ini.

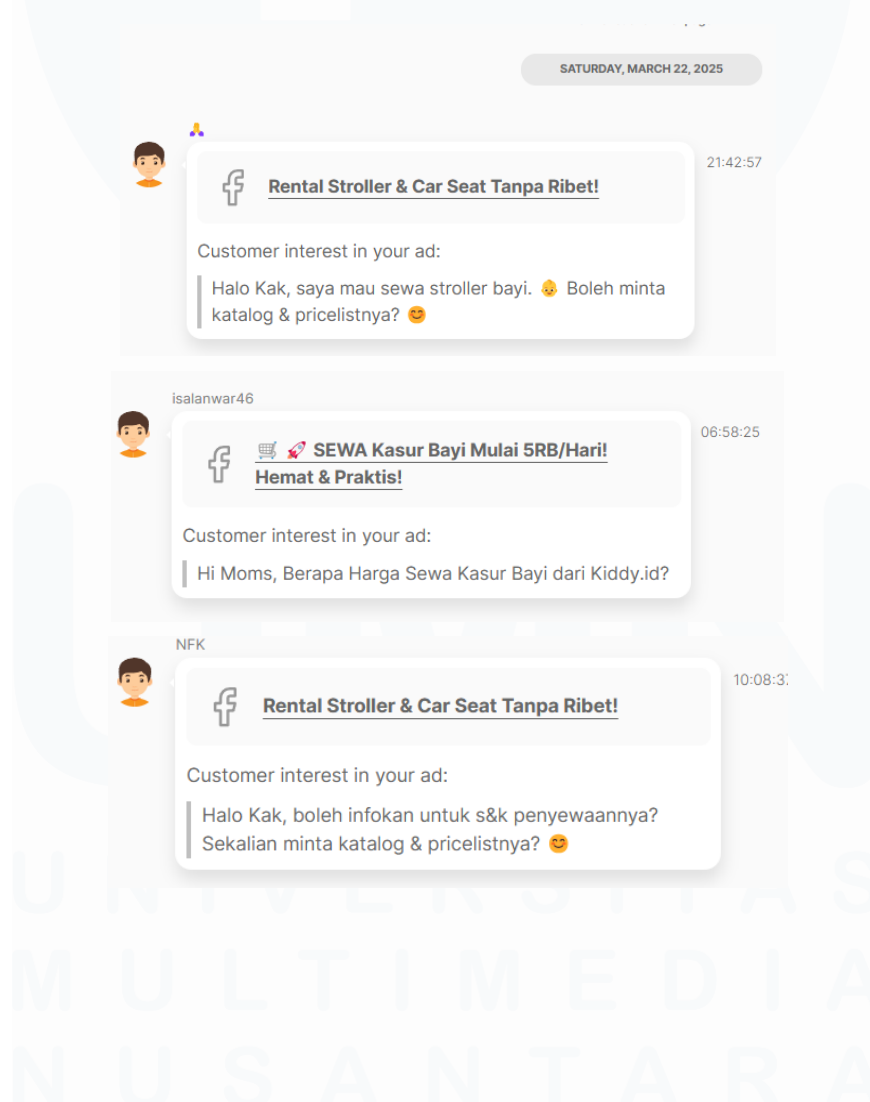
[illegible]

Gambar 3. 8 Nama *Customer Chat* Menggunakan *Template* Upperclicks

Setelah semua data pelanggan yang menggunakan template dari UpperClicks terkumpul, penulis menghitung total jumlah pelanggan yang berinteraksi melalui template tersebut. Hasil perhitungan ini kemudian dipindahkan ke Google Sheets yang telah disediakan oleh UpperClicks untuk analisis lebih lanjut. Tugas ini dilakukan setiap hari dengan koordinasi bersama supervisi dan tim *marketing* guna memastikan data yang diperoleh akurat dan dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dalam menarik minat pelanggan.

Customer Data Kiddy x Upperclicks											
NEW CUSTOMERS											
DATE	Cost Ads	Leads by Dashboard	Cost/ATC	Leads Wa	Order	Omsel	Closing Rate	Note	ROAS New Customer	Omsel REPEAT Customer	
1	Rp711.345	103	Rp6.906	85	2	Rp2.034.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW) Halo Kak, saya mau sewa kasur bayi. Boleh minta katalog & pricelistnya? (NT)			
2	Rp745.963	98	Rp7.612	84	0	Rp0					
3	Rp768.834	75	Rp10.251	58	1	Rp329.000		Halo Bun, Saya mau katalog stroller kiddy.id (LA STRL)			
4	Rp744.845	106	Rp7.025	67	2	Rp2.205.000		Halo Bun, aku minat sewa perlengkapan bayi & anak-anak. Mohon info (RMK) Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW) Halo Kak, saya mau sewa stroller bayi. Boleh minta katalog & pricelistnya? (NT) Halo Bun, berapa harga sewa kasur bayi dari kiddy.id (LA)			
5	Rp714.858	95	Rp7.523	76	2	Rp594.000		Halo Bun, berapa harga sewa kasur bayi dari kiddy.id (LA)			
6	Rp690.801	86	Rp7.984	75	1	Rp179.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW)			
7	Rp635.302	58	Rp6.229	41	1	Rp18.000		Halo Bun, aku minat sewa perlengkapan bayi & anak-anak. Mohon info (RMK)			
8	Rp652.773	67	Rp8.250	54	1	Rp411.550		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW)			
9	Rp545.917	67	Rp8.208	51	1	Rp788.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW)			
10	Rp578.147	71	Rp8.143	65	2	Rp867.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW)			
11	Rp553.132	71	Rp7.791	47	1	Rp804.000		Halo Bun, aku tertarik sewa baby chair & food processor. Bisa lihat katalognya? (RMK)			
12	Rp545.489	72	Rp7.590	53	1	Rp473.100		Halo Kak, saya mau sewa kasur bayi. Boleh minta katalog & pricelistnya?			
13	Rp536.787	65	Rp8.258	52	2	Rp867.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW) Halo Bun, Saya mau katalog stroller kiddy.id (LA STRL)			
14	Rp524.141	61	Rp8.592	60	1	Rp707.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW)			
15	Rp545.436	59	Rp9.262	60	1	Rp329.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa Kasur Bayi dan Kiddy? (SCL NW)			
16	Rp532.705	59	Rp8.114	61	0	Rp0					
17	Rp595.285	60	Rp9.988	46	1	Rp279.000		Hi Moms, Berapa Harga Sewa (SCL)			

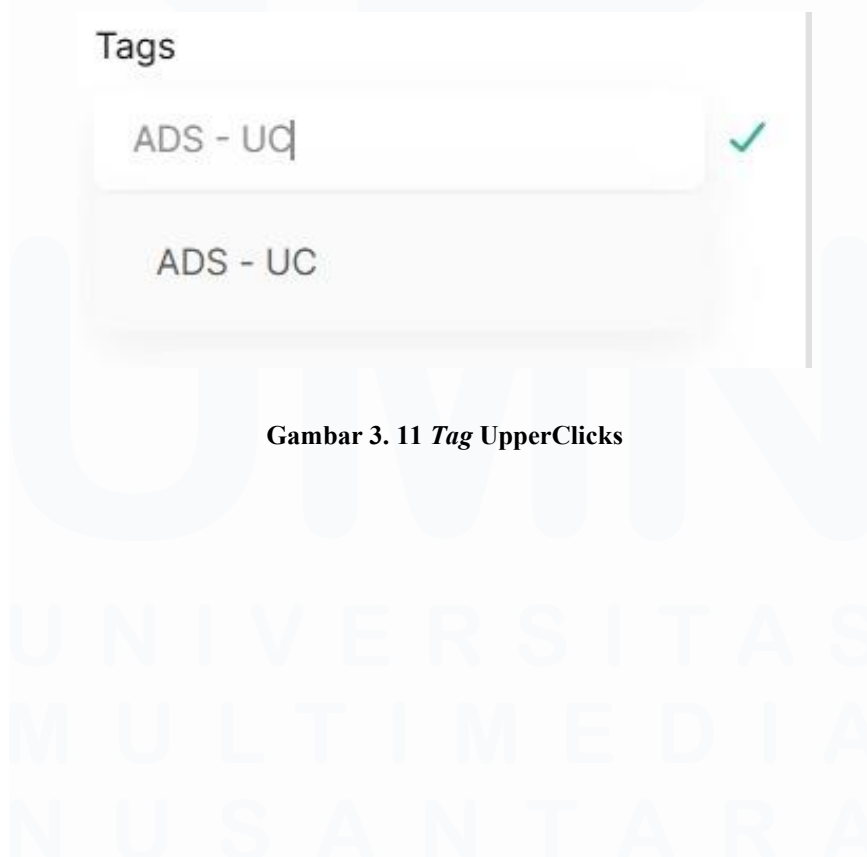
Gambar 3. 9 Total Leads WhatsApp





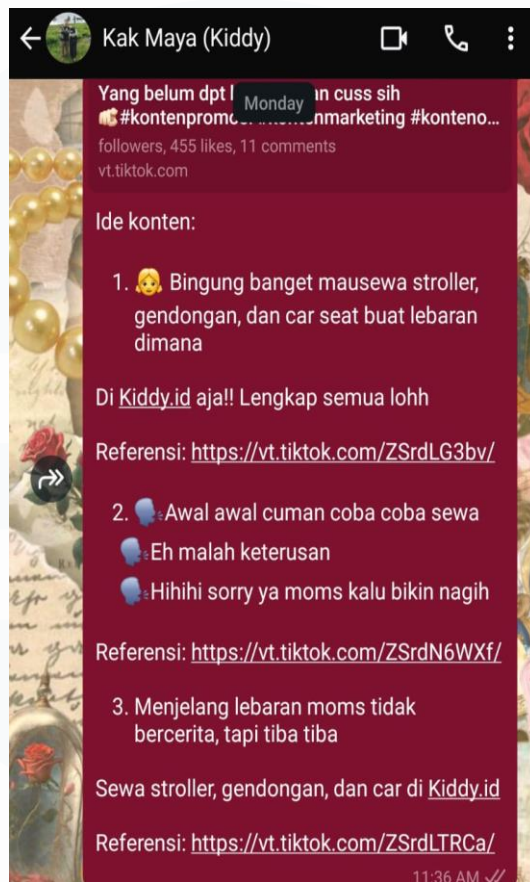
Gambar 3. 10 Template Chat Upperclicks

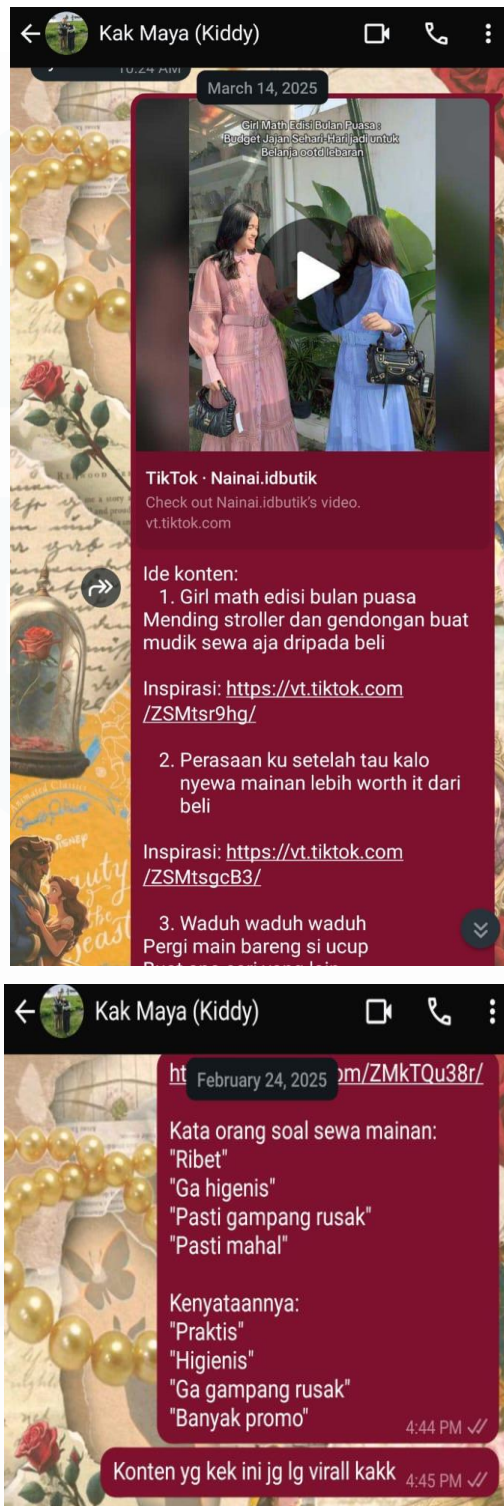
Selain menghitung jumlah leads dari WhatsApp, penulis juga berperan dalam mengelola *tag* Ads UC pada platform Qiscus, khususnya dengan menandai chat yang menggunakan template dari Upperclicks. Penandaan ini bertujuan untuk memudahkan tim admin dalam melakukan tracking terhadap performa iklan, khususnya dalam mengidentifikasi berapa banyak pelanggan yang melakukan *closing* melalui template chat hasil dari iklan Upperclicks. Dengan adanya tag ini, proses evaluasi efektivitas iklan dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan efisien.



Gambar 3. 11 Tag UpperClicks

D. Memberikan Ide Konten dan Menjadi Talent Dalam Konten





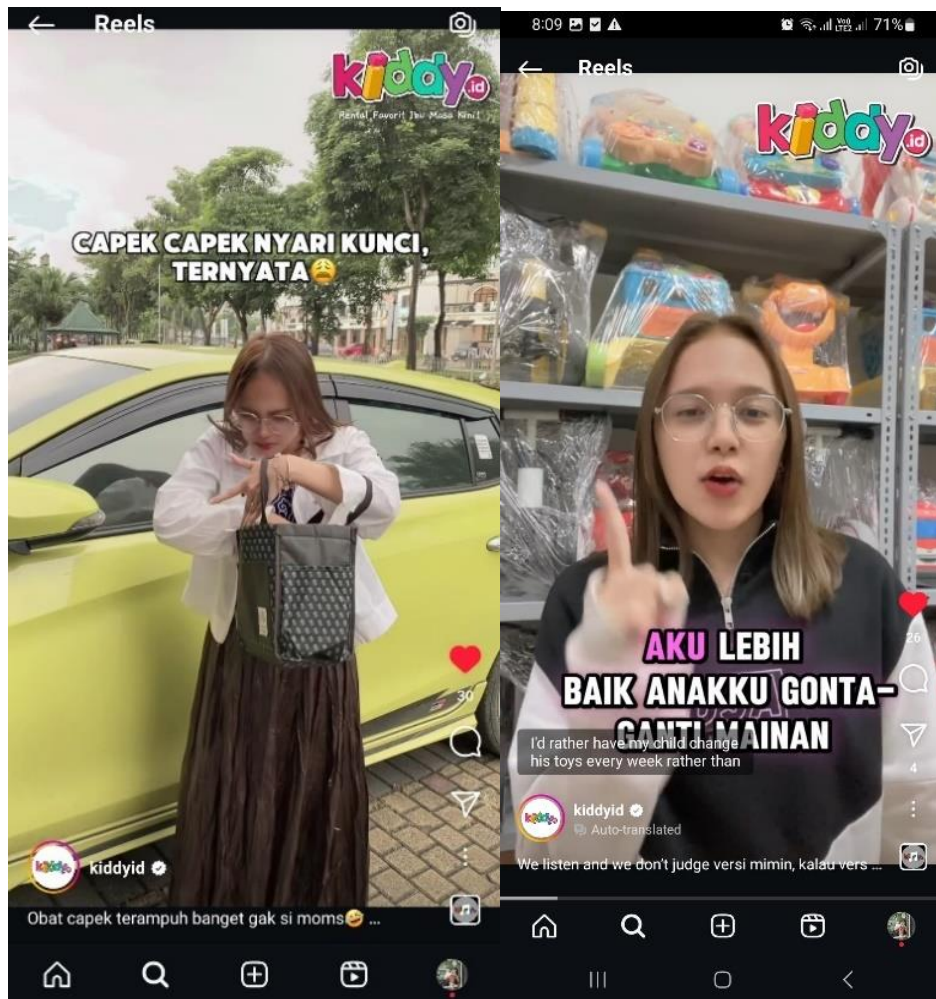
Gambar 3. 12 Memberikan Ide Konten

Tugas memberikan ide konten melibatkan riset tren yang sedang viral di TikTok untuk memastikan konten Kiddy.id tetap relevan dan

menarik bagi audiens. Ide-ide yang diajukan mengikuti format terpopuler, seperti *We listen and we don't judge*, Alasannya seringkali kudengar, Ubur-ubur ikan lele, dan lainnya, yang kemudian disesuaikan dengan konsep sewa perlengkapan bayi dan mainan. Setelah ide disusun, koordinasi dilakukan dengan tim *marketing* sosial media untuk menentukan konsep eksekusi yang paling sesuai.

Selain memberikan ide, penulis juga berperan sebagai talent dalam pembuatan konten, memastikan ekspresi dan penyampaian mengikuti tren yang sedang berkembang. Tugas ini dilakukan setiap minggu, dengan hasil berupa daftar ide konten yang siap diterapkan serta video yang sudah diproduksi untuk meningkatkan *engagement* dan eksposur Kiddy.id di media sosial.





Gambar 3. 13 Menjadi Talent Konten Kiddy.id

E. Membuat Kuis Interaktif Untuk Instagram Story





Gambar 3. 14 Kuis Interaktif di Instagram Story

Tugas membuat kuis interaktif untuk Instagram Story dilakukan secara berkala dengan tujuan meningkatkan engagement audiens di media sosial Kiddy.id. Setiap minggunya, format kuis yang dibuat bergantian antara *This or That* dan kuis dengan berbagai tema yang tidak selalu berkaitan dengan layanan sewa. Misalnya, *This or That* bisa membahas topik ringan seperti pilihan makanan atau aktivitas favorit, sementara kuis dapat berisi pertanyaan tebak gambar, atau topik umum lainnya yang sedang tren. Proses pembuatan konten ini dilakukan dengan koordinasi bersama tim *marketing* sosial media untuk memastikan konsepnya tetap relevan dan menarik bagi audiens. Dengan adanya variasi konten yang menghibur dan interaktif, tugas ini berkontribusi pada peningkatan keterlibatan audiens dan memperkuat kehadiran Kiddy.id di media sosial.

F. Mengedit video untuk sosial media

Mengedit video untuk sosial media bertujuan untuk memastikan konten yang dipublikasikan menarik, informatif, dan sesuai dengan branding Kiddy.id. Dalam tugas ini, penulis mengedit video hasil *unboxing* produk sewaan dengan menyusun alur yang jelas agar pelanggan dapat memahami spesifikasi produk dengan mudah.

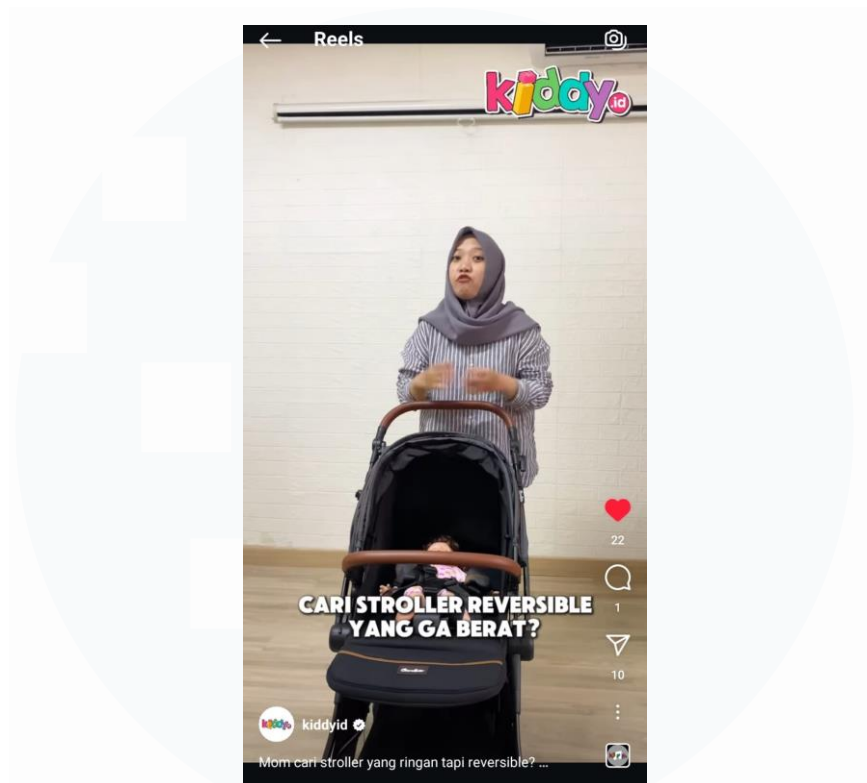
Setiap video *unboxing* mencakup penjelasan detail mengenai produk, seperti harga, variasi warna, hingga fitur-fiturnya. Proses editing mencakup pemotongan bagian yang tidak perlu, serta penambahan transisi yang menarik agar video lebih dinamis. Selain itu, transisi teks digunakan untuk menyoroti poin-poin penting agar informasi lebih mudah dicerna oleh audiens. Di akhir video, selalu ditambahkan tagline Kiddy.id untuk memperkuat branding dan meningkatkan daya ingat pelanggan terhadap layanan sewa yang ditawarkan. Berikut beberapa video video yang penulis edit



Gambar 3. 15 Edit Konten *Unboxing Ergobaby*



Gambar 3. 16 Edit Konten BC Club



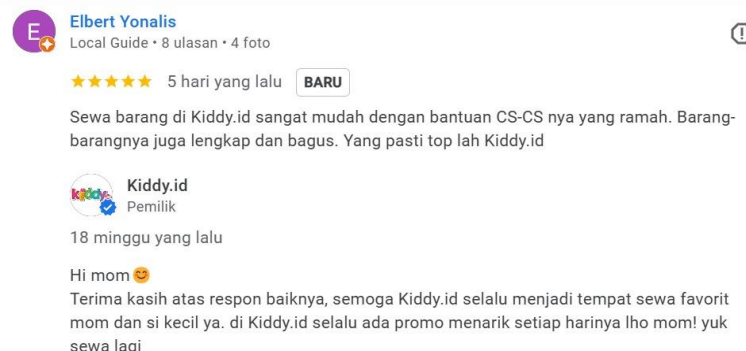
Gambar 3. 17 Edit Konten Unboxing Stroller

G. Membalas Google Review

Tugas membalas Google Review dilakukan setiap hari sebagai bagian dari upaya hubungan baik dengan pelanggan yang telah menggunakan layanan Kiddy.id. Untuk meningkatkan jumlah ulasan di Google Review, biasanya *customer* diberikan insentif berupa diskon sebesar 5% sebagai bentuk apresiasi atas kesediaan mereka memberikan review. Tugas untuk menawarkan diskon ini menjadi tanggung jawab agen *sales full time*. Sementara itu, penulis bertugas membalas setiap Google Review yang masuk dari customer.

Setiap kali ada pelanggan yang memberikan ulasan dengan rating bintang lima dan memberikan komentar positif, penulis bertanggung jawab untuk memberikan tanggapan yang ramah dan profesional. Dalam balasan tersebut, penulis mengucapkan terima kasih atas kepercayaan dan pengalaman baik yang telah pelanggan bagikan.

Selain sekadar memberikan apresiasi, tanggapan ini juga menjadi kesempatan untuk memperkuat keterikatan pelanggan dengan Kiddy.id. Oleh karena itu, penulis mengajak pelanggan untuk mengikuti akun media sosial Kiddy.id agar tetap mendapatkan informasi terbaru mengenai promo, produk baru, serta berbagai layanan menarik lainnya. Tidak hanya itu, pelanggan juga didorong untuk kembali melakukan pemesanan di kemudian hari dengan memberikan kesan bahwa mereka adalah bagian penting dari komunitas Kiddy.id. Dengan konsistensi dalam membalas ulasan pelanggan, citra positif Kiddy.id semakin diperkuat, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan interaktif.





Gambar 3. 18 Balasan Google Review

H. Shooting konten pengiriman



Gambar 3. 19 Highlight Pengiriman



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 20 Konten Pengiriman

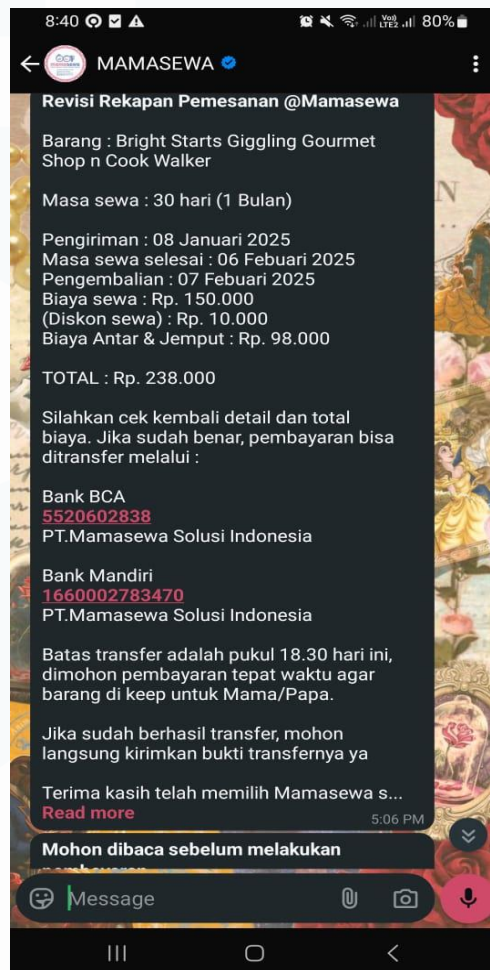
Tugas shooting konten pengiriman berfokus pada dokumentasi proses pengantaran barang yang dilakukan oleh *driver*. Proses pengambilan konten pengiriman biasanya dilakukan pada pagi hari sebelum driver berangkat mengantar barang ke customer. Dalam pembuatan konten ini, penulis merekam berbagai momen penting, seperti saat *driver* mulai memasukkan barang-barang sewaan ke dalam mobil sebelum dikirimkan kepada pelanggan.

Video ini bertujuan untuk memberikan transparansi mengenai bagaimana operasional Kiddy.id berjalan, sekaligus memastikan bahwa pelanggan dapat melihat bagaimana barang mereka dipersiapkan dan dikirim dengan aman. Selain itu, konten ini juga berfungsi sebagai bentuk

komunikasi visual yang menunjukkan profesionalisme layanan pengiriman Kiddy.id. Dengan adanya dokumentasi ini, pelanggan dapat lebih percaya bahwa pesanan mereka ditangani dengan baik dan tepat waktu. Selain sebagai bentuk transparansi, konten ini juga dapat digunakan sebagai materi promosi untuk menunjukkan efisiensi layanan Kiddy.id, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan calon pelanggan baru.

3.2.2 Tugas Tambahan

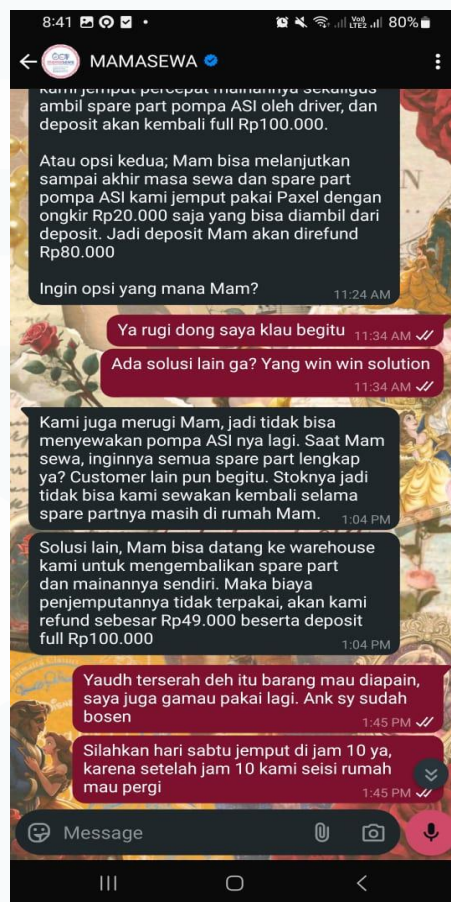
I. Competitors Intelligence



Gambar 3. 21 Melakukan Pemesanan di Kompetitor

Dalam tugas *Competitors Intelligence*, analisis tidak hanya berfokus pada operasional pengiriman barang yang dilakukan oleh Mamasewa, tetapi

juga mencakup bagaimana cara admin mereka menangani pelanggan, terutama ketika menghadapi pelanggan yang terkesan “banyak maunya” atau rewel. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat, penulis berpura-pura menjadi pelanggan dengan karakteristik yang menuntut banyak hal, sering bertanya, dan memberikan permintaan yang cukup merepotkan.



Gambar 3. 22 Cara Kompetitor Menangani Pelanggan Rese

Selama interaksi dengan admin Mamasewa, diamati bagaimana mereka merespons pertanyaan yang berulang, menangani permintaan khusus, serta menjaga kesabaran dalam menghadapi pelanggan yang sulit. Dari pengalaman ini, ditemukan bahwa Mamasewa memiliki standar layanan pelanggan tertentu, seperti tetap memberikan jawaban dengan

sopan meskipun menghadapi pelanggan yang sulit, serta tidak langsung mengabaikan pelanggan yang terlihat tidak serius menyewa barang.

Selain itu, dalam aspek operasional, Mamasewa menerapkan prosedur sebelum pengiriman yang cukup detail, seperti mendokumentasikan barang dengan video sebelum dikirim dan menjelaskan cara penggunaan barang tersebut. Hal ini menjadi perhatian penting bagi Kiddy.id karena pada saat itu belum menerapkan metode serupa.

Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap, yakni pada tanggal 6 Januari 2025, 17 Januari 2025, dan 28 Januari 2025, guna memastikan hasil yang diperoleh mencerminkan kondisi pelayanan yang konsisten. Data yang dikumpulkan dari analisis ini digunakan untuk membandingkan layanan Kiddy.id dengan kompetitor, memberikan wawasan tentang aspek yang perlu ditingkatkan, serta membantu dalam menyusun strategi perbaikan layanan pelanggan agar lebih unggul di industri penyewaan barang.

Hasil dari kegiatan *competitor intelligence* menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek dari sistem operasional Mamasewa yang dinilai lebih unggul dibandingkan dengan Kiddy.id. Salah satu praktik yang menonjol adalah prosedur sebelum pengiriman barang, di mana pihak Mamasewa secara proaktif membuat video khusus untuk setiap *customer*. Video ini menunjukkan kondisi terkini barang yang akan disewa, cara penggunaan produk, serta kelengkapan fitur yang disertakan. Menariknya, video tersebut dibuat secara personal dengan menyertakan *invoice customer*, sehingga menambah kesan bahwa layanan dilakukan dengan penuh perhatian dan transparansi.

Praktik ini dinilai sangat efektif dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meminimalisir potensi komplain. Temuan ini pun menjadi pemicu bagi Kiddy.id untuk mempertimbangkan perubahan dalam sistem operasionalnya, guna meningkatkan kualitas layanan dan daya saing di pasar penyewaan perlengkapan bayi dan mainan anak.

J. Membuat brosur promosi untuk event



Gambar 3. 23 Penyerahan Desain Brosur Untuk di *Approve*

Dalam tugas membuat brosur promosi untuk *event*, fokus utamanya adalah meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap layanan penyewaan barang yang ditawarkan oleh Kiddy.id. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan membagikan brosur informatif saat Kiddy.id berpartisipasi dalam berbagai event, seperti *BC Club*.

Brosur yang dibuat berisi informasi mengenai berbagai barang yang dapat disewa, seperti perlengkapan bayi, alat kesehatan, hingga *stroller*. Selain itu, brosur juga mencantumkan *tagline* Kiddy.id yang mencerminkan nilai dan keunggulan layanan yang ditawarkan. Desainnya dibuat menarik dengan visual yang jelas serta teks yang singkat namun informatif, sehingga calon pelanggan dapat dengan mudah memahami layanan Kiddy.id.





Gambar 3. 24 Brosur yang Diterima Konsumen

Pembuatan brosur ini dilakukan di bawah supervisi tim dan staff desain grafis, dengan proses penyusunan yang dimulai sejak 6 Januari 2025. Materi promosi ini kemudian dicetak dan dipersiapkan untuk dibagikan di *event*, dengan tujuan menjangkau lebih banyak calon pelanggan serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan penyewaan barang dari Kiddy.id.

K. Mendata calon affiliate

Dalam tugas mendata calon affiliate, penulis berperan dalam mengumpulkan informasi pelanggan yang tertarik untuk bergabung dalam program afiliasi Kiddy.id. Prosesnya dimulai setelah tim *sales* berhasil menutup transaksi, di mana mereka akan menawarkan kesempatan kepada pelanggan untuk menjadi affiliate. Jika pelanggan belum memberikan

respons, chat mereka akan dialihkan terlebih dahulu ke penulis untuk melakukan *follow-up*.

	A	B	C	D	E	F	G
	no	Tanggal	Nama customer	# No Telepon	Email	Nama Agent	status aff (intan yang isi)
5	1	7 April 2025	Astrid Renata Waworuntu			Gita	done
6	2	7 April 2025	Vitry Narisswary			Gita	done
7	3	8 April 2025	monika kris septia			Emi	done
8	4	8 April 2025	Syntia Hardianti Oktavia			Gita	done
9	5	9 April 2025	alleni resti andari			kiki	done
10	6	10 April 2025	shirley nirmalasari			Emi	done
11	7	10 April 2025	Lawrensia Wijaya			Vicka	done
12	8	10 April 2025	Sarah sarah			Vicka	done
13	9	10 April 2025	Shada Alody			Emi	done
14	10	10 April 2025	Bella Bonita			Emi	done
15	11	10 April 2025	Agustin Eka Pertiwi			Emi	done

Gambar 3. 25 Data Calon Affiliate

Jika pelanggan setuju untuk bergabung, penulis akan mencatat data mereka termasuk nama, nomor telepon, dan email ke dalam Google Sheets yang telah disiapkan. Setelah itu, informasi ini diteruskan ke *Staff Public Relation* untuk diproses lebih lanjut. Tugas ini dilakukan sesuai kebutuhan dan bertujuan untuk memperluas jaringan pemasaran Kiddy.id dengan melibatkan pelanggan dalam sistem afiliasi, sehingga mereka bisa mendapatkan keuntungan komisi 10%.



Gambar 3. 26 Menghubungi *Public Relation* Mengenai *Affiliate*

L. Membuat cover highlight untuk instagram Kiddy.id



Gambar 3. 27 Cover Highlight Kiddy.id

Penulis mengambil inisiatif untuk membuat *cover highlight* pada akun Instagram Kiddy.id, mengingat beberapa *highlight* sebelumnya tidak memiliki *cover* yang seragam. Langkah ini diambil untuk menata tampilan akun secara keseluruhan, sehingga terlihat lebih rapi, konsisten, dan profesional. Dengan adanya *cover* yang menarik untuk setiap *highlight*, audiens dapat dengan mudah mengenali dan menjelajahi konten yang telah dikurasi oleh Kiddy.id. Pembuatan *cover highlight* Instagram Story Kiddy.id dilakukan dengan mengacu pada *color palette* yang diambil dari logo resmi Kiddy.id. Penggunaan palet warna ini bertujuan untuk menjaga konsistensi visual brand di seluruh platform digital, sehingga tampilan Instagram Kiddy.id terlihat lebih rapi, selaras, dan profesional. Pemilihan warna yang senada dengan logo juga membantu meningkatkan *brand recognition* serta memperkuat identitas visual di mata audiens. *Cover highlight* ini biasanya mencakup kategori seperti testimoni, pengiriman, kuis, dan event yang dihadiri oleh Kiddy.id, sehingga audiens dapat dengan mudah menavigasi informasi yang tersedia melalui tampilan yang estetis dan terstruktur.

M. Mengikuti dan mendokumentasikan acara job fair UMN



Gambar 3. 28 Mengikuti *Job Fair* UMN

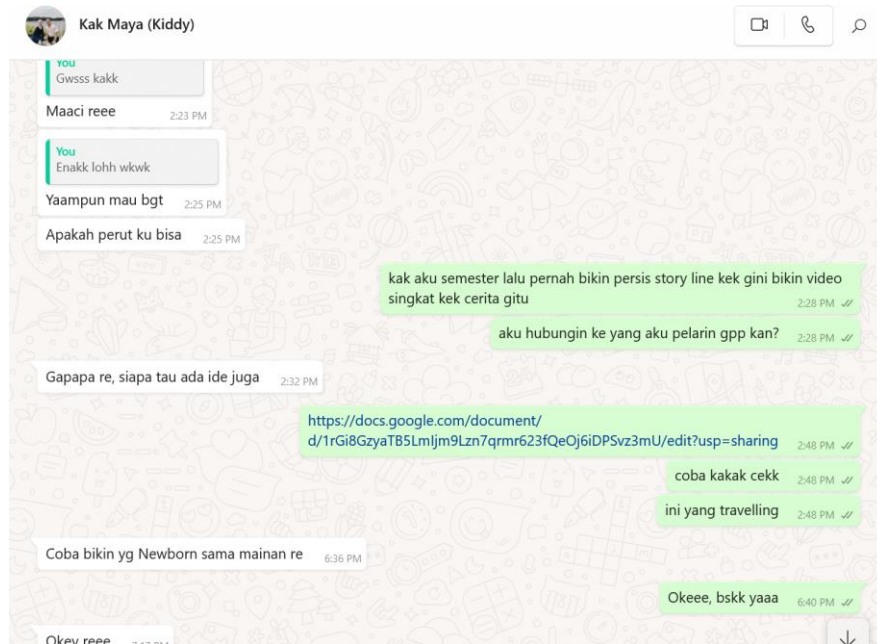
Pada tanggal 6 dan 7 Mei, penulis mengikuti dan mendokumentasikan acara *Job Fair* yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Tugas penulis selama acara ini adalah mendokumentasikan berbagai kegiatan yang berlangsung di booth Kiddy.id, seperti ketika ada pengunjung yang datang untuk menanyakan lowongan kerja atau informasi terkait perusahaan. Selain itu, ketika HRD Kiddy.id sedang sibuk menangani pengunjung lain, penulis turut membantu menjawab pertanyaan dari pengunjung yang belum sempat di-handle oleh HRD. Keikutsertaan Kiddy.id dalam acara *job fair* ini bertujuan untuk mencari kandidat baru, baik untuk posisi *internship* maupun *full-time*. Hasil dari partisipasi dalam acara ini cukup memuaskan karena berhasil menarik banyak pengunjung yang tertarik untuk melamar kerja di Kiddy.id, sehingga memperluas daftar kandidat potensial bagi perusahaan.



Gambar 3. 29 Booth Kiddy.id didatangi Pengunjung

N. Membuat Ide Konten Untuk Upperclicks

Penulis mendapatkan tugas tambahan yaitu membuat ide konten untuk *digital marketing agency* Upperclicks yang bekerja sama dengan Kiddy.id. Ide konten ini disusun berdasarkan pendekatan yang telah dipelajari dalam mata kuliah *Integrated Marketing Communication* (IMC), khususnya menggunakan kerangka *CAN* (Cognitive, Affective, dan Conative). Proses pembuatan ide konten dilakukan di Google Docs, lalu dikirimkan kepada partner dari staf marketing Kiddy.id untuk mendapatkan persetujuan atau revisi. Kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang penerapan ilmu yang didapat di bangku kuliah, tetapi juga menjadi pengalaman praktis dalam proses produksi konten yang terstruktur dan berbasis strategi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan bisnis.



Gambar 3. 30 Penyerahan Ide Konten

Travelling

Storyline based on CAN Elemen

Cognitive → ningkatin brand awareness, orang jadi inget kalau ada Kiddy.id

Affective → audiens merasa terhubung dengan ceritanya

Conative → audiens jadi mau beli, bagian CTA |

CAN Elemen	Durasi	Isi Konten	Visual/Narasi
Cognitive	10-15 detik	Hook(Voiceover) "Aku kira travelling sama bayi bakal jadi mimpi buruk..."	Chaos dan rempong banget, bayi nangis terus gendong bayi (ga pake gendongan) harus bawa barang lain juga
Affective	15-20 detik	Vo: "... tapi ternyata, cuman karena satu benda ini semua jauh lebih gampang!"	Pakai stroller atau gendongan dari Kiddy.id. Ada perubahan mood si mom dan baby. Baby udah ga nangis tidur nyenyakdan mom udh ga rempong lagi
Conative	5-8 detik	ending text + Vo: "kalian harus coba ini sih, apalagi kalau suka travelling sama si kecil" CTA: "Cek Kiddy.id sekarang!"	Munculin logo Kiddy.id dan link

Add on:

1. Tambahin teks → "Ringkes banget" "Berat cumn...kg (kalo stroller)
2. Close up fitur stroller/gendongan biar ada selling point yang jelas

Gambar 3. 31 Ide Konten Dari Penulis

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang di Kiddy.id, penulis menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi kelancaran proses kerja. Kendala-kendala ini muncul baik dalam bentuk komunikasi antar tim, keterbatasan fasilitas, hingga tantangan teknis dan operasional sehari-hari. Berikut ini adalah beberapa kendala yang ditemukan:

A. Miss Komunikasi antar Tim

Salah satu kendala yang sempat terjadi selama penulis menjalani program magang di Kiddy.id adalah adanya miskomunikasi antara penulis dan agen sales lain yang berdampak pada kesalahan dalam proses pengiriman barang kepada pelanggan.

Kejadian ini bermula saat seorang pelanggan lama menghubungi Kiddy.id melalui WhatsApp untuk menyewa produk. Penulis kemudian menanyakan apakah alamat pengiriman masih sama seperti sebelumnya, lalu menyisipkan tangkapan layar alamat lama pelanggan tersebut. Setelah itu, penulis mengalihkan chat pelanggan tersebut kepada salah satu agen sales untuk proses *closing*.

Namun, agen sales tersebut tidak melakukan pengecekan ulang terhadap isi chat sebelumnya dan tidak menyadari bahwa pelanggan telah memberikan alamat baru yang berbeda dari tangkapan layar sebelumnya. Akibatnya, alamat pengiriman yang digunakan adalah alamat lama.

Kesalahan ini berdampak cukup signifikan karena pengiriman dilakukan ke wilayah Bogor, yang hanya memiliki jadwal pengiriman setiap hari Jumat. Pada saat itu, hari tersebut merupakan Jumat terakhir sebelum libur Lebaran, sehingga tidak ada kesempatan untuk pengiriman ulang dalam waktu dekat. Selain itu, kesalahan alamat ini menyebabkan *driver*

harus menempuh perjalanan lebih lama, dan bahkan terlambat berbuka puasa karena waktu tempuh yang tidak sesuai estimasi

B. Keterbatasan Tempat untuk Produksi Konten

Selama menjalani program magang di Kiddy.id, penulis juga mengalami kendala dalam proses pembuatan konten karena keterbatasan ruang. Kantor Kiddy.id yang berlokasi di ruko memiliki ruang yang relatif kecil sehingga menyulitkan proses pengambilan gambar atau video, terutama untuk konten *unboxing* dan konten mengikuti tren viral.

Sebagian besar proses pengambilan video dilakukan di ruang *meeting* lantai atas, yang cenderung sempit karena banyaknya barang yang disimpan. Ruang tersebut menjadi tempat utama untuk video *unboxing*, meskipun tidak terlalu luas dan memerlukan penyesuaian posisi agar hasil video tetap menarik.

Sementara itu, jika ingin membuat konten yang mengikuti tren viral, penulis biasanya mengambil lokasi di lantai 1. Namun, area ini juga memiliki tantangan tersendiri karena kondisinya cukup berantakan dan mainan yang dipajang di rak tidak terlalu banyak, sehingga latar video terlihat kurang menarik.

Untuk mengatasi hal tersebut, penulis sering memindahkan beberapa mainan ke rak-rak tertentu yang akan dijadikan *background*, agar tampilannya lebih penuh dan berwarna saat direkam. Meskipun memakan waktu dan tenaga ekstra, hal ini dilakukan demi menghasilkan konten yang tetap menarik secara visual di tengah keterbatasan tempat

C. Kesulitan dalam Pemasangan Produk Saat Konten Unboxing

Salah satu tugas yang dijalankan oleh penulis selama magang di Kiddy.id adalah membuat konten video *unboxing* produk bayi, seperti *stroller* dan *baby box*. Dalam proses pembuatan konten ini, penulis kerap mengalami kendala, terutama saat membuka dan memasang kembali produk-produk tersebut.

Sebagai bagian dari konten *tutorial*, penulis harus menunjukkan dengan jelas bagaimana cara membuka, menggunakan, hingga melipat kembali produk tersebut. Namun, beberapa produk memiliki sistem pemasangan dan pelipatan yang cukup rumit, sehingga memerlukan pemahaman khusus agar proses *unboxing* berjalan lancar.

Kesulitan tersebut seringkali membuat penulis merasa khawatir, terutama karena produk-produk yang digunakan merupakan barang *branded* dengan harga yang cukup tinggi, bahkan mencapai jutaan rupiah. Jika tidak hati-hati, ada risiko produk bisa rusak saat proses *shooting*.

Situasi ini menjadi tantangan tersendiri, karena di satu sisi penulis harus menyajikan konten yang informatif dan mudah dipahami oleh audiens, namun di sisi lain juga harus menjaga keutuhan dan kualitas barang yang digunakan.

D. Banyaknya Chat Masuk yang Belum Terbalas

Selama magang di Kiddy.id, penulis turut membantu membalas pesan masuk dari pelanggan yang bertanya mengenai produk sewaan. Dalam satu hari, jumlah chat yang masuk bisa mencapai lebih dari 100 pesan. Tingginya volume ini menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga kecepatan dan ketepatan respons kepada pelanggan.

Kondisi ini sering menyebabkan adanya pesan yang tidak terbaca atau terlewat, terutama ketika pesan dari pelanggan baru masuk bersamaan dengan pelanggan lain yang sedang dalam proses pemesanan. Selain itu, ada juga pelanggan yang setelah ditanyakan mengenai produk yang diinginkan, tidak memberikan respon lebih lanjut. Akibatnya, pesan mereka tetap berada di ruang obrolan dan menumpuk di antara *chat* lain, sehingga berpotensi menyebabkan *chat* penting dari pelanggan lain ikut terlewat.

Menangani ratusan chat dalam sehari juga cukup menguras energi, karena penulis harus memastikan setiap pertanyaan dijawab secara jelas dan sesuai kebutuhan pelanggan. Hal ini tidak hanya menuntut ketelitian, tetapi juga konsistensi dalam menjaga kualitas layanan melalui komunikasi digital.

E. Customer Kurang Literasi

Kendala yang sering dihadapi penulis selama menjalani magang adalah menghadapi pelanggan yang kurang memahami informasi dasar layanan Kiddy.id. Meskipun sudah dijelaskan bahwa layanan hanya mencakup area Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya, masih ada pelanggan yang menanyakan apakah bisa dikirim ke luar wilayah tersebut. Selain itu, beberapa pelanggan juga masih mengira bahwa produk yang ditawarkan adalah untuk dijual, padahal Kiddy.id merupakan jasa penyewaan perlengkapan bayi dan anak.

F. Sulit Menemukan Ide Konten yang Tepat

Penulis mengalami kesulitan dalam menemukan ide konten yang sedang viral di media sosial dan relevan dengan layanan penyewaan yang ditawarkan oleh Kiddy.id. Tidak semua tren viral mudah dikaitkan dengan bisnis sewa perlengkapan bayi dan mainan, sehingga sering kali kehabisan ide. Selain itu, muncul tantangan baru di mana beberapa kompetitor mulai

mengikuti strategi konten viral yang sebelumnya dilakukan oleh Kiddy.id. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dan menuntut kreativitas yang lebih tinggi agar konten tetap unggul dan berbeda.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

A. Solusi Miss Komunikasi antar Tim

Untuk mengatasi kendala miskomunikasi yang sempat terjadi antara penulis dan salah satu agen sales, penulis bersama agen yang bersangkutan secara inisiatif memberikan kompensasi sebesar Rp50.000 kepada *driver* sebagai bentuk tanggung jawab moral. Kompensasi ini diberikan karena pengiriman barang harus menempuh perjalanan lebih jauh akibat kesalahan informasi alamat yang tidak diperiksa ulang oleh pihak yang menerima alih chat dari penulis.

Selain itu, penulis juga mendapatkan arahan agar ke depannya, jika terdapat perubahan alamat dari pelanggan, informasi tersebut tidak langsung disampaikan secara lengkap melalui *chat*. Sebaliknya, penulis cukup mengalihkan chat ke agen terkait tanpa menyebutkan detail seperti ongkos kirim atau alamat sebelumnya. Dengan cara ini, agen akan terdorong untuk mengecek keseluruhan isi percakapan dan memastikan alamat sudah benar sebelum melakukan proses *closing*, sehingga risiko miskomunikasi dapat diminimalisir.

B. Solusi Keterbatasan Tempat untuk Produksi Konten

Untuk mengatasi keterbatasan tempat dalam proses produksi konten, dilakukan penyesuaian lokasi *shooting*. Konten biasanya diambil di ruang *meeting* atau di area lantai 1, memanfaatkan rak-rak mainan sebagai latar belakang. Untuk memberikan variasi visual, posisi mainan di rak juga ditukar-

tukar agar tampilan *background* terlihat berbeda dan lebih menarik di setiap video.

C. Solusi Kesulitan dalam Pemasangan Produk Saat Konten Unboxing

Untuk mengurangi kesulitan dalam proses unboxing dan pemasangan produk seperti *stroller*, *baby box*, *balance bike*, atau perosotan, penulis mempelajari terlebih dahulu cara membuka dan melipat produk tersebut sebelum proses *shooting* dilakukan. Jika mengalami kesulitan, penulis meminta bantuan dari staff lain seperti saudari Maya atau tim *warehouse* untuk membantu proses pemasangan dan pelipatan produk agar tetap aman dan tidak merusak barang yang akan di *unboxing*.

D. Solusi Banyaknya Chat Masuk yang Belum Terbalas

Dalam menghadapi volume chat yang tinggi, penulis membiasakan diri untuk rutin melakukan pengecekan ulang dengan cara *scroll* semua chat yang masuk untuk memastikan tidak ada pesan pelanggan yang terlewat. Selain itu, untuk menangani pelanggan yang tidak memberikan respon lanjutan, penulis menggunakan *shortcut chat template* seperti /SIAP3 untuk mengakhiri percakapan secara sopan. Dengan langkah ini, *room* di aplikasi Qiscus dapat segera di-*resolve* sehingga tidak menumpuk terlalu banyak chat yang belum selesai.

E. Solusi *Customer* Kurang Literasi

Menghadapi situasi seperti ini, penulis dituntut untuk tetap sabar dan profesional dalam merespons pelanggan. Jawaban tetap diberikan dengan sopan, disertai *emoticon* senyum 😊 agar suasana percakapan tetap ramah.

Pendekatan ini penting untuk menjaga citra brand dan kenyamanan komunikasi dengan calon penyewa, meskipun terjadi kesalahpahaman.

F. Solusi Sulit Menemukan Ide Konten yang Tepat

Untuk menghadapi kendala tersebut, penulis berusaha meningkatkan kreativitas dengan memperdalam riset konten melalui berbagai platform seperti Instagram dan Tiktok, serta mengikuti tren yang sedang berkembang. Penulis juga rutin meminta bantuan ChatGPT untuk membantu brainstorming dan mencari sudut pandang kreatif yang baru. Selain itu, dibutuhkan sikap yang kompetitif dan inovatif dalam menghasilkan konten agar tetap menonjol di tengah banyaknya kompetitor yang mulai meniru pendekatan serupa. Dengan pendekatan ini, Kiddy.id tetap dapat menjaga keunikan kontennya dan mempertahankan engagement audiens.