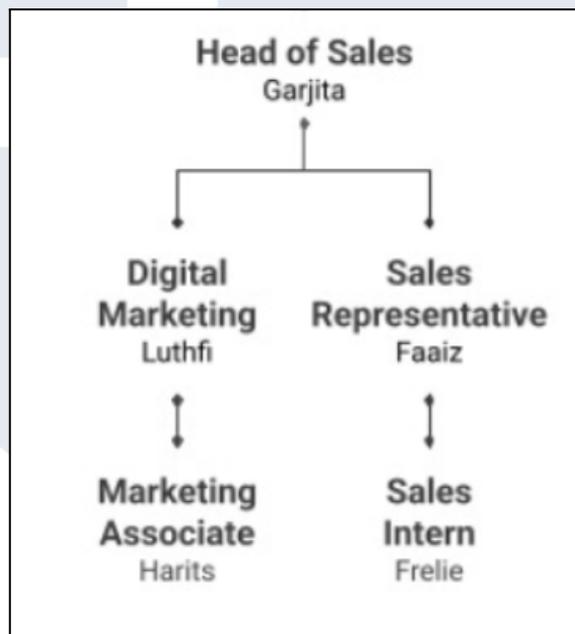


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Berikut adalah kedudukan dan koordinasi penulis selama program kerja magang di PT Magalarva Sayana Indonesia :



Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Organisasi Perusahaan

Sumber: Internal Perusahaan, 2025

Dalam rangka menjalankan program magang yang bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung di dunia kerja serta memahami alur kerja dalam sebuah perusahaan, penulis melaksanakan berbagai kegiatan dan menjalin koordinasi dengan beberapa pihak terkait. Untuk mendukung kelancaran pelaksanaan program magang dan pencapaian tujuan pembelajaran, penulis menjalankan peran dan tanggung jawab yang telah ditentukan oleh perusahaan. Selama menjalani program magang di PT Magalarva Sayana Indonesia, penulis ditempatkan di divisi sales dengan posisi sebagai *Sales Intern*. Dalam menjalankan tugas magang, penulis berada di bawah bimbingan langsung oleh

yaitu Ibu Garjita selaku *Head of Sales* yang bertanggung jawab mengarahkan dan mengawasi aktivitas divisi Sales secara keseluruhan. Dalam kegiatan sehari-hari, penulis banyak berkoordinasi Bapak Faaiz selaku *Sales Representative* dan supervisi yang membimbing penulis selama menjalankan program kerja magang di PT Magalarva Sayana Indonesia.

Selain berkoordinasi dengan tim sales, penulis juga secara rutin menjalin komunikasi dengan tim Digital Marketing terkait evaluasi kinerja iklan Meta Ads. Salah satu tugas yang dipercayakan kepada penulis adalah mengelola dan merekap data prospek harian yang diperoleh melalui Meta Ads. Data tersebut kemudian dilaporkan kepada tim Digital Marketing untuk dianalisis dan menjadi dasar dalam evaluasi efektivitas iklan yang sedang berjalan. Selain bertugas merekap data prospek harian dari Meta Ads, penulis juga berperan langsung dalam menangani prospek yang masuk dan mengkonversinya menjadi *new customer*. Dalam hal ini, penulis bertanggung jawab untuk melayani komunikasi awal dengan leads melalui telepon dan pesan *WhatsApp*. Proses ini mencakup pemberian informasi terkait produk, penjelasan mengenai manfaat dan keunggulan produk Magalarva, serta menjawab pertanyaan yang diajukan oleh calon pelanggan. Sebagai sales intern, penulis juga mendukung Sales Representative dalam pemrosesan pesanan klien atau *client's order fulfillment*. Penulis mencatat pesanan ke dalam sistem order dan berkoordinasi dengan tim produksi yaitu *production assistant* agar pesanan tersebut segera diproses. Hal ini dilakukan untuk memastikan tim produksi dapat menyiapkan pesanan tepat waktu dan pesanan *client* dapat terpenuhi.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja

Selama program kerja magang di PT Magalarva Sayana Indonesia sebagai Sales Intern dengan jangka waktu 3 bulan terhitung dari tanggal 17 Februari 2025 - 25 Mei 2025, berikut beberapa pekerjaan yang diberikan dan menjadi tanggung jawab penulis selama program magang:

Tabel 3.1 Pekerjaan Utama yang Dilakukan Penulis

Sumber: Penulis, 2025

Pekerjaan Utama Penulis		
No.	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
1.	Mencatat data terkait prospek <i>inbound</i> serta interaksi dengan prospek untuk mengonversi prospek menjadi new customer	Faaiz dan Lutfi
2.	Pemenuhan pesanan pelanggan dan pengelolaan data <i>sales order</i>	Faaiz
3.	Penjualan Omega Egg melalui saluran online (mengelola pelanggan & pemenuhan pesanan)	Faaiz
4.	Mengelola dan pemenuhan pesanan <i>e-commerce Tokopedia</i>	Faaiz dan Nunik
5.	Melaporkan progres mingguan kepada <i>sales representative</i>	Faaiz

Tabel 3.2 Pekerjaan Tambahan yang Dilakukan Penulis

Sumber : Penulis, 2025

Pekerjaan Tambahan Penulis		
No.	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
1.	Mendapatkan leads <i>Outbound</i> untuk Produk <i>Whole Dried Larva</i> (WDL) dan mengkonversi menjadi <i>new customer</i>	Faaiz
2.	Mendapatkan leads <i>Outbound</i> untuk Produk <i>Fresh Larvae</i> dan menjalin hubungan bisnis (<i>business development</i>)	Faaiz

3.	Menjadi talent dalam pembuatan konten media sosial <i>tiktok</i> untuk produk <i>Fresh Larvae</i> (FL)	Harits
4.	Mengunjungi PET EXPO di ICE BSD untuk observasi	Faaiz dan Garjita

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama praktik kerja magang, penulis bertanggung jawab atas berbagai pekerjaan yang diberikan oleh PT Magalarva Sayana Indonesia. Berikut merupakan uraian lebih rinci mengenai tugas-tugas yang dikerjakan oleh penulis selama menjalani program praktik kerja magang..

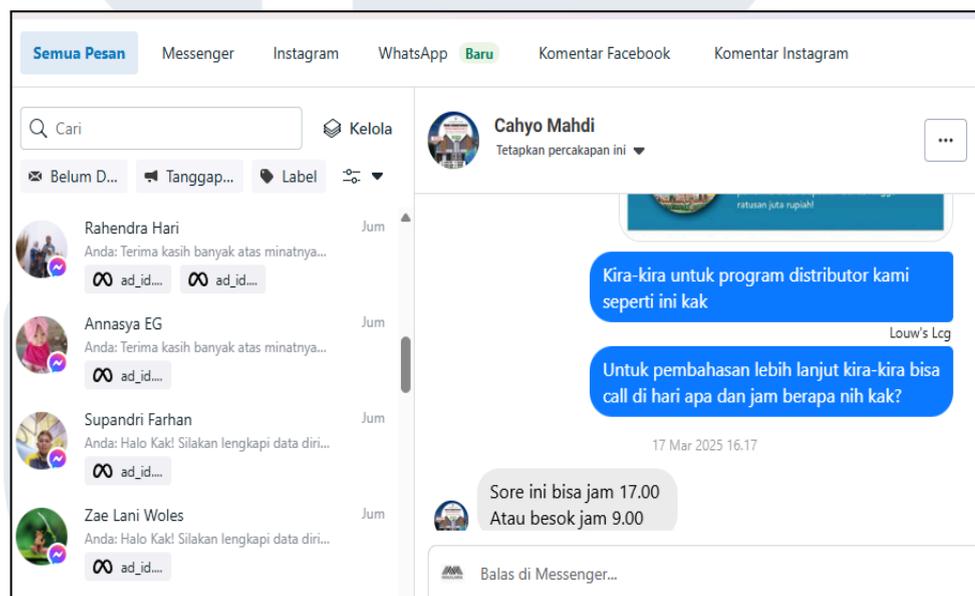
A. Mencatat data terkait prospek *inbound* serta interaksi dengan prospek untuk mengonversi prospek menjadi new customer

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
1	Inbound Productivity						MARKETING AID	Only If Not Spam			
2	Inbound Channel	Post Date	We eknum	Potential Leads Business Name	Potential Leads PIC Name	# PIC Phone	Source Audience	Source Creative	Leads Qualifier	Leads Category	
738	Meta-Ads	07 Mar 25	10	Mhadun Basili Olong	Mhadun Basili Olong	##	Java	Motion	Not Qualified	Distributor	
739	Meta-Ads	07 Mar 25	10	Yasmen Gea	Yasmen Gea	##	Java	Motion	Not Qualified	Distributor	
740	Meta-Ads	07 Mar 25	10	Yustanto	Yustanto	##	Java	Motion	Not Qualified	Budidaya	
741	Meta-Ads	07 Mar 25	10	Sukmadi	Sukmadi	##	Java	Motion	Not Qualified	Budidaya	
742	Meta-Ads	10 Mar 25	11	Hari	Hari	##	Java	Motion	Not Qualified	Distributor	
743	Meta-Ads	10 Mar 25	11	Ria Anw	Ria Anw	##	Java	Motion	Not Qualified	Distributor	
744	Meta-Ads	10 Mar 25	11	اريف	اريف	##	Java	Motion	Not Qualified	Distributor	
745	Meta-Ads	10 Mar 25	11	Dwi Rustanto	Dwi Rustanto	##	Java	Motion	Not Qualified	Budidaya	

Gambar 3.1 Aktivitas mencatat dan mengolah data prospek inbound

Sumber: Penulis, 2025

Sebagai Sales Intern di PT Magalarva Sayana Indonesia, penulis bertanggung jawab atas pengelolaan *inbound leads* yang diperoleh melalui kampanye iklan Meta Ads yang dijalankan oleh tim digital marketing. Inbound sales merujuk pada prospek yang telah menunjukkan minat terhadap produk dan menghubungi Magalarva melalui iklan yang dijalankan. Tugas utama penulis mencakup pencatatan dan pengelompokan data prospek dalam sistem pengolahan data *spreadsheet*, termasuk informasi terkait *potential leads name*, *source audience*, *leads qualifyer*, *leads category* dan *leads type* dari prospek yang masuk melalui *meta ads*. Pencatatan ini dilakukan secara harian untuk memastikan informasi prospek terkelola dengan baik dan memungkinkan tim untuk memantau kinerja *meta ads* yang dijalankan. Setiap akhir pekan, penulis menyusun laporan dan memberikan *insight* terkait *leads inbound* yang diterima selama sepekan mengenai performa *meta ads* yang dijalankan oleh tim Digital Marketing.



Gambar 3.2 Aktivitas interaksi dengan prospek

Sumber : Penulis, 2025

Selain mencatat dan mengelola data prospek, penulis juga bertanggung jawab dalam mengkonversi *inbound leads* menjadi *new customer*. Aktivitas ini

dimulai dari menindaklanjuti leads yang masuk melalui *Facebook Meta Ads*, kemudian penulis melakukan interaksi langsung, baik melalui chat maupun telepon dengan tujuan mengenali *background* mereka serta memperkenalkan produk Magalarva secara menyeluruh. Dalam proses interaksi tersebut, penulis berperan dalam menyampaikan informasi terkait program distributor yang ditawarkan oleh Magalarva. Saat berinteraksi langsung melalui telepon maupun chat, penulis bertanggung jawab untuk membangun pemahaman yang menyeluruh kepada prospek mengenai program distributor, mulai dari skema kerja sama, penjelasan produk, hingga berbagai keunggulan program yang ditawarkan.



Gambar 3.3 Program distributor PT Magalarva Sayana Indonesia

Sumber : Internal Perusahaan, 2025

Sebagai Sales Intern di PT Magalarva Sayana Indonesia, penulis memiliki peran strategis dalam mengelola *inbound leads* yang diperoleh melalui kampanye digital berbayar, khususnya dari platform Meta Ads yang dijalankan oleh tim Digital Marketing. *Inbound sales* merujuk pada prospek yang secara aktif

menunjukkan ketertarikan terhadap produk melalui interaksi langsung, seperti mengisi formulir, mengirim pesan, atau melakukan klik pada iklan, sehingga berpotensi untuk dikonversi menjadi pelanggan. Tugas utama penulis mencakup pencatatan dan klasifikasi data prospek yang masuk melalui meta ads secara rapih dalam *spreadsheet*. Data yang dikelola meliputi nama prospek (*potential leads name*), sumber audiens (*source audience*), status kualifikasi prospek (*leads qualifier*), kategori prospek (*leads category*), serta tipe prospek berdasarkan kebutuhan dan urgensi (*leads type*). Aktivitas ini dilakukan secara harian untuk menghindari kesalahan ketika memasukan data, yang menjadi pondasi penting dalam proses *sales funneling* dan pengambilan keputusan berbasis data. Lebih dari sekadar mencatat, penulis juga menjalankan fungsi analitis dengan menyusun laporan mingguan yang berisi *data summary* serta *marketing insight* terhadap performa *inbound leads*. Laporan ini mencakup tren leads yang masuk, efektivitas target audiens yang disasar. Melalui laporan ini, tim Digital Marketing dapat melakukan evaluasi dan penyesuaian secara berkelanjutan untuk meningkatkan *return on ad spend* (ROAS) dan rasio konversi leads menjadi pelanggan





Gambar 3.4 Konversi prospek menjadi *New Customer*

Sumber : Penulis, 2025

Dengan memahami kebutuhan calon pelanggan, menjelaskan secara komprehensif keunggulan produk, serta menawarkan promo dan free sample sebagai bentuk komitmen Magalarva, penulis mampu mengubah ketertarikan awal menjadi keputusan pembelian. Hasil dari proses ini adalah keberhasilan penulis

dalam mengonversi beberapa leads potensial menjadi pelanggan baru, yang tidak hanya melakukan pembelian satu kali, tetapi juga menunjukkan ketertarikan untuk membangun kerja sama jangka panjang melalui program distributor. Dalam melaksanakan tugas tersebut, penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- 1) Penulis melakukan interaksi dengan leads masuk melalui *meta ads*, meliputi menjawab pertanyaan dari leads mengenai program yang ditawarkan secara proaktif
- 2) Penulis melanjutkan diskusi secara lebih spesifik melalui telepon *whatsapp* dengan menjelaskan sistem program distributor, menjelaskan *product knowledge, value* yang dimiliki Magalarva dan segala halnya yang berhubungan untuk meyakinkan calon customer.
- 3) Penulis melakukan *follow-up* prospek yang memiliki potensi tinggi untuk dikonversi menjadi *new customer*

B. Pemenuhan pesanan pelanggan dan pengelolaan data *sales order*

1	Search Key	Invoice Number	Invoice Code	Account	Unit Price	Qty	Unit	Discount (IDR)	Shipping fee
199	Invoice #4204	4204	42041		140,000.00	55.00	Kg	200,000.00	200.0
200	Invoice #4205	4205	42051		32,500.00	250.00	Kg		200.0
201	Invoice #4205	4205	42052		53,000.00	100.00	Kg		
202	Invoice #4206	4206	42061		33,000.00	700.00	Kg		150.0
203	Invoice #4206	4206	42062		32,500.00	300.00	Kg		
204	Invoice #4207	4207	42071		1,300.00	6,050.00	Kg		
205	Invoice #4208	4208	42081		5,500.00	20.00	Kg		
206	Invoice #4209	4209	42091			60.00	Pcs		
207	Invoice #4209	4209	42092			60.00	Pcs		
208	Invoice #4209	4209	42093			60.00	Pcs		
209	Invoice #4209	4209	42094			49.00	Pcs		
210	Invoice #4210	4210	42101		0.00	0.25	Kg		
211	Invoice #4210	4210	42102		0.00	0.25	Kg		
212	Invoice #4211	4211	42111		0.00	37.50	Kg		
213	Invoice #4211	4211	42112		0.00	37.50	Kg		
214	Invoice #4212	4212	42121		5,500.00	100.00	Kg		
215	Invoice #4213	4213	42131		34,000.00	50.00	Kg		200.0
216	Invoice #4213	4213	42132		48,000.00	50.00	Kg		
217									

Gambar 3.5 Aktivitas pencatatan pesanan ke dalam sales order

Sumber : Penulis, 2025

Dalam aktivitas pemenuhan pesanan pelanggan (*client's order fulfillment*), penulis bertanggung jawab untuk memastikan setiap transaksi penjualan yang

masuk tercatat dengan rapi dan terorganisir. Di PT Magalarva Sayana Indonesia, proses ini dilakukan secara sistematis menggunakan spreadsheet yang telah dirancang khusus sebagai alat bantu operasional tim sales. Tujuannya adalah agar setiap pesanan dapat dipantau dengan baik, memudahkan proses tindak lanjut, serta menjaga akurasi data penjualan. Setiap kali ada order dari pelanggan, penulis akan langsung mencatatnya ke dalam sistem data Sales Order. Informasi yang dicatat mencakup nama customer, jenis produk yang dipesan, jumlah pesanan, metode pembayaran yang digunakan, serta tanggal masuknya pesanan. Dengan pencatatan yang detail ini, tim sales dapat dengan mudah melakukan pelacakan pesanan dan memastikan tidak ada order yang terlewat atau tertunda dalam proses pengiriman. Dalam pelaksanaan tugas tersebut, penulis mengikuti beberapa langkah penting untuk memastikan proses berjalan lancar.

Pertama, penulis akan memeriksa dan memverifikasi informasi yang diterima dari pelanggan untuk memastikan tidak ada kekeliruan dalam data yang akan dicatat. Setelah itu, penulis memasukkan data tersebut ke dalam spreadsheet Sales Order dengan format yang telah disesuaikan, agar mudah dipahami oleh seluruh anggota tim yang terlibat. Selain itu, penulis juga rutin melakukan pengecekan ulang terhadap data yang telah tercatat untuk meminimalkan kesalahan. Penulis turut memastikan bahwa setiap pesanan yang masuk bisa segera diproses oleh tim operasional, mulai dari pengemasan hingga pengiriman ke pelanggan. Dengan sistem yang tertata dan pencatatan yang akurat, proses pemenuhan pesanan dapat berjalan lebih efisien dan profesional.

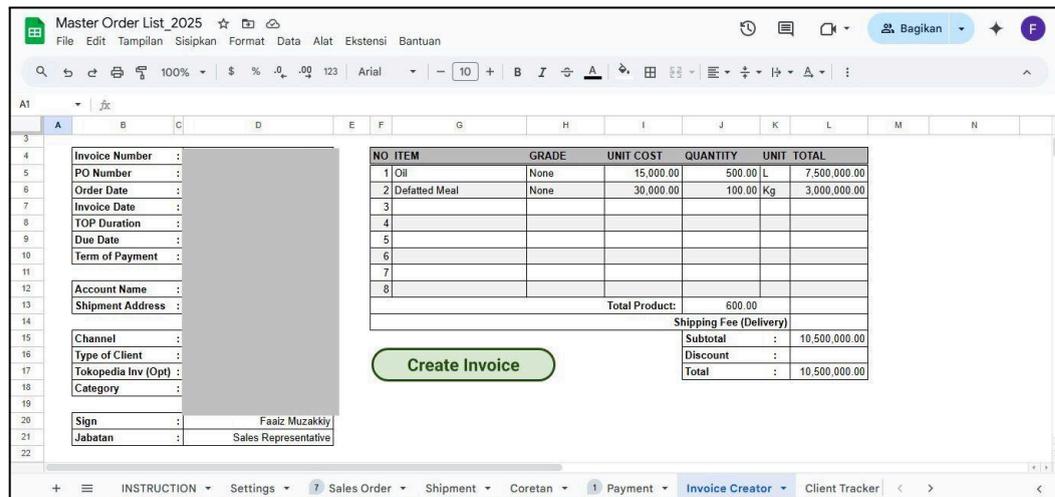
Di samping pencatatan pesanan reguler, penulis juga turut berperan dalam mengakomodasi permintaan pelanggan terkait *customization product*. Beberapa pelanggan memiliki kebutuhan khusus terhadap kemasan, ukuran, atau bahkan formula produk yang disesuaikan dengan karakteristik ternak atau spesifikasi bisnis mereka. Dalam hal ini, penulis bertugas untuk mencatat permintaan khusus tersebut secara rinci dan mengkomunikasikannya kepada tim produksi atau terkait lainnya, agar produk dapat disesuaikan tanpa mengorbankan kualitas maupun

waktu pengiriman. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia solusi yang fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses *complaint handling* atau penanganan keluhan pelanggan. Ketika terjadi ketidaksesuaian dalam pesanan, keterlambatan pengiriman, atau keluhan terkait produk, penulis bertugas untuk mendokumentasikan setiap keluhan secara sistematis dan menyampaikannya kepada supervisi. Penulis juga memastikan bahwa setiap keluhan ditindaklanjuti dengan solusi yang tepat dan disampaikan kembali kepada pelanggan. Dengan menjaga komunikasi yang terbuka dan responsif, perusahaan dapat membangun kepercayaan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Peran ini turut memperkuat kapabilitas penulis dalam komunikasi profesional dan pemecahan masalah secara adaptif.

Dalam melaksanakan tugas tersebut, penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

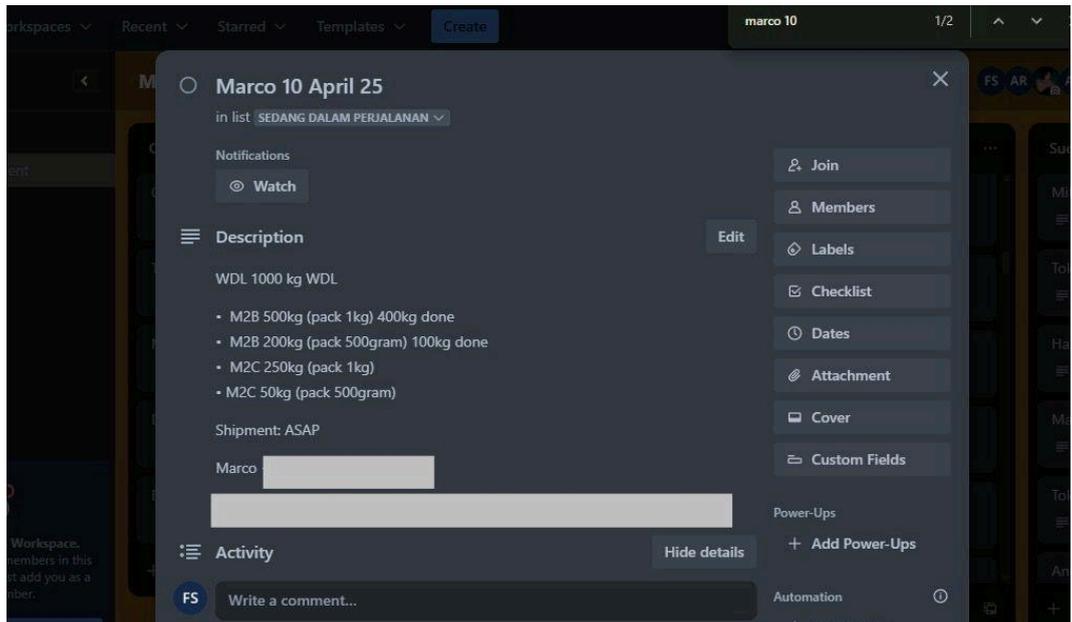
1. Penulis menerima spesifikasi pesanan dari *client* melalui sales representative selaku supervisi
2. Penulis melakukan pencatatan pesanan client ke sistem olah data *spreadsheet* meliputi produk yang dipesan, kuantitas, jenis dan metode pembayaran
3. Penulis melakukan berkoordinasi dengan tim produksi menggunakan *tools* manajemen proyek *trello* dan melakukan direct message ke Bapak Danang selaku *assistant production* guna memastikan ketersediaan produk.
4. Penulis membuat *invoice* pesanan dan mengirimkan ke *client*



Gambar 3.6 Aktivitas pembuatan *invoice* untuk *client*

Sumber : Internal perusahaan, 2025

Selain mencatat pesanan dari klien, penulis juga terlibat dalam proses pembuatan invoice sebagai bagian dari alur penjualan di PT Magalarva Sayana Indonesia. Sistem pembayaran yang digunakan di Magalarva terbagi menjadi dua, yaitu CBD (*Cash Before Delivery*) dan TOP (*Term of Payment*). Untuk sistem CBD, klien wajib melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum barang dikirim. Sedangkan untuk sistem TOP, pembayaran bisa dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan biasanya hanya diberikan kepada klien yang sudah melakukan pembelian lebih dari tiga kali atau yang sudah menjadi pelanggan tetap. Pemilihan sistem pembayaran ini disesuaikan dengan preferensi masing-masing klien. Jika klien memilih menggunakan sistem CBD, maka penulis akan langsung membuat invoice dengan memasukkan detail pesanan seperti nama klien, produk yang dibeli, jumlah barang, harga, serta total pembayaran. Setelah itu, invoice dikirimkan ke klien untuk diproses pembayarannya. Setelah klien menyelesaikan pembayaran, penulis juga bertugas untuk berkoordinasi dengan tim finance guna memastikan transaksi sudah masuk dan tervalidasi. Setelah pembayaran dikonfirmasi.



Gambar 3.7 Aktivitas pencatatan pesanan menggunakan tools *Trello*

Sumber : Penulis

Aktivitas berikut merupakan tahap lanjutan setelah klien melakukan pembayaran. Setelah data pesanan klien dicatat secara lengkap ke dalam sistem *Sales Order*, penulis juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pesanan tersebut dapat segera diproses oleh tim produksi. Koordinasi antara tim sales dan tim produksi menjadi hal yang sangat penting agar proses pemenuhan pesanan berjalan lancar, tepat waktu, dan sesuai dengan permintaan klien. Untuk memfasilitasi proses ini, PT Magalarva Sayana Indonesia menggunakan sebuah tools yaitu *Trello*, sebuah aplikasi manajemen proyek berbasis visual yang sangat membantu dalam mengatur alur kerja antar tim. Melalui *Trello*, penulis menginput setiap detail pesanan yang telah dicatat sebelumnya, mulai dari nama klien, jenis produk, jumlah pesanan, waktu pengiriman dan logistik yang digunakan. Informasi ini akan diterima dalam daftar tugas tim produksi, sehingga mereka bisa segera menindaklanjuti proses penyiapan pesanan.

Trello menjadi alat koordinasi utama yang menjembatani komunikasi antara tim sales dan tim produksi. Dengan sistem yang terintegrasi ini, setiap

pesanan yang masuk tidak hanya tercatat dengan rapi, tetapi juga bisa dipantau progresnya. Hal ini sangat membantu tim produksi dalam menentukan prioritas kerja, terutama jika ada pesanan dalam jumlah besar atau dengan permintaan waktu pengiriman yang cepat.

Penggunaan Trello juga membantu meminimalkan risiko adanya *human error*; seperti terlambatnya proses pengiriman ataupun kesalahan dalam pengiriman produk, karena semua instruksi tertulis jelas dan dapat diakses oleh semua divisi. Melalui aktivitas pemenuhan pesanan klien, penulis tidak hanya berperan dalam aspek administrasi, tetapi juga ikut serta dalam menjaga kualitas alur operasional, memastikan setiap pesanan dapat diselesaikan tepat waktu dan memberikan kenyamanan bagi klien. Dengan menjalankan proses ini secara konsisten, penulis turut berkontribusi dalam menciptakan sistem kerja yang lebih terstruktur, transparan, dan kolaboratif antar tim, yang pada akhirnya mendukung performa dan reputasi Magalarva sebagai perusahaan yang profesional.

	A	B	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
1	Invoice Number	Nth Product	ade	Order Qty	Unit	Unit Price (IDR)	Subtotal (IDR)	Shipment date	Qty shipped	Surat Jalan	Type of Client	Year	Month
219	4228	1	42B	100.00	Kg	34,000.00	3,400,000.00	20 Mar 25	100.00		Distributor	2025	3
220	4229	1	one	350.00	Kg	5,000.00	1,750,000.00	19 Mar 25	350.00		B2C (Personal Use)	2025	3
221	4231	1	one	2,580.00	Kg	1,300.00	3,354,000.00	19 Mar 25	2,580.00		Waste Service	2025	3
222	4232	1	one	5.00	Kg	8,000.00	40,000.00	21 Mar 25	5.00		B2C (Personal Use)	2025	3
223	4230	1	42B	400.00	Kg	31,000.00	12,400,000.00	22 Mar 25	400.00		Distributor	2025	3
224	4230	2	42C	400.00	Kg	26,000.00	10,400,000.00	22 Mar 25	400.00		Distributor	2025	3
225	4217	1	one	100.00	Kg	140,000.00	14,000,000.00	21 Mar 25	100.00		B2C (Personal Use)	2025	3
226	4213	1	42B	50.00	Kg	34,000.00	1,700,000.00	24 Mar 25	50.00		Distributor	2025	3
227	4213	2	one	50.00	Kg	48,000.00	2,400,000.00	24 Mar 25	50.00		Distributor	2025	3
228	4233	1	42B	100.00	Kg	34,000.00	3,400,000.00	25 Mar 25	100.00		Distributor	2025	3
229	4235	1	43A	300.00	Kg	36,000.00	10,800,000.00	24 Mar 25	300.00		B2B (Reseller)	2025	3
230	4237	1	one	24,000.00	Kg	699.00	16,776,000.00	25 Mar 25	24,000.00		Waste Service	2025	3
231	4234	1	one	200.00	Kg	30,000.00	6,000,000.00	26 Mar 25	200.00		B2C (Personal Use)	2025	3
232	4234	2	one	50.00	Kg	25,000.00	1,250,000.00	26 Mar 25	50.00		B2C (Personal Use)	2025	3
233	4234	3	42B	5.00	Kg	34,000.00	170,000.00	26 March 25	5.00		B2C (Personal Use)	2025	3
234	4236	1	42C	40.00	Kg	0.00	0.00	26 Mar 25	34.00		B2C (Personal Use)	2025	3
235	4238	1	one	6,013.00	Kg	750.00	4,509,750.00	25 Mar 25	6,013.00		Waste Service	2025	3
236	4239	1	42B	5.00	Kg	55,000.00	275,000.00	27 Mar 25	5.00		Distributor	2025	3

Gambar 3.8 Memperbarui status pengiriman pesanan

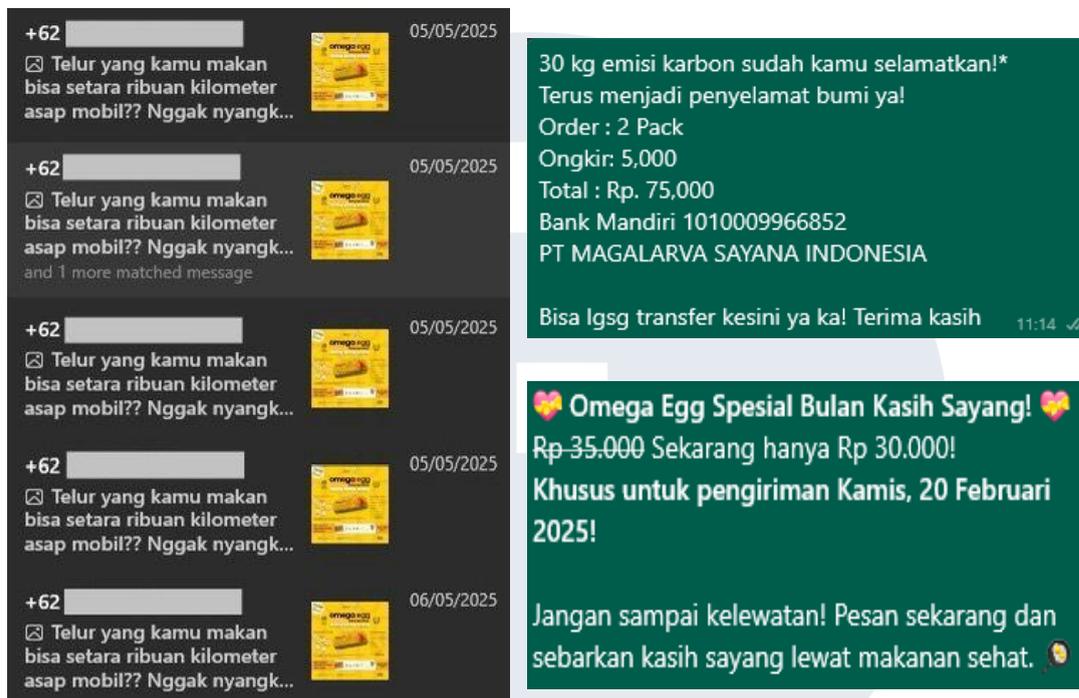
Sumber: Penulis

Selain mencatat dan memantau pesanan yang masuk, penulis juga berperan dalam memperbarui status pengiriman pesanan klien pada sistem *shipment* internal perusahaan. Tugas ini dilakukan setelah penulis menerima

konfirmasi dari tim produksi bahwa barang telah dikemas dan dikirimkan menggunakan armada logistik yang telah ditentukan. Informasi tersebut kemudian diinput ke dalam sistem pengiriman agar seluruh tim yang terlibat, khususnya tim sales executive, dapat mengetahui perkembangan status dari masing-masing pesanan. Proses pembaruan ini bukan sekadar formalitas, namun memiliki peran penting dalam menjaga akurasi data penjualan dan mempermudah proses rekapitulasi mingguan yang dilakukan setiap akhir pekan. Dengan status pengiriman yang sudah diperbarui secara real-time, tim sales dapat menyusun laporan penjualan mingguan dengan lebih akurat, sekaligus memastikan bahwa tidak ada pesanan yang tertinggal atau belum terkirim. Hal ini juga membantu tim dalam melakukan evaluasi performa penjualan dan merancang strategi tindak lanjut kepada klien.

Pembaruan status pengiriman ini juga menjadi bagian dari upaya membangun sistem kerja yang rapi dan efisien, di mana setiap aktivitas penjualan terpantau dan terdokumentasi dengan baik. Dengan sistem yang transparan dan terintegrasi, hubungan antar divisi menjadi lebih sinkron dan meminimalkan miskomunikasi yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, meskipun terlihat sebagai tugas administratif, aktivitas ini berkontribusi langsung terhadap kelancaran operasional dan kualitas pelayanan yang diberikan Magalarva kepada para kliennya.

C. Penjualan Omega Egg (mengelola pelanggan & pemenuhan pesanan)



Gambar 3.9 Aktivitas Whatsapp *blasting* penjualan *omega egg*

Sumber : Penulis, 2025

Dalam proses pengelolaan penjualan produk *Omega Egg*, penulis diberikan kesempatan untuk secara langsung terlibat dalam kegiatan komunikasi dan pelayanan pelanggan melalui kanal *WhatsApp*, dipilih sebagai channel komunikasi karena dinilai lebih personal dan cepat dalam menjangkau pelanggan yang telah masuk ke dalam database Magalarva. Aktivitas yang dilakukan penulis meliputi pengelolaan dan pembaruan database pelanggan secara berkala, menyampaikan informasi terkini mengenai ketersediaan stok, serta memberikan informasi terkait promo-promo menarik yang sedang berlaku. Dengan pendekatan yang langsung dan komunikatif ini, hubungan antara Magalarva dan pelanggan dapat terjalin dengan lebih kuat.

Salah satu metode yang digunakan dalam menjangkau pelanggan secara cepat adalah melalui *WhatsApp blasting*. Strategi ini sangat membantu penulis

untuk mengirim pesan secara cepat ke pelanggan yang telah masuk dalam *database*, dengan isi pesan yang dikurasi agar tetap terasa personal dan relevan. Pesan-pesan tersebut mencakup pengumuman restock produk, promo spesial di bulan tertentu, atau informasi lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan minat beli dan mempertahankan engagement pelanggan. Dalam menyusun isi pesan yang akan dikirim, penulis tidak bekerja sendiri. Penulis juga berkolaborasi dengan tim Digital Marketing dalam hal perumusan *copywriting* agar pesan yang disampaikan memiliki daya tarik baik secara visual maupun isi.

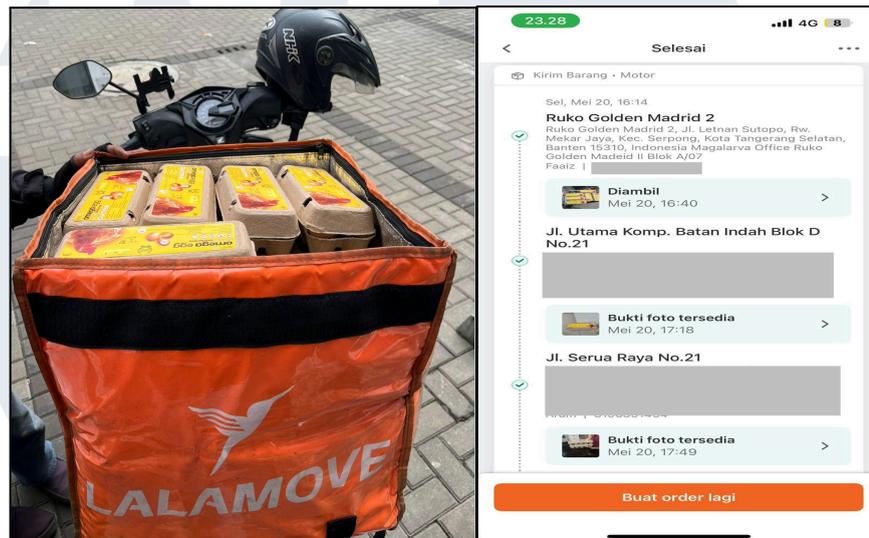
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Account Name	Batch	Order Qty (Box)	Category	Phone Number	City	Shipping Address	Shipped?	Paid?
47	Anggi	7	3	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
48	Fitri Wulandari	7	2	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
49	Djonggi	7	6	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
50	Yuyun	7	4	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
51	Sofia Intan Amalia (Hz	7	1	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
52	Dinda Sulisty	7	2	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
53	Lilian	7	4	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
54	Arfi	7	5	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
55	Chippy Dio	7	2	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
56	Aprilia Citra	7	2	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
57	Arum	7	2	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
58	Elsa	7	2	Sales				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Gambar 3.10 Pencatatan pesanan Omega egg

Sumber : Penulis

Setiap pesanan yang masuk melalui WhatsApp akan langsung dicatat oleh penulis ke dalam Sales Order khusus untuk produk Omega Egg. Pencatatan ini mencakup informasi lengkap terkait nama pelanggan dan jumlah produk yang dipesan. Proses pencatatan yang sistematis ini sangat penting untuk memastikan bahwa tidak ada pesanan yang terlewat. Dengan keterlibatan langsung dalam kegiatan ini, penulis tidak hanya memperoleh pemahaman teknis mengenai proses pencatatan dan komunikasi penjualan, tetapi juga belajar bagaimana menjaga hubungan dengan pelanggan secara konsisten. Aktivitas ini memberikan wawasan

yang lebih luas mengenai pentingnya layanan pelanggan dalam menjaga loyalitas dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.



Gambar 3.11 Pemenuhan pesanan Omega Egg

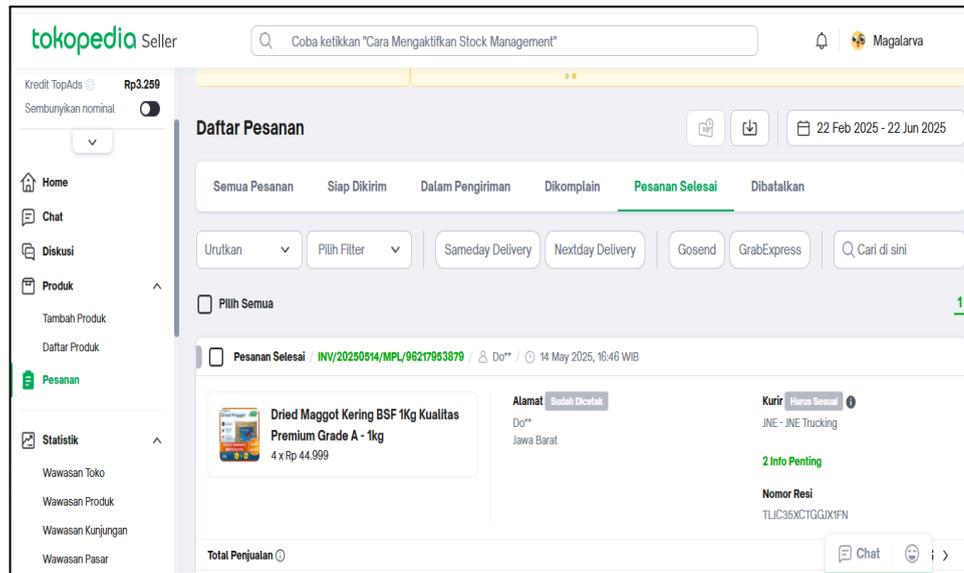
Sumber : Penulis, 2025

Sebagai kelanjutan dari aktivitas pengelolaan penjualan produk Omega Egg melalui kanal WhatsApp, penulis juga memegang tanggung jawab dalam proses pemenuhan pesanan (*order fulfillment*). Setelah pesan promosi dikirim melalui WhatsApp blasting dan pesanan mulai terkumpul dari pelanggan, maka proses selanjutnya yang harus dikelola adalah memastikan bahwa seluruh pesanan tersebut dapat dikirimkan tepat waktu, dalam kondisi baik, dan sesuai dengan permintaan pelanggan. Dalam pelaksanaannya, penulis tidak hanya berhenti pada tahap pencatatan pesanan ke dalam sistem *Sales Order*. Penulis juga turut berperan aktif dalam memastikan setiap produk yang dipesan benar-benar sampai ke tangan pelanggan dengan aman dan tanpa kendala. Setelah seluruh pesanan dari pelanggan disiapkan, penulis akan segera memproses pengiriman dengan memanfaatkan layanan logistik on-demand, seperti Lalamove, yang menjadi mitra logistik untuk pengiriman produk Omega Egg.

Salah satu keunggulan dari penggunaan jasa logistik *on-demand* seperti Lalamove adalah fleksibilitas dalam memilih jenis kendaraan, mulai dari motor, mobil, hingga armada yang lebih besar, disesuaikan dengan volume dan kebutuhan distribusi pesanan yang masuk. Penulis bertanggung jawab untuk memilih armada yang paling tepat agar pengiriman dapat dilakukan secara efisien dan ekonomis, sekaligus menghindari risiko kerusakan produk selama proses pengiriman. Penulis juga memastikan proses pengiriman berjalan lancar melalui berkoordinasi dengan driver. Bentuk koordinasi ini mencakup komunikasi mengenai waktu penjemputan, navigasi lokasi tujuan, hingga permintaan khusus dari pelanggan, misalnya terkait akses lokasi, maksimum pengantaran. Dalam beberapa kasus, penulis juga secara proaktif memberikan dukungan tambahan, seperti mengarahkan lokasi melalui share location atau membantu kurir memahami jalur tercepat menuju alamat pelanggan.

Langkah-langkah ini dilakukan sebagai bentuk komitmen untuk menjaga kualitas pengiriman, memastikan kepuasan pelanggan, dan meminimalisir terjadinya keterlambatan atau kesalahan dalam proses logistik. Terlebih karena produk Omega Egg merupakan produk konsumsi yang perlu dikirim dalam kondisi baik, maka keakuratan waktu dan ketelitian dalam proses distribusi menjadi aspek yang sangat penting.

D. Mengelola dan pemenuhan pesanan *e-commerce Tokopedia*



Gambar 3.12 Mengelola e-commerce Tokopedia

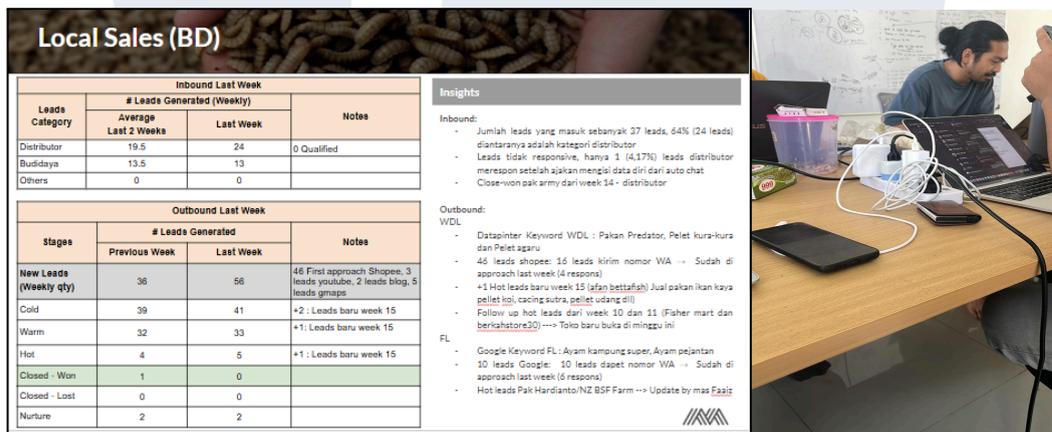
Sumber : Penulis, 2025

Sebagai bagian dari dukungan terhadap perluasan kanal penjualan online, penulis juga turut terlibat dalam pengelolaan akun e-commerce PT Magalarva Sayana Indonesia yang terdapat di platform Tokopedia. Peran ini tidak hanya terbatas pada pemantauan akun, namun juga mencakup proses pemenuhan pesanan (*order fulfillment*) yang dilakukan secara sistematis untuk menjaga kelancaran operasional serta kepuasan pelanggan. Dalam aktivitas ini, penulis secara aktif memantau setiap transaksi yang masuk melalui Tokopedia dan mencatat seluruh data pesanan yang masuk. Sama seperti proses pemesanan dari klien, setiap order yang masuk dari e-commerce juga harus dikelola dengan agar tidak terjadi keterlambatan pengiriman atau kesalahan produk. Untuk itu, penulis melakukan pencatatan detail pesanan ke dalam platform manajemen proyek Trello, yang telah menjadi tools utama koordinasi antara tim sales dan tim produksi sama halnya yang dilakukan untuk pesanan klien dalam jumlah besar.

Setiap pesanan yang masuk akan dicatat berdasarkan informasi seperti nama produk, jumlah, waktu pemesanan, serta logistik yang digunakan. Informasi ini kemudian diinput oleh penulis ke dalam *Trello* pada kolom atau card yang

pelanggan, produk yang dibeli, jumlah pesanan, harga, serta tanggal transaksi. Sebagai bagian dari prosedur bulanan, penulis juga secara rutin menarik data transaksi langsung dari dashboard Tokopedia, untuk kemudian direkap dalam format yang disesuaikan dengan kebutuhan tim finance. Proses ini penting untuk memastikan bahwa seluruh pemasukan dari kanal marketplace tercatat dengan baik dan bisa dipertanggungjawabkan. Data yang telah direkap kemudian diserahkan ke tim finance untuk diolah lebih lanjut dalam proses pembukuan dan pelaporan keuangan perusahaan.

E. Melaporkan progres mingguan kepada sales representative



Gambar 3.14 Aktivitas *weekly checkpoint* dengan tim sales

Sumber : Penulis, 2025

Sebagai bagian dari aktivitas sales support, penulis secara rutin melaksanakan *weekly report* setiap hari sabtu bersama tim sales. Dalam sesi ini, penulis mempresentasikan hasil kinerja selama sepekan, mulai dari performa *Meta Ads*, jumlah *leads* yang masuk, hingga analisis awal terhadap kualitas leads yang dihasilkan. *Insight* yang disampaikan mencakup bagaimana respon *leads* terhadap iklan yang dijalankan oleh tim *Digital Marketing*, Sehingga tim *Digital marketing* juga bisa melakukan evaluasi untuk iklan yang dijalankan. Kemudian penulis melakukan *update* mengenai tahapan progres *Potential leads* yang masuk dari *week* sebelumnya, sehingga stage *potential leads* yang sebelumnya sedang dalam progres tetap dalam pantauan dan memberikan gambaran yang lebih strategis

untuk pengambilan keputusan kedepannya. Penulis juga turut memantau dan melaporkan perkembangan dalam mengonversi leads menjadi pelanggan baru, dengan memberikan perhatian khusus pada leads yang menunjukkan minat tinggi dan potensi besar untuk melakukan pembelian. Sesi *weekly meeting* tidak hanya bersifat evaluatif, tetapi juga menjadi ruang kolaboratif bagi tim untuk melakukan *brainstorming* strategi serta saling berbagi *insight*. Dalam pertemuan tersebut, setiap anggota tim sales membagikan kendala yang dihadapi selama satu minggu terakhir. Melalui diskusi ini, penulis dapat menyusun *action plan* yang lebih terarah untuk minggu berikutnya.

F. Mendapatkan leads *Outbound* untuk Produk *Whole Dried Larva* (WDL) dan mengkonversi menjadi *new customer*

Selain mengelola inbound leads, penulis juga berperan aktif dalam Mendapatkan leads *Outbound* untuk Produk *Whole Dried Larva* (WDL) dan mengkonversi menjadi *new customer*. *Whole Dried Larva* (WDL) merupakan salah satu turunan produk dari Magalarva yang berbahan dasarnya Larva BSF, *Whole Dried Larva* (WDL) merupakan produk yang berbahan dasarnya 100% larva BSF yang melewati proses pengeringan menggunakan mesin pengering *Microwave* dan *Oven*. *Product dried maggot* ini memiliki cakupan pasar yang cukup luas sebagai makanan hewan yang bernutrisi tinggi untuk sektor hewan penghobi seperti ikan, burung dan reptil.

Gambar Produk	Tren	Nama	Nama Toko	Lokasi	Dibuat	Harga	Or
	▲ 184.30%	COD pelet ikan oscar tiger albino batik 100gr alikacu fish...	saung_baper99	Kab. Tangerang	Jul 22, 2021	Rp 23,900	4.:
	▲ 187.90%	Udang Kering Pakan Ikan Predator Channa Oscar Premium 60gr...	Brayy Pearce	Tangerang	Apr 6, 2022	Rp 12,000	1.0
	▲ 123.50%	Ikan Cere Hidup Pakan Hidup Predator / Ikan Hias / Ikan Air ...	CGK Online Store	Tangerang	Feb 2, 2024	Rp 10,000	4.0
	▲ 45.96%	Ikanesia - Bulk Booster Mas Koki Pakan Pelet Makanan Ikan Un...	Ikanesia Official Store	Kab. Bekasi	Jul 6, 2021	Rp 36,000	3.:
	▲ 81.73%	Pelet BOMBER Predator 800 Gram Pelet Pakan Ikan Predator Sup...	daffystore	Tangerang	May 10, 2024	Rp 128,000	2.1
	▲ 195.17%	Ikanesia - Super Lobster Premium Pakan Lobster Dan Udang Ten...	Ikanesia Official Store	Kab. Bekasi	Jan 18, 2024	Rp 18,000	4.:
	▼ -60.00%	Ikan Cere pakan ikan predator...	az_aviary	Tangerang Selatan	Dec 19, 2021	Rp 10,000	7.7
	▲ 22.56%	Ikan mas kecil - Bibit anak ikan mas - Pakan ikan predator...	draquatic.	Tangerang	Feb 26, 2025	Rp 480	

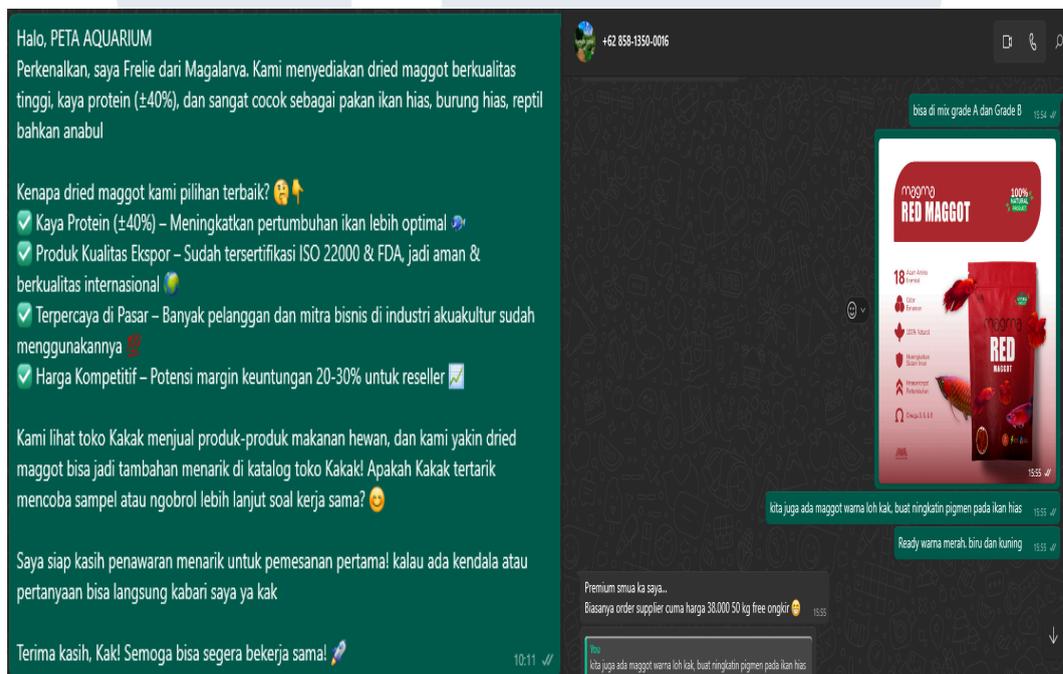
Gambar 3.15 Aktivitas mendapatkan prospek *outbound* menggunakan tools *DataPinter*

Sumber : Penulis, 2025

Berbeda dengan pendekatan prospek *inbound* yang menargetkan prospek yang telah menunjukkan ketertarikan terhadap Magalarva melalui iklan (*Meta ads*), *outbound leads* memerlukan pendekatan proaktif untuk menjangkau calon pelanggan yang sebelumnya belum mengenal ataupun belum memiliki ketertarikan terhadap produk Magalarva. Dalam menjalankan tugas ini, penulis memanfaatkan tools *DataPinter*, sebuah tool riset pasar dan analisis kompetitor yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang penjualan di berbagai e-commerce seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *TikTok Shop*. Dalam melaksanakan tugas, penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- 1) Penulis melalui fitur pencarian berbasis keyword seperti “dried maggot” dan istilah yang berkaitan dengan makanan hewan, penulis melakukan penelusuran untuk menemukan seller, pet shop, maupun bisnis potensial yang relevan dengan target market produk WDL

- 2) Penulis melakukan pencatatan ke *database* pribadi berupa nama toko online untuk memantau progres setiap leads yang nantinya akan menjadi target *potential customer*.
- 3) Penulis mencari informasi untuk mendapatkan nomor *whatsapp* pemilik/admin toko online yang sudah masuk ke dalam *database*, dapat melalui sosial media, google ataupun *direct message* melalui ecommerce.
- 4) Penulis melakukan *Direct selling* melalui whatsapp ke semua potential leads yang sudah dikumpulkan, penulis menawarkan hubungan kerja sama dengan potential leads.



Gambar 3.16 Aktivitas *Direct selling* kepada prospek outbound

Sumber : Penulis

Pendekatan awal yang dilakukan dimulai dengan memperkenalkan brand Magalarva secara personal kepada calon pelanggan atau potential leads, khususnya yang berasal dari segmen bisnis seperti toko online dan pelaku usaha di

bidang peternakan. Strategi ini dirancang agar lebih dari sekadar penawaran produk biasa, tetapi lebih menekankan pada pendekatan humanis yang membangun kedekatan dan menciptakan kesan pertama yang positif terhadap brand Magalarva. Dalam prosesnya, penulis menyampaikan informasi mengenai profil perusahaan, misi, serta keunggulan kompetitif dari produk-produk Magalarva, seperti kualitas produk yang terjaga, manfaat ekonomis bagi pengguna akhir, serta keberlanjutan lingkungan yang menjadi nilai tambah utama.

Melalui pendekatan ini, tujuan jangka pendeknya adalah membangun brand awareness dan memastikan bahwa calon pelanggan mengenal dan mengingat Magalarva sebagai solusi yang relevan dan terpercaya di bidang pakan alternatif berbasis maggot. Selanjutnya, dengan komunikasi yang konsisten dan edukatif, ditanamkan nilai-nilai yang dapat memunculkan ketertarikan (interest) dan mendorong keinginan (desire) dari leads untuk mengetahui lebih dalam tentang produk dan peluang kerja sama yang ditawarkan, khususnya dalam bentuk program distributor.

Program distributor ini menjadi salah satu strategi ekspansi pasar yang cukup strategis, karena memberikan kesempatan kepada pelaku usaha, terutama toko-toko online, untuk mendapatkan produk Magalarva dengan skema kerja sama bisnis yang saling menguntungkan. Dalam hal ini, penulis berperan aktif sebagai ujung tombak untuk menghubungkan perusahaan dengan calon mitra baru, dengan cara menjelaskan potensi keuntungan, fleksibilitas sistem pemesanan, serta dukungan marketing yang akan diberikan oleh pihak Magalarva. Melalui proses komunikasi yang berkelanjutan, prospek yang awalnya hanya mengenal produk menjadi lebih terbuka untuk menjajaki kerja sama dalam jangka panjang. Strategi ini terbukti efektif untuk tidak hanya meningkatkan peluang konversi leads menjadi pelanggan baru (new customer), tetapi juga memperkuat kehadiran brand Magalarva di pasar yang lebih luas dan lebih spesifik. Pendekatan ini juga mendorong terbentuknya jaringan distribusi yang solid, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

G. Mendapatkan leads *Outbound* untuk Produk *Fresh Larvae* dan menjalin hubungan bisnis (*business development*)



Gambar 3.17 Aktivitas kunjungan ke peternak ikan nila

Sumber : Penulis

Sebagai Sales Intern di PT Magalarva Sayana Indonesia, penulis tidak hanya berfokus pada aktivitas penjualan konvensional, namun juga diberikan kepercayaan untuk terlibat langsung dalam proses pengembangan bisnis (*business development*), khususnya dalam upaya memperluas jaringan distribusi dan membangun kemitraan strategis. Tugas ini merupakan bagian penting dari strategi perluasan pasar Magalarva, terutama dalam menjangkau segmen pelanggan baru melalui pendekatan *outbound sales* yang lebih aktif dan personal. Selain bertanggung jawab atas pencarian leads *outbound* untuk produk *Whole Dried Larva* (WDL), penulis juga mendapat mandat untuk mencari leads *outbound* untuk produk *Fresh Larvae* (FL) dan membangun relasi bisnis dengan pelaku usaha agribisnis. Perbedaan karakteristik antara kedua produk tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam strateginya. Produk *Whole Dried Larva* (WDL), yang merupakan larva BSF kering, menyasar pelaku usaha di sektor

distribusi dan penjualan online seperti halnya pemilik pet shop, marketplace seller, maupun toko pakan ikan dan burung. Oleh karena itu, pendekatannya lebih mengarah pada pendekatan bisnis ke bisnis (B2B) dengan menonjolkan potensi profit, harga reseller, dan dukungan logistik.

Sebaliknya, *Fresh Larvae* (FL) ditujukan untuk segmen pasar agribisnis khususnya peternak ikan konsumsi seperti ikan lele, gurame, atau nila, serta peternak unggas. Karakteristik produk ini yang masih hidup dan sensitif terhadap waktu pengiriman, menuntut pendekatan yang lebih personal, edukatif, dan berbasis pada kebutuhan praktis di lapangan. Oleh karena itu, dalam aktivitas outbound sales untuk FL, penulis melakukan serangkaian pendekatan yang lebih komprehensif, tidak hanya mengenalkan produk tapi juga melakukan edukasi tentang manfaat larva segar sebagai alternatif pakan alami yang tinggi protein dan efisien secara biaya. Dalam melaksanakan tugas, penulis melakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

- 1) Penulis mencari outbound leads melalui berbagai channel seperti halnya Website, Youtube, Media sosial dan Google maps. Pencarian outbound leads untuk produk *Fresh Larvae* sama halnya dengan produk *Whole Dried Larva* (WDL) yaitu menggunakan keyword/kata kunci yang berkaitan dengan *Fresh Larvae*.
- 2) Penulis mencatat seluruh *outbound leads* kedalam *database* berupa nama leads, domisili dan nomor whatsapp owner/admin.
- 3) Penulis melakukan *direct messaging* dengan tujuan untuk memperkenalkan Magalarva dan maksud tujuan untuk menjalin hubungan bisnis.
- 4) Penulis melapor kepada supervisi apabila mendapatkan outbound leads yang berpotensi dan tertarik untuk menjalin hubungan bisnis dengan PT Magalarva Sayana Indonesia

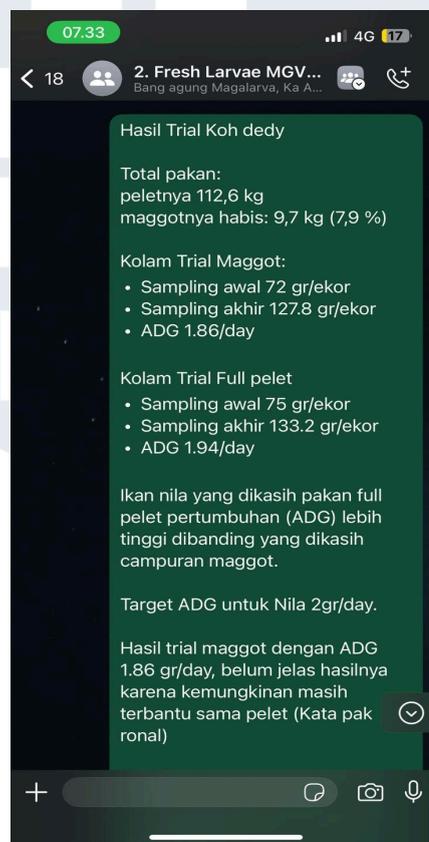
- 5) Penulis menjadwalkan meeting secara online via zoom bersama dengan supervisi untuk berdiskusi secara langsung dengan perusahaan yang bersangkutan

Penulis, bersama dengan supervisi, secara aktif terlibat dalam kegiatan kunjungan lapangan ke pelaku usaha yang sebelumnya telah melakukan komunikasi awal secara daring. Kunjungan ini merupakan langkah lanjutan dari proses *nurturing leads* yang telah dibangun melalui komunikasi digital, dengan tujuan utama untuk mempererat relasi dan menjalin kerja sama resmi antara PT Magalarva Sayana Indonesia dan pelaku usaha yang bersangkutan. Salah satu fokus utama dari kunjungan ini adalah memperkenalkan secara langsung produk *Fresh Larvae* (FL) kepada calon mitra yang berasal dari sektor peternakan ikan maupun unggas. Mengingat karakteristik FL sebagai produk pakan hidup yang belum sepenuhnya dikenal oleh sebagian besar peternak, maka pendekatan yang digunakan tidak hanya bersifat persuasif, tetapi juga edukatif. Dalam konteks ini, PT Magalarva Sayana Indonesia menginisiasi program trial sebagai bentuk komitmen untuk membangun kepercayaan dan memberikan pengalaman nyata kepada calon pelanggan dalam menggunakan produk FL.

Program trial ini menjadi bagian strategis dari proses onboarding pelanggan, di mana peternak diberikan kesempatan untuk mencoba produk dalam skala terbatas terlebih dahulu. Dengan demikian, mereka dapat mengevaluasi langsung dampak positif yang dihasilkan baik dari sisi pertumbuhan hewan ternak, efisiensi biaya pakan, hingga kemudahan dalam pemberian pakan. Trial ini juga menjadi momentum penting untuk mengumpulkan insight dari lapangan yang bisa dijadikan dasar pengambilan keputusan lebih lanjut, baik dari sisi pelanggan maupun dari pihak internal Magalarva untuk peningkatan kualitas produk dan layanan.

Selama kunjungan, penulis ikut serta dalam proses presentasi produk, diskusi teknis dengan peternak, hingga mendampingi supervisi dalam menjelaskan teknis penggunaan serta monitoring hasil trial. Peran aktif penulis

dalam kegiatan ini tidak hanya memperkuat skill komunikasi dan negosiasi, tetapi juga memperdalam pemahaman terhadap kebutuhan real di lapangan, yang menjadi modal penting dalam menyusun strategi penjualan dan pengembangan hubungan bisnis jangka panjang. Selama program trial berjalan, penulis juga aktif dalam melakukan update mengenai program yang sedang berjalan kepada CEO PT Magalarva Sayana Indonesia serta tim sales dan marketing, dengan tujuan program trial dapat terpantau perkembangannya.



Gambar 3.18 Melakukan update perkembangan program trial

Sumber : Penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

H. Menjadi talent dalam pembuatan konten media sosial *tiktok* untuk produk *Fresh Larvae (FL)*

Selain diberikan kepercayaan untuk terlibat secara langsung dalam aktivitas penjualan dan pengelolaan leads, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk berkontribusi dalam kegiatan pembuatan *video marketing*, khususnya dalam pengembangan konten media sosial yang ditujukan untuk memperkuat brand presence dan meningkatkan engagement audiens di platform *TikTok*. Salah satu fokus utama dari inisiatif ini adalah mempromosikan produk *Fresh Larvae (FL)*, Magalarva yang ditujukan untuk pasar peternak ikan konsumsi, seperti ikan lele, nila, dan jenis ikan air tawar lainnya.

Penulis diminta untuk ikut serta sebagai *talent* dalam pembuatan *video marketing* ini bukan tanpa alasan. Latar belakang penulis sebagai seorang peternak ikan lele, dinilai sangat sesuai dengan karakteristik audiens yang ingin dijangkau oleh Magalarva, yaitu para pelaku budidaya ikan air tawar yang memiliki ketertarikan terhadap solusi pakan alternatif yang dapat mengurangi biaya produksi. Kredibilitas yang dimiliki penulis di bidang ini secara tidak langsung memberikan nilai tambah dari sisi keaslian dan kepercayaan (*authenticity and trust*) pada setiap konten yang diproduksi, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih *relatable* dan mudah diterima oleh target market.

Proses kreatif pembuatan konten dilakukan secara kolaboratif bersama tim *Marketing Associate*. Dimulai dari tahap *ideation* dan *briefing* di mana penulis dan tim berdiskusi mengenai tema konten, key message, format penyampaian, hingga target engagement yang diharapkan. Selanjutnya, konten dieksekusi langsung di lokasi kolam budidaya milik penulis, sehingga mampu menghadirkan visual yang otentik dan relevan dengan keseharian peternak ikan, sesuai dengan preferensi audiens di *TikTok* yang cenderung menyukai konten yang edukatif dan informatif.

Dalam pelaksanaannya, konten tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi produk, tetapi juga sebagai media edukasi yang mengangkat topik-topik seputar budidaya ikan, manfaat penggunaan larva segar sebagai pakan, serta testimoni langsung dari pengguna produk. Hal ini dilakukan untuk membangun keterlibatan (*engagement*) yang lebih dalam dengan target, memperluas jangkauan (*reach*), dan mendorong interaksi yang positif terhadap akun *TikTok* Magalarva. Upaya ini tidak hanya berdampak pada peningkatan awareness terhadap produk *Fresh Larvae*, tetapi juga berhasil memperkuat citra Magalarva sebagai brand yang dekat dengan peternak ikan. Melalui strategi *influencer-based content* yang dijalankan secara organik ini, Magalarva berhasil mengoptimalkan potensi konten yang relevan, kredibel, dan memiliki *conversion power* tinggi di kalangan audiens sasaran.

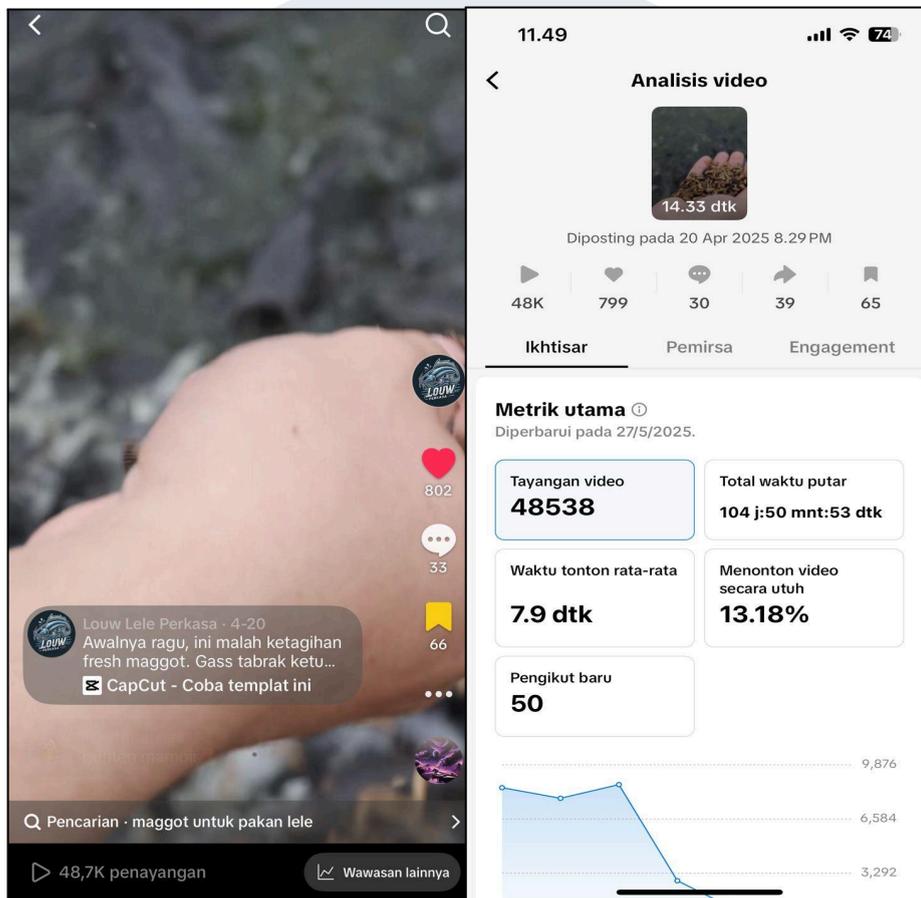


Gambar 3.19 Aktivitas menjadi talent dalam pembuatan video marketing

Sumber: Penulis, 2025

Dalam kegiatan ini, penulis tidak hanya berperan sebagai talent, tetapi juga berkontribusi dalam memastikan narasi dan visual yang ditampilkan benar-benar menggambarkan realita penggunaan produk di lapangan. Hal ini bertujuan agar konten yang dihasilkan terasa lebih kredibel, edukatif, dan menarik secara visual, serta mampu mendorong keterlibatan audiens yang lebih tinggi. Keikutsertaan penulis dalam konten ini menjadi salah satu bentuk kolaborasi antar divisi (Sales dan Marketing) dalam menciptakan strategi pemasaran yang terintegrasi. Hasilnya, konten tersebut berhasil meningkatkan performa akun TikTok Magalarva dari sisi jumlah views, likes, hingga komentar yang menunjukkan ketertarikan audiens terhadap produk Fresh Larvae yang ditawarkan.





Gambar 3.20 Meningkatkan engagement media sosial

Sumber : Penulis

Selain menjalankan peran utama di divisi Sales, penulis juga turut dilibatkan dalam inisiatif digital marketing perusahaan, khususnya dalam meningkatkan engagement dan awareness akun TikTok resmi Magalarva. Hal ini berangkat dari fakta bahwa penulis memiliki akun TikTok pribadi yang secara konsisten membagikan konten seputar budidaya ikan lele yang merupakan salah satu segmen utama dari target market Magalarva. Audiens yang telah terbangun di akun pribadi penulis terdiri dari para peternak, pelaku agribisnis, serta komunitas

yang aktif dalam bidang perikanan, yang sangat sesuai dengan target pasar produk-produk Magalarva terutama *Fresh Larva* dan *Whole Dried Larva*. Melihat potensi tersebut, tim Marketing Magalarva melihat peluang untuk menjalin kolaborasi strategis dengan memanfaatkan akun pribadi penulis sebagai media promosi tambahan. Penulis diminta untuk membantu mendistribusikan konten kreatif dari tim marketing ke audiens yang lebih *niche* dan *engaged*, dengan tujuan meningkatkan awareness terhadap produk dan aktivitas Magalarva di TikTok. Strategi ini tidak hanya membantu mendorong traffic menuju akun resmi Magalarva, tetapi juga membangun trust karena konten disampaikan oleh figur yang dianggap kredibel di komunitasnya.

Aktivitas ini mencakup proses brainstorming ide konten bersama tim marketing, menyesuaikan format konten dengan gaya komunikasi yang disukai followers penulis, hingga melakukan soft selling melalui storytelling yang lebih natural dan relatable. Dengan pendekatan ini, Magalarva tidak hanya berhasil meningkatkan jumlah *views* dan followers di akun *TikTok* Magalarva, tetapi juga memperkuat brand positioning sebagai perusahaan yang dekat dengan komunitas peternak dan aktif di media sosial. Kolaborasi ini merupakan salah satu bentuk strategi *word-of-mouth* digital melalui *creator collaboration*, di mana perusahaan memanfaatkan kredibilitas individu yang telah memiliki captive audience untuk memperluas jangkauan pesan brand secara lebih otentik dan efektif.

I. Menghadiri Pet Expo di ICE BSD untuk observasi dan Networking

Sebagai bagian dari upaya memperluas pasar serta mendukung inisiatif New Product Development (NPD), penulis turut berpartisipasi dalam kunjungan ke acara Pet Expo yang diselenggarakan di ICE BSD, Tangerang. Kegiatan ini dilakukan bersama tim Digital Marketing dengan arahan langsung dari Head of Sales, dan bertujuan untuk melakukan observasi pasar secara langsung demi mendapatkan gambaran nyata mengenai dinamika industri pet food saat ini.

Fokus utama dari kunjungan ini adalah untuk mengidentifikasi tren produk terkini, memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dalam segmen makanan hewan peliharaan khususnya untuk anjing dan kucing, serta menggali insight dari kompetitor yang telah lebih dahulu hadir di pasar. Hal ini menjadi penting karena Magalarva sedang merancang pengembangan produk baru berbahan dasar larva Black Soldier Fly (BSF) sebagai alternatif sumber protein berkelanjutan untuk pakan hewan peliharaan. Dengan meningkatnya kesadaran terhadap sustainable pet food, produk berbahan dasar BSF memiliki potensi pasar yang besar, dan insight dari pameran ini menjadi bekal penting dalam memetakan strategi pemasaran serta pengembangan produk.

Dalam kunjungan ini, penulis aktif melakukan pencatatan terhadap berbagai elemen penting seperti: kemasan produk, komunikasi branding, channel distribusi, serta bagaimana produk dikemas agar menarik bagi target market. Penulis juga berdiskusi langsung dengan beberapa pelaku industri yang berpartisipasi dalam expo, baik dari sisi produsen, distributor, hingga pemilik brand, guna mendapatkan sudut pandang yang lebih luas. Selain itu, penulis turut membangun relasi awal dengan beberapa brand dan pelaku usaha pet food sebagai bagian dari pendekatan networking yang dapat membuka peluang kerja sama ataupun benchmarking strategis di masa depan.

Aktivitas ini menjadi pengalaman yang sangat berharga karena memberikan pemahaman langsung mengenai bagaimana strategi go-to-market di industri pet food dijalankan, termasuk dalam hal *product positioning*, strategi promosi, serta pendekatan customer experience. Insight yang diperoleh kemudian dilaporkan kepada tim sebagai bagian dari kontribusi penulis dalam proses *new product development* yang sedang dirancang oleh PT Magalarva Sayana Indonesia.



Gambar 3.21 Aktivitas Observasi dan Networking pada Pet Expo

Sumber : Penulis, 2025

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani magang di PT Magalarva Sayana Indonesia sebagai sales intern, penulis menghadapi beberapa kendala sebagai berikut:

1) Kesulitan dalam mempresentasikan produk ke calon customer

Penulis mengalami kesulitan dalam menangani calon customer karena pengetahuan tentang produk dari Magalarva masih terbatas, terlebih lagi ada berbagai macam produk yang masing-masing nya memiliki harga dan kegunaan yang berbeda. Sehingga ketika menjelaskan ke calon customer penulis merasa tidak percaya diri dan kerap kali kurang tepat dalam menyampaikan informasi. Hal ini menyebabkan penulis kesulitan dalam melakukan konversi prospek menjadi *new customer*.

2) Kesulitan dalam mengelola data pemenuhan pesanan client

Penulis mengalami kesulitan dalam mengelola data pesanan yang diberikan oleh supervisi ketika terdapat pesanan dari client, hal itu dikarenakan sistem pencatatan yang kompleks dan memerlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan dalam input data pesanan. Hal tersebut belum termasuk kewajiban penulis untuk berkoordinasi dengan tim produksi agar tidak terjadi *miss information*. Hal tersebut menyebabkan hambatan bagi penulis dikarenakan memakan waktu yang cukup banyak sehingga kurang efektif.

3) Kesulitan dalam membagi waktu kerja yang padat

Penulis mengalami kendala pekerjaan karena tugas yang kerap kali bermunculan secara bersamaan, mulai dari mengelola leads inbound, mencari dan mengelola leads outbound, pemenuhan pesanan client serta koordinasi dengan tim terkait. Hal tersebut menyebabkan penulis kurang konsentrasi ketika menyelesaikan tugas.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dilakukan penulis untuk menyelesaikan kendala selama program kerja magang di PT Magalarva Sayana Indonesia sebagai berikut:

1) Mempelajari product knowledge secara mandiri

Penulis secara aktif mempelajari materi produk-produk Magalarva, termasuk manfaat, keunggulan, dan cara penggunaannya. Penulis juga tidak ragu untuk bertanya kepada supervisor maupun rekan kerja yang lebih berpengalaman, sehingga secara bertahap pengetahuan produk meningkat dan kepercayaan diri ketika menangani calon customer juga meningkat.

2) Berlatih dalam penginputan data

Untuk mengatasi kendala dalam penginputan data seperti sales order dan *client's order fulfillment*, penulis mengambil inisiatif untuk lebih sering berlatih menggunakan sistem pencatatan yang digunakan, penulis juga memperkuat komunikasi dan bertemu langsung dengan rekan kerja di tim produksi melalui kunjungan langsung ke pabrik untuk menjalin komunikasi yang lebih baik antar divisi sales dan produksi dikarenakan kedua divisi tersebut saling berkaitan erat.

3) Penulis mulai menyusun prioritas kerja berdasarkan urgensi dan tenggat waktu

Penulis membuat *to-do list* harian untuk menjadwalkan waktu pengerjaan secara lebih efektif. Penulis juga menerapkan prinsip *time blocking* atau memfokuskan waktu tertentu untuk menyelesaikan satu jenis tugas terlebih dulu, dan berkoordinasi dengan supervisi apabila ada pekerjaan yang memerlukan prioritas, serta memastikan setiap tanggung jawab dapat diselesaikan secara efektif dan sesuai dengan perintah.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA