

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam project AndOne saya berada di posisi CMO (Chief Marketing Officer) yang berkembang dalam naungan Skystar Ventures yang bertugas untuk membuat perencanaan penjualan produk hingga sales. dalam Project ini kami masih perlu untuk membantu bagian lain yang belum dikelola karena sumber daya manusia yang hanya 3 (tiga) orang.

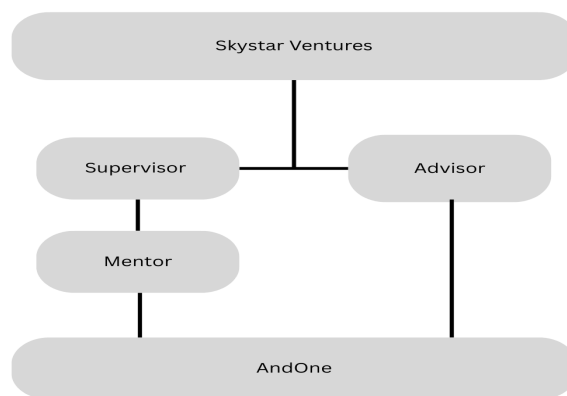
Sebagai CMO (Chief Marketing Officer) tentunya harus memiliki sebuah kemampuan untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen yang ada. lalu bagaimana membuat brand awareness, strategi penjualan, hingga sales yang sesuai dengan visi misi AndOne.

Dalam usaha yang kami buat, saya bertanggung jawab untuk memastikan sebuah komunikasi yang baik antar AndOne serta konsumen sehingga menghasilkan sebuah penjualan. hal ini dapat dilaksanakan dengan berbagai cara yaitu dengan saling berkoordinasi mengenai produk pada saat melakukan meeting dengan kelompok. selain itu CMO juga bertanggung jawab untuk menjalankan sosial media, analisis data pemasaran, serta strategi pemasaran, dan tentunya evaluasi yang bermanfaat untuk penjualan kedepannya.

selama Internship Track 1, saya melakukan berbagai hal yang tentunya berkaitan dengan marketing AndOne dengan cara mengatur pembuatan Email yang dapat berfungsi sebagai customer relation, lalu sudah menentukan sosial media yang akan dipakai (tiktok, Instagram), melakukan riset mengenai konten yang akan diberikan, menerjemahkan hasil riset pasar menjadi sebuah disain yang dibantu oleh pihak external dalam pembuatan disain celana yang akan diproduksi. tentunya pemilihan desainer yang saya pilih memiliki pengetahuan yang cukup

mendalam mengenai desain bahkan olahraga terkhusus basket yang tentunya sejalan dengan AndOne. AndOne berfokus menjual produk di market online sehingga dapat memangkas biaya produksi. Namun kedepannya AndOne akan melakukan sebuah riset untuk memasarkan pada sebuah bazar.

Skystar Ventures memberikan sebuah arahan untuk kelompok AndOne untuk membangun sebuah startup dengan menyediakan kegiatan mentoring yang sesuai dengan bidang usaha kelompok kami sehingga memberikan berbagai insight bagi AndOne yang dibantu oleh Bu Michelle Greysianti (*Head of Program Skystar Ventures*) dan Pak Hoky Nanda (*Program Officer Skystar Ventures*).

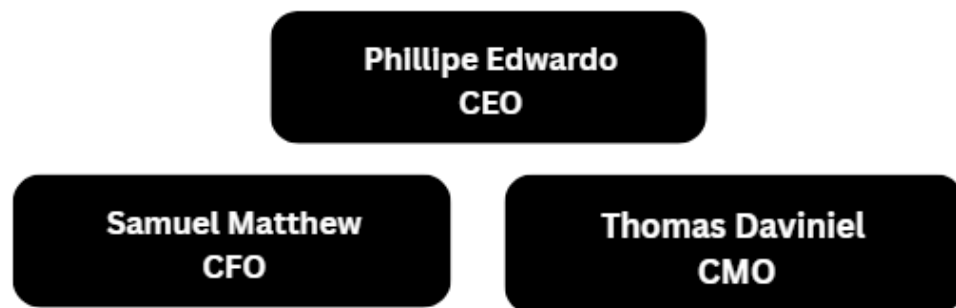


→

Gambar 3.1 Struktur Mentoring Andone

Dalam menjalankan usaha kelompok kami, tentunya kami telah melakukan berbagai pertemuan untuk memastikan pivot kelompok kami berjalan dengan baik. Sehingga kelompok kami dapat saling melakukan update dan koordinasi yang mendalam mengenai brand kami akan dibuat yang sejalan dengan program Internship dari Skystar Ventures. dengan membuat daily task, kami dapat selalu terhubung dengan pihak Skystar Ventuures untuk menyelesaikan berbagai tanggung jawab yang telah diberikan secara baik.

Dengan adanya Skystar Ventures di Internship, tentunya kami dapat dibimbing sesuai dengan apa yang kami jual dengan mentor yang relevan. dalam hal ini kelompok kami mendapatkan sebuah insight mendalam dari marketing yang masih kurang menarik dan mendalam. Bu Michelle bertanggung jawab atas Intership track 1 berjalan dengan baik dan sibantu oleh pak Hoky sebagai koordinator Internship Track 1.

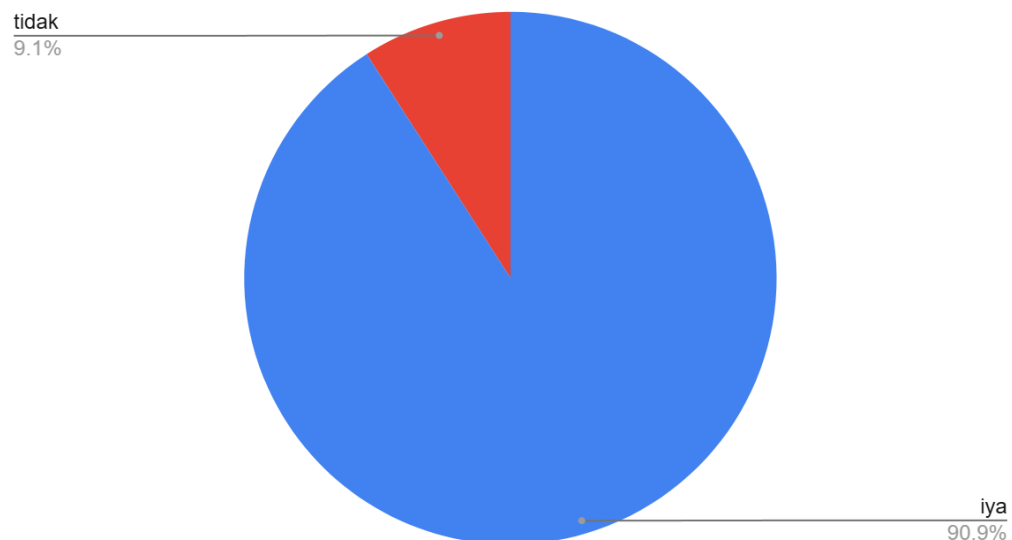


Gambar 3.2 Struktur Jabatan Andone

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama pelaksanaan Internship track 1, penulis membuat sebuah brand celana semi atletik dibawah Skystar Ventures. Pada keseharian saya dan kelompok melihat kesadaran masyarakat terhadap fashion mulai terlihat. Namun satu sisi kami melihat anak muda yang memiliki sebuah hobi untuk olahraga. sehingga kami melihat peluang untuk membuat apparel yang dapat dipakai dalam berbagai situasi. saya dan kelompok melakukan riset pasar yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan mereka terhadap apparel casual yang disukai.

Apakah Anda Suka Menggunakan Celana Pendek?

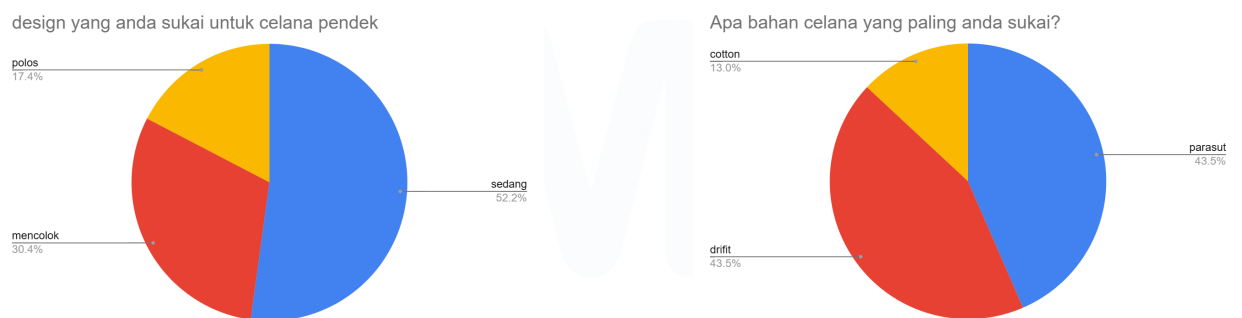


Gambar 3.3 Survey Market Penggunaan Celana Pendek

Sumber Google Forms

Terlihat dalam gambar diatas bahwa 90.9% masyarakat khususnya anak muda menyukai celana pendek. hal ini memberikan sebuah tanda bahwa market celana pendek sangatlah luas. fleksibilitas merupakan salah satu faktor yang dapat disimpulkan mengapa mereka dapat berasumsi bahwa celana pendek dapat lebih disukai oleh responden.

dengan adanya celana semi atletik, tentunya market size dapat lebih luas lagi karena lebih banyak situasi yang dapat dipakai saat kegiatan



Gambar 3.4 Survey Market Bahan Celana dan Desain Celana

Sumber Google Forms

Dalam survey yang dilakukan, responden mayoritas menyukai desain yang tidak terlalu polos namun tidak terlalu ramai. dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa mereka ingin disain celana yang dapat dipakai dimanapun tanpa harus terlihat terlalu mencolok. Survey juga menunjukan sebuah bahan yang disukai adalah bahan parasut dan drifit karena faktor kenyamanan saat dipakai serta fleksibel.



Gambar 3.5 Survey Market Harga Celana

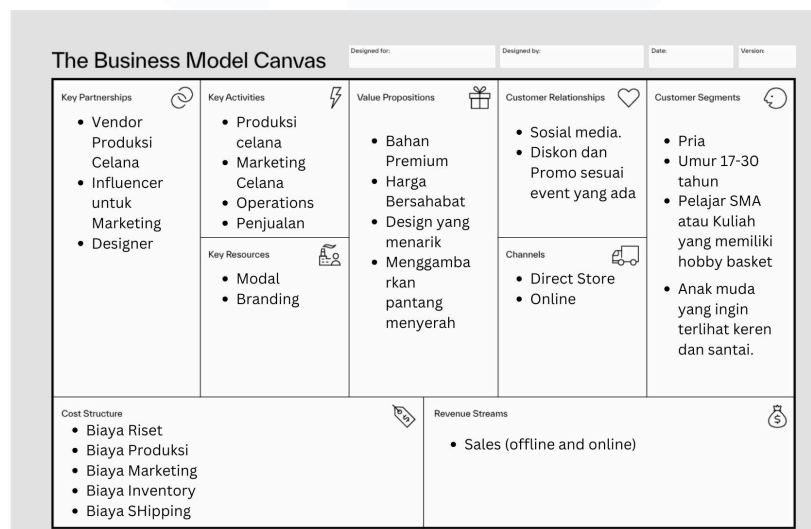
Sumber Google Forms

Dengan berbagai kenyamanan dan fleksibilitas, berdasarkan survey yang dilakukan dapat ditemukan bahwa mayoritas calon pengguna ingin harga celana pendek dibawah 200.000. hal ini dapat lebih mudah direalisasikan karena biaya produksi yang berada di dalam negeri.

Andone sebagai brand celana memiliki target pasar yaitu anak muda pria gen z yang memiliki hobi untuk berolahraga khususnya basket yang ingin memiliki celana yang fleksibel dapat dipakai dalam berbagai situasi dengan desain yang menarik namun tidak berlebihan dengan harga yang terjangkau. Dengan adanya brand ini akan meningkatkan sebuah fleksibilitas bagi pengguna celana. Tentunya hal ini berpengaruh terhadap strategi yang akan digunakan. pada kesempatan ini kami memilih untuk berfokus untuk mengenalkan brand kami di sosial media serta campaign dengan memakai celana di berbagai tempat termasuk pada saat bermain basket. Namun untuk penjualan kami berfokus kepada penjualan offline karena faktor biaya yang minim untuk membayar platform fee dan ads.

3.2.2 Business Model Canvas

Kelompok membuat sebuah Business Model canvas yang bermanfaat dalam perencanaan bisnis. hal ini sangat membantu dalam membuat segmentasi, positioning, dan target market dari brand Andone. berikut BMC dari Andone



Gambar 3.6 Business Model Canvas AndOne

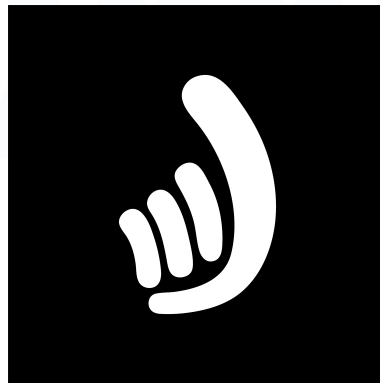
Sumber Andone

3.2.3 Logo and-one

Pada kesempatan ini saya bertugas untuk mencari desainer yang sesuai dengan visi misi andone. pencarian ini dilakukan dengan berbagai ketentuan seperti mahasiswa aktif UMN dengan jurusan DKV yang memiliki sebuah ketertarikan kepada fashion serta olahraga. Pada pencarian ini penulis mencari beberapa kandidat yang sekiranya sesuai. Kandidat ini berasal dari kenalan penulis. tentunya kami memilih dengan teliti berdasarkan portfolio.

Setelah melakukan seleksi portofolio kami melakukan pertemuan dengan disainer terpilih untuk melakukan pertemuan dan memberikan brief untuk desain yang kami perlukan. dalam kesempatan ini kami banyak berkordinasi dengan CEO serta desainer. terdapat revisi yang dilakukan supaya sesuai dengan apa yang kami inginkan

Dengan kolaborasi kelompok andone dengan desainer, kami memutuskan untuk membuat filosofi Andone dengan inspirasi dari sebuah peristiwa pemaian basket yang sedang mencetak poin saat dilanggar oleh lawan. hal ini sejalan dengan andone karena menunjukkan sebuah nilai pemenang, melewati ekspektasi, determinasi. diharapkan dengan nama ini para konsumen dapat mendorong supaya tidak mudah menyerah terhadap apapun.



Gambar 3.7 Logo Andone

Sumber Andone

Logo Andone terinspirasi dari tangan wasit yang sedang menunjukan kejadian andone. hal ini dapat saling menyambung dengan desain yang simpel dan efektif menurut andone.

Kami membuat empat disain prototype yang akan diproduksi oleh tim Andone, kami melakukan berbagai riset untuk mencari vendor celana yang sesuai dengan keinginan andone.

Berikut merupakan hasil prototype desain produk yang telah kami buat.



Gambar 3.8 Desain Celana AndOne

Sumber Disainer Andone

Kami memutuskan untuk membuat menjadikan gambar diatas adalah disain yang akan dipakai nanti pada saat berjualan. Untuk penjualan pertama kami

memutuskan untuk menjual celana dengan desain yang berwarna biru. Kami memberikan desain tersebut kepada vendor yang bersangkutan.

3.2.4 Uraian Tugas Magang

Deskripsi Tugas	Pemberi Tugas	Frekuensi Pelaksanaan	Tujuan	Target/Output
Photoshoot Produk	CEO	1x / Minggu	membuat Foto katalog barang yang akan dijual	Foto produk yang akan di posting
Strategi pemasaran	CEO	4x/Seminggu	Penjualan	Konten, Promosi offline, barang terjual
Content Planning	CEO	1x /2 Minggu	membuat brand awareness	konten sosial media
Content Design	CEO	2x /Minggu	membuat sebuah visualisasi desain untuk sosial media	visual konten yang akan ditampilkan di sosial media
Brand Awareness	CEO	1x/ Bulan	Meningkatkan brand Awareness	menambah brand awareness

mencari desainer yang cocok	CEO	Tidak Rutin	Mencari sebuah desainer yang cocok dengan Andone	Desain logo, celana
Bertemu desainer	CEO	2x/ Bulan	Desain	Mendapat desain yang diinginkan
Menjual Produk	CEO	2x/Bulan	memastikan produk terjual	Terjualnya produk
Evaluasi Pemasaran	CEO	1x/Minggu	Mencari apa yang bisa di improve	Evaluasi
Evaluasi Pemasaran	CEO	1x/Minggu	Mencari apa yang bisa di improve	Evaluasi

Tabel 3.1 Uraian Tugas Magang

3.2.5 Foto Produk

Setelah celana kami terima, penulis melakukan sebuah sesi foto yang bertujuan untuk melakukan promosi di sosial media yang bertujuan untuk meningkatkan brand awareness. pelaksanaan sesi foto produk ini dilakukan di salah satu cluster yang ada di Gading Serpong. Dalam sesi ini kami memilih tempat outdoor yang memudahkan penulis untuk melakukan sesi foto karena tidak perlu lampu tambahan serta tempat yang sudah sesuai dengan konsep yang kami inginkan.



Gambar 3.9 Contoh Hasil Foto Produk Andone

Sumber Arsip Penulis

penulis memilih tempat ini karena dengan di kolam renang kita dapat melakukan berbagai hal seperti nongkrong, berenang, dan berbagai kegiatan lainnya sehingga menunjukkan sebuah fleksibilitas seperti visi dan misi Andone. dengan melakukan foto produk pada sore hari menimbulkan sebuah keunikan pada foto produk.

Tone warna foto produk ini dengan sengaja dikembangkan dengan dominan warna kuning karena akan menimbulkan kesan hangat di mata manusia yang melambangkan sebuah kehangatan, kenyamanan, energi, semangat, kepercayaan diri dan keberanian.

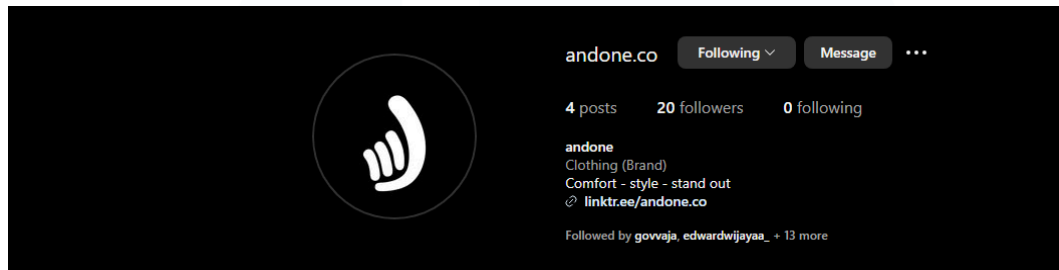
Dalam sesi foto produk ini penulis melakukan pemotretan dengan 2 rasio foto yaitu 9:16 dan 3:4. hal ini akan berpengaruh pada saat melakukan unggahan ke sosial media. Ukuran ini merupakan ukuran universal yang dapat dipakai dalam sosial media sehingga memudahkan ketika mengunggah foto tersebut.

3.2.6 Strategi Pemasaran

Kami berniat untuk melakukan strategi pemasaran melalui online seperti shopee, tokopedia, dsb. namun setelah kami melakukan mentoring kepada mentor kami tidak disarankan untuk melakukan penjualan via E-commerce karena faktor biaya yang cukup besar yang membuat kerugian bagi andone. sehingga kami memutuskan untuk menjual produk secara direct order seperti di whatsapp, DM Instagram, tiktok, serta mulut ke mulut.

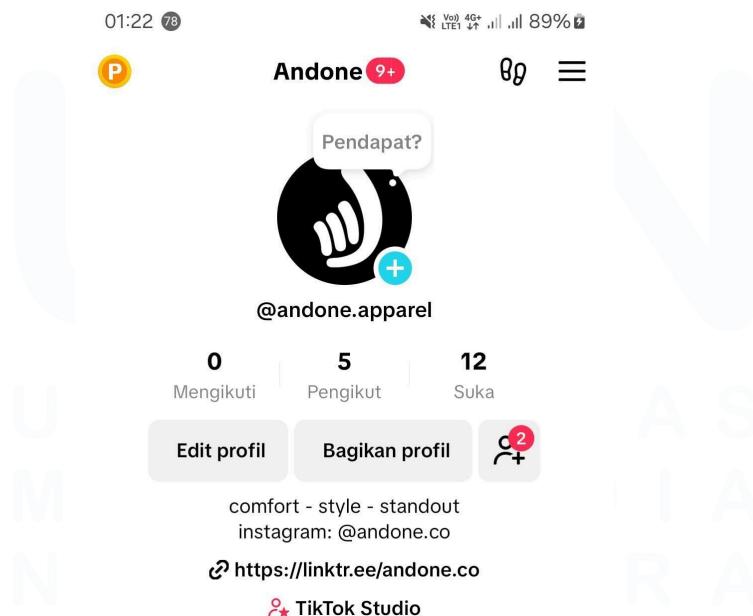
Untuk menambah keuntungan penulis memiliki sebuah ide untuk menjual produk sticker yang tentunya menambah penjualan. Sticker ini merupakan sebuah logo dari Andone yang berukuran 3 x 4 . ukuran ini dipilih karena menurut kami tidak terlalu besar dan terlalu kecil. Produk ini berpotensi untuk menambah sebuah brand awareness pada brand Andone.

Lalu untuk mengenalkan produk Andone, kami membuat sebuah sosial media yang relevan dengan anak muda seperti Tiktok dan Instagram. Penulis melakukan sebuah riset untuk membuat konten yang ada di sosial media dari desain, jam posting, isi konten, dan sebagainya.



Gambar 3.10 Instagram Andone

Sumber Instagram Web



Gambar 3.11 Tiktok Andone

Sumber Tiktok

Dalam meningkatkan sebuah brand awareness dari brand Andone, kami sepakat untuk memakai produk pertama andone pada saat berpergian. Dengan adanya kegiatan ini produk Andone dapat lebih banyak dilihat orang. Rekan penulis yaitu Edwardo memakai produk Andone pada saat bermain basket

bersama komunitas. Pada kesempatan ini tidak lupa untuk mengunggah ke sosial media dan di repost oleh akun Andone untuk keperluan konten story Instagram. Pada kesempatan lain Samuel memakai celana Andone pada saat di mall serta memakai celana tersebut pada saat gym. Hal ini membuka kesempatan pada penulis untuk mengambil beberapa foto untuk keperluan sosial media nantinya. Kegiatan ini membuat kenaikan brand awareness secara tidak langsung dengan efektif karena lebih minim untuk mengeluarkan dana marketing.

3.2.7 Content Planning

Setelah pembuatan akun Tiktok dan Instagram, penulis membuat sebuah planning yang tentunya didiskusikan bersama kelompok. Sebelum produk dapat dijual kami merencanakan merubah akun Instagram menjadi akun bisnis yang bermanfaat untuk memantau perkembangan akun. Sebelum penulis membuat sebuah konten di dalamnya, penulis mengisi sebuah bio sosial media, merubah foto profil, membuat linktree yang berisi kontak dan sosial media lainnya sehingga memudahkan konsumen.

Content_tracker								
Tr	Content	Type	Tr Details	A. Name	Status	Post date	File	Tr Notes
Trailer Coming Soon	Instagram	Buat 3 Postingan dengan logo ditengah dan coming soon di post kiri kanan dan caption yang memperkenalkan brand AndOne	A. Name	Published	4/2/2025	D File	Notes	
Foto Rilis Produk	Instagram	Melakukan Photoshoot produk untuk rilis produk dengan konsep sesuai andone	A. Name	Published	4/30/2025	D File	Notes	
Foto Rilis Produk	Tiktok	melakukan postingan yang sama dengan postingan Instagram dengan lagu dan caption yang sesuai	A. Name	Published	4/30/2025	D File	Notes	
Tebak Tagline	Instagram	membuat interaksi dengan membuat tebak tebak mengenai tagline	A. Name	Published	5/21/2025	D File	Notes	
How to Order	Instagram	Membuat sebuah cara order supaya calon konsumen mengerti cara memesan barang	A. Name	Published	4/25/2025	D File	Notes	
QnA Session	Instagram	membuat sesi tanya jawab supaya calon konsumen mengerti produk	A. Name	Published	4/26/2025	D File	Notes	
Membuat Konten pov	Tiktok	membuat sebuah tiktok konten pov pelanggan ketika memakai produk	A. Name	In progress	m/d/yyyy	D File	Notes	
Konten tips and trick	Tiktok	Membuat sebuah tips and trick untuk styling dengan celana andone	A. Name	New	m/d/yyyy	D File	Notes	
Content	Details		A. Name		m/d/yyyy	D File	Analyze this data	
Content	Details		A. Name		m/d/yyyy	D File		
Content	Details		A. Name		m/d/yyyy	D File		
Content	Details		A. Name		m/d/yyyy	D File		
Content	Details		A. Name		m/d/yyyy	D File		
Content	Details		A. Name		m/d/yyyy	D File	Notes	

1000

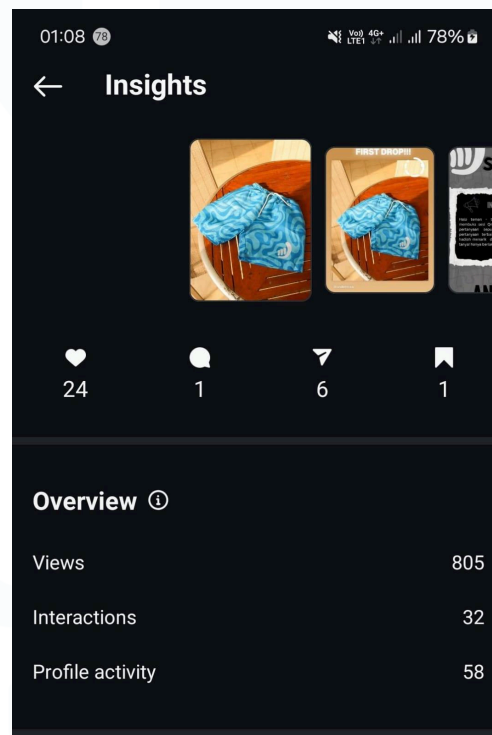
more rows at the bottom

Gambar 3.12 Content Planning AndOne

Sumber Sheets

Kami berdiskusi untuk membuat poster coming soon sebagai pondasi awal konten. Kami sepakat untuk memposting tiga post carousel. konten ini bertujuan untuk mengenalkan brand kami. Setelah itu penulis berdiskusi untuk melakukan rencana konten selanjutnya. Dengan berbagai pertimbangan, setelah postingan

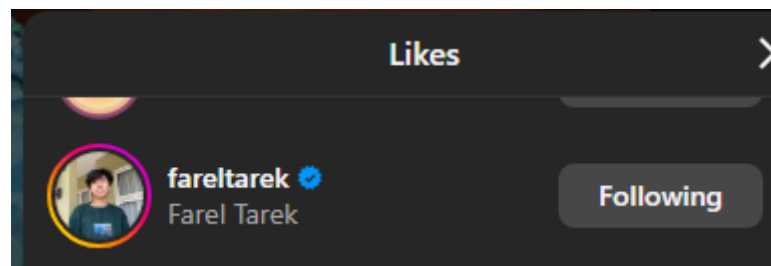
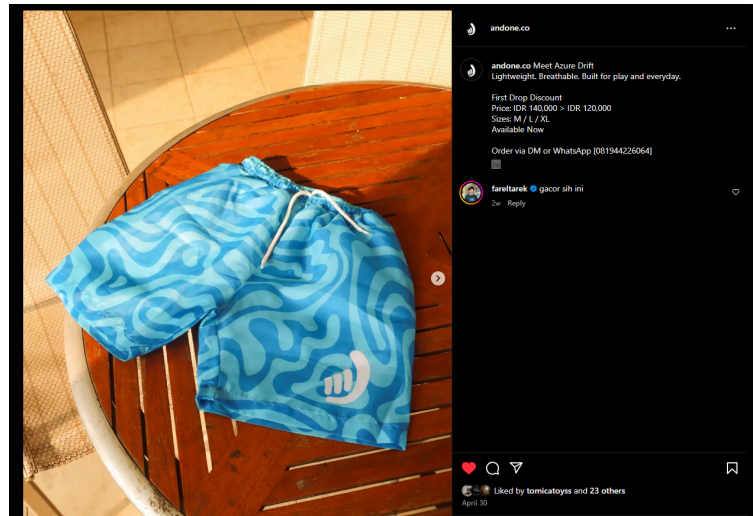
pertama kami unggah foto produk dengan deskripsi di caption. Dengan adanya informasi mengenai produk, terdapat lonjakan terhadap followers, views, like, dan sebagainya.



Gambar 3.13 Hasil yang diperoleh dari postingan pertama

Sumber Instagram

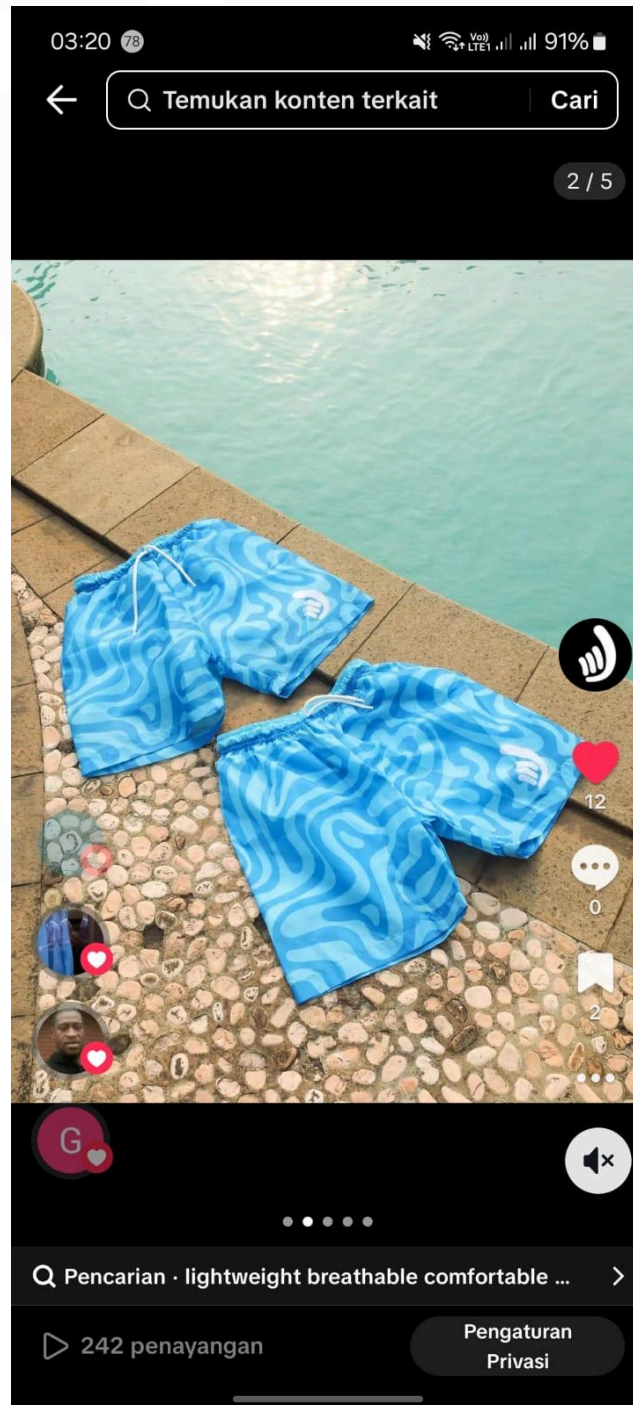
Dengan postingan ini menghasilkan 15 Followers dan menarik perhatian konsumen dengan baik. Produk kami menarik perhatian salah satu content creator @fareltarek dengan memberikan pujian pada komentar serta menyukai postingan Instagram kami.



Gambar 3.14 Hasil Postingan Produk Pertama

Sumber Instagram

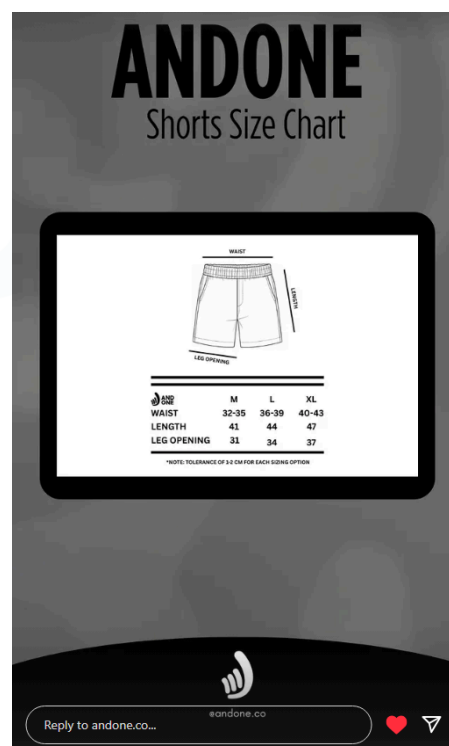
Dengan hasil postingan Instagram kami, penulis menyebarkan konten ke dalam platform tiktok Andone. konten yang diberikan di Tiktok merupakan konten yang sama dengan penambahan lagu yang trend di kalangan muda sehingga meningkatkan potensi untuk tersebar ke banyak orang. Konten dalam Tiktok kami menghasilkan 242 views, 12 likes, 2 orang menyimpan postingan, dan 1 orang memposting ulang.



Gambar 3.15 Penayangan konten tiktok pertama

Sumber Tiktok

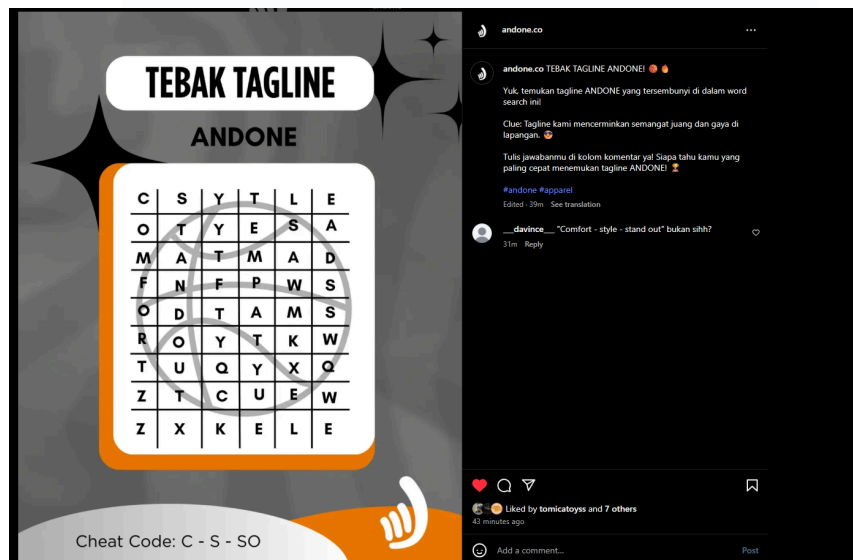
Mulai tertariknya konsumen membuat penulis membuka sesi tanya jawab pada konsumen mengenai Andone. konten ini di publish pada Instagram stories yang tentunya di simpan di highlight Instagram supaya calon konsumen dapat melihat kembali pertanyaan yang sering ditanyakan kepada konsumen. Hasil dari question box ini belum menghasilkan sebuah interaksi aktif kepada followers. Hal ini dapat menjadi evaluasi kedepannya untuk melakukan interaksi di waktu yang lebih tepat. Dengan kurangnya interaksi di sesi tanya jawab, penulis berinisiatif untuk mengunggah pertanyaan dasar seperti cara memesann produk serta size chart celana Andone



Gambar 3.16 Postingan Instagram Mengenai Size Chart

Sumber Instagram

Selanjutnya penulis membuat sebuah konten teka teki mencari kata di berbagai huruf acak yang berisi tagline dari andone. kegiatan ini dapat meningkatkan sebuah brand awareness Andone karena dalam konten ini mereka akan mencari informasi sehingga berpotensi diingat secara tidak langsung.

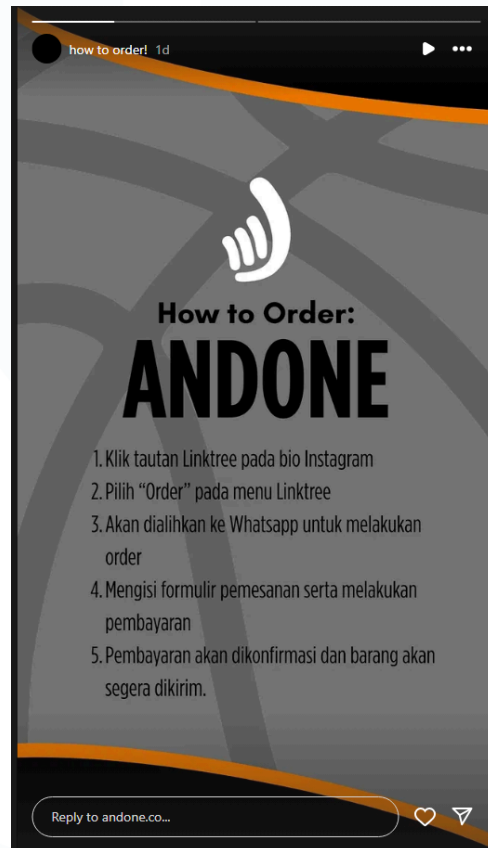


Gambar 3.17 Konten Instagram

Sumber Instagram

Dalam waktu kurang dari 1 jam, konten ini sudah menghasilkan 1 komentar dan 8 like dan 3 Followers dari 21 followers menjadi 24 followers.

Penulis membuat sebuah Instagram Stories yang berisi mengenai cara untuk melakukan pemesanan. Andone menggunakan pemesanan online via Whatsapp untuk saat ini. hal ini dapat sangat memudahkan calon konsumen yang akan memesan produk dari andone.

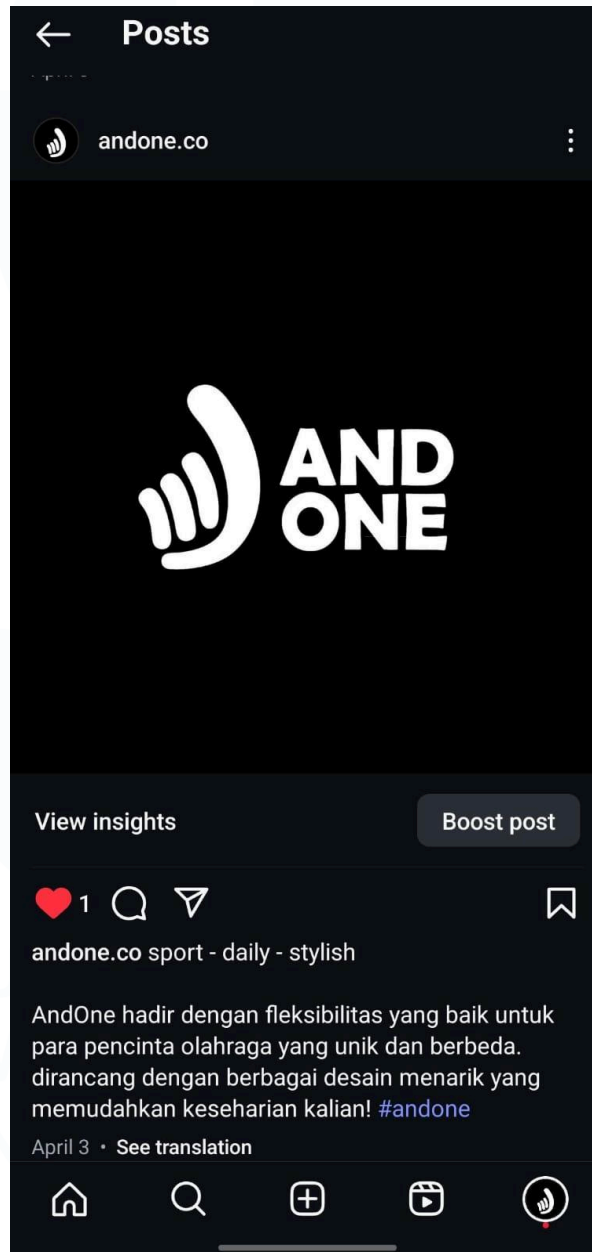


Gambar 3.18 Tutorial Order

Sumber Instagram

3.2.8 Content Design

Penulis bertugas sebagai desainer untuk setiap postingan yang ada di sosial media Andone. Dimulai dari penyusunan bio hingga penempatan link pada akun sosial media. Lalu pada postingan pertama Instagram pertama 3 terdapat 3 postingan yang bertujuan untuk menjadi sebuah trailer. Terdapat tulisan “Coming Soon”, logo Andone, serta “Apparel”. Dalam satu postingan tersebut terdapat sebuah caption yang sedikit menjelaskan mengenai andone.

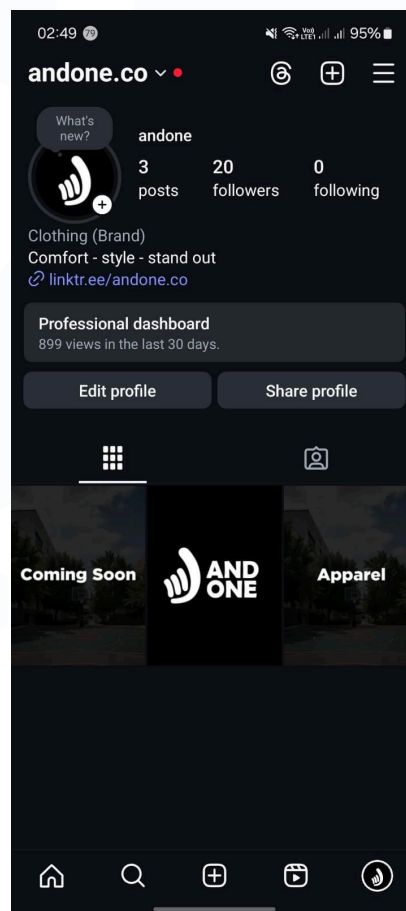


Gambar 3.19 Desain Konten Trailer

Sumber Instagram

Caption tersebut berisikan sebuah penjelasan umum produk yang akan dijual oleh Andone itu sendiri serta terdapat tagline Andone yaitu “sport - daily - stylish” yang menggambarkan andone.

Pada bagian foto “coming soon” serta “apparel” menggunakan font yang sama pada font huruf dari brand Andone yaitu Gotham Condensed Bold. Tulisan tersebut mempunyai background lapangan basket di area apartment. Hal ini dipilih karena suasana ini dapat diartikan sebagai tempat bertemu satu dengan yang lain dan menjadi teman nongkrong.



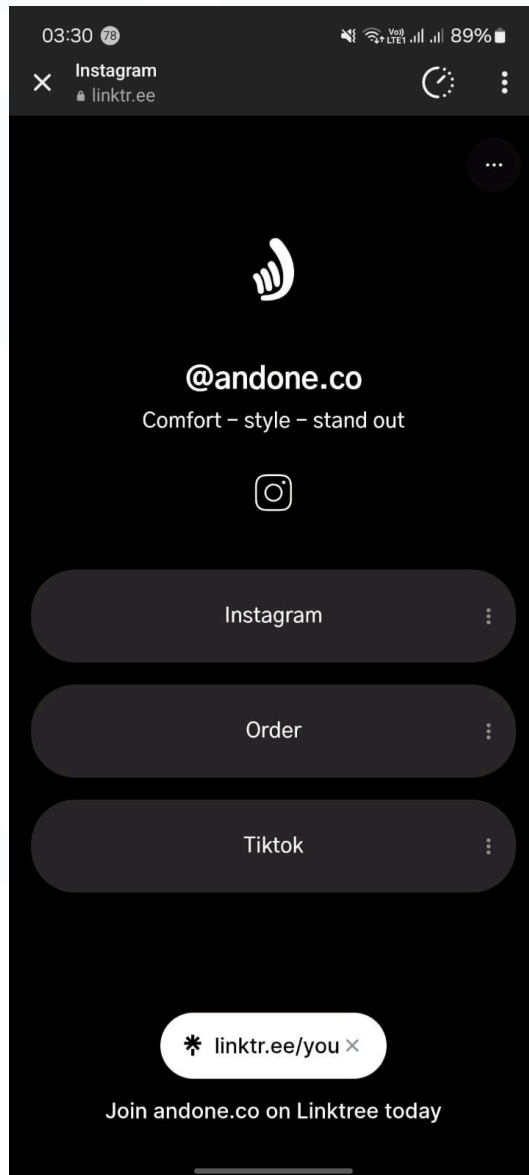
Gambar 3.20 Trailer Instagram Andone

Sumber Instagram

Desain peletakan link serta bio sudah disesuaikan dengan berbagai pertimbangan. dalam halaman bio hanya terdapat tagline serta linktree supaya terlihat minimalis dan to the point terhadap brand Andone.

Pembuatan linktree penulis lakukan untuk memudahkan pelanggan untuk mengakses sosial media seperti Instagram, Tiktok, hingga link Whatsapp untuk keperluan order dalam Linktree tersebut sudah terdapat tagline, nama brand, serta warna background yang telah disesuaikan oleh penulis.



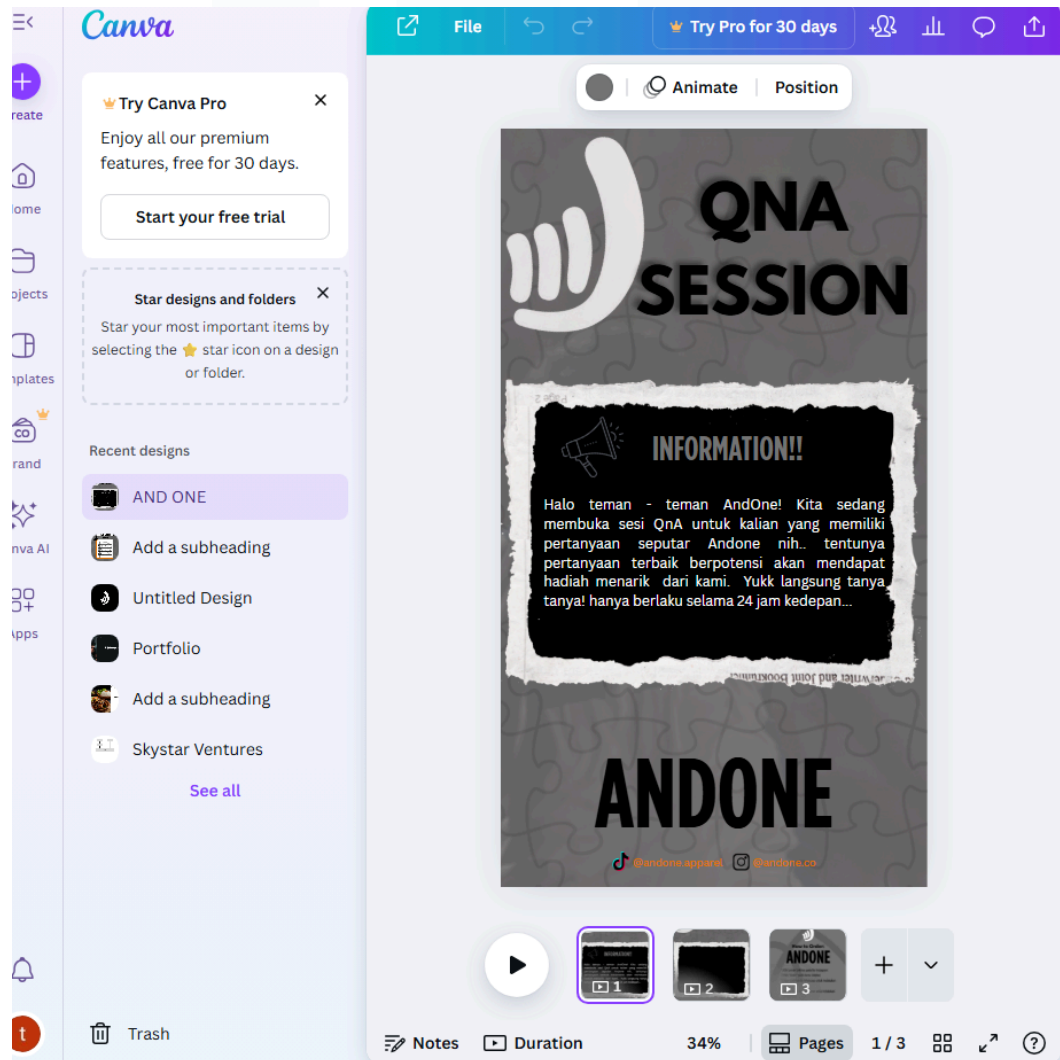


Gambar 3.21 Tampilan Linktree AndOne

Sumber Linktree

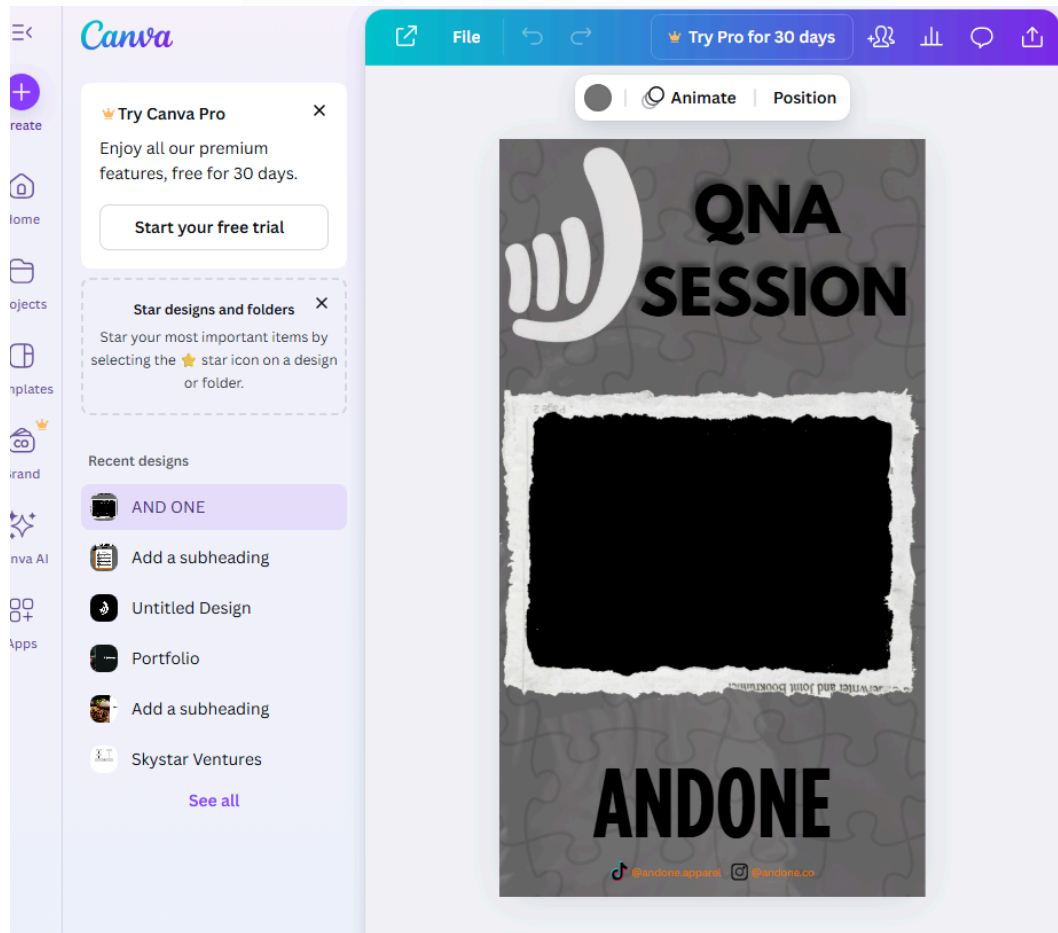
Penulis juga membuat sebuah desain untuk informasi tanya jawab yang ada di instagram Story. Dalam disain tersebut berisikan sebuah informasi mengenai deskripsi, logo, tulisan andone, nama sosial media andone, beserta

disain question box. Penulis juga membuat sebuah tutorial pemesanan celana andone secara online.



Gambar 3.22 Disain Konten QNA Instagram

Sumber Canva



Gambar 3.23 Desain Template Untuk Jawab Pertanyaan

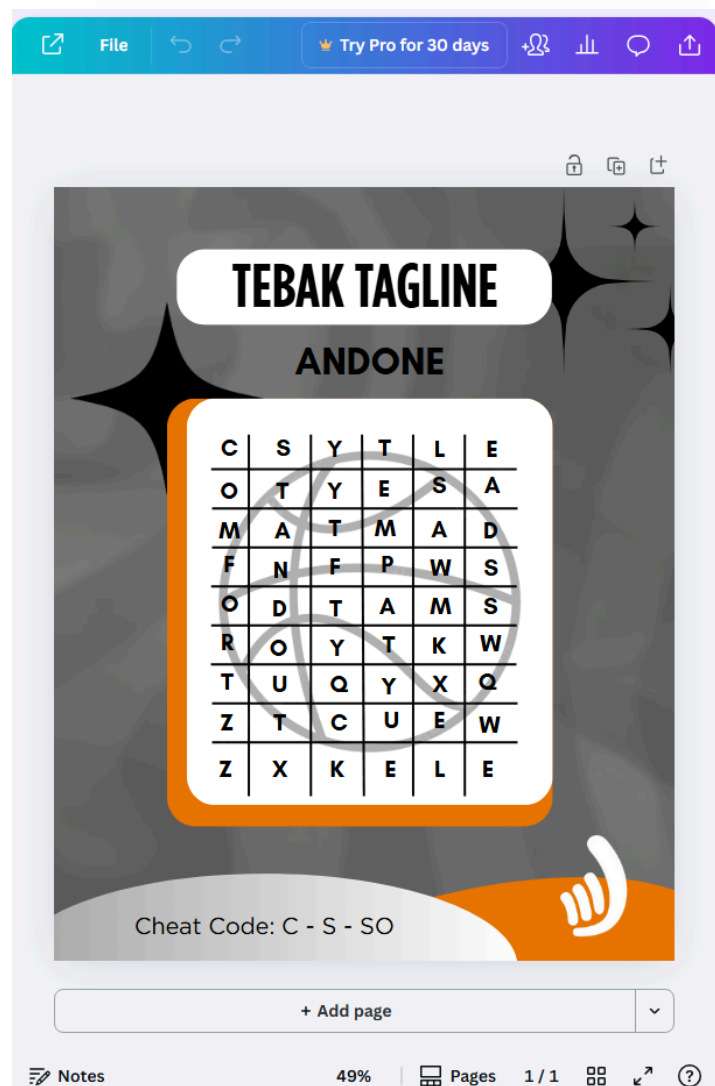
Sumber Canva



Gambar 3.24 Disain Tutorial Pemesanan Untuk Instagram

Sumber Canva

Konten ini disesuaikan dengan Andone sendiri. dari pemilihan warna, font, hingga aset yang dipakai dalam postingan story. Tidak hanya itu, desain untuk teka teki juga telah diselesaikan untuk di unggah dalam Instagram feeds.



Gambar 3.25 Desain Teka Teki Untuk Instagram

Sumber Canva

Dalam konten ini diharapkan penonton konten dapat menebak tagline dari Andone. Background diambil dari motif celana andone yang sudah dirilis. terdapat sebuah kode untuk menebak supaya dapat memudahkan yang akan menjawab nantinya.

Desain seperti ini penulis pilih karena berbagai aspek. Warna yang netral seperti hitam, abu - abu, memberikan kesan kekuatan yang tegas serta keseriusan kepada produk kami. Lalu pemilihan warna orange sendiri kami pilih karena warna orange merupakan warna yang memberikan energi positif serta kreatifitas.

3.2.9 Brand Awareness

Untuk menekan penjualan penulis membuat sebuah aksi untuk meningkatkan *brand awareness* dengan cara meminta anggota kelompok untuk memakai produk Andone di tempat umum dan digunakan pada keseharian mereka. Pada kegiatan Phillipe Edwardo memakai celana Andone pada saat bermain basket dengan komunitas basket mereka. Dengan memakai celana ini dapat menjadi sebuah input dari berbagai sumber untuk memperbaiki celana ini selanjutnya. Brand Andone tentunya dapat dikenal lebih banyak dalam sebuah komunitas olahraga yang dimana merupakan salah satu target pasar dari andone. Dalam sesi permainan basket di komunitas basket, Edwardo mendapatkan sebuah foto proper yang difoto oleh fotografer profesional pada saat bermain basket. Foto ini bisa digunakan kembali untuk diposting dalam instagram pribadi. Tidak lupa dengan mention account Andone untuk validasi bahwa barang tersebut merupakan brand andone.

Untuk rekan penulis lainnya (Samuel Matthew) memakai celana Andone pada saat berpergian di mall. Tentunya dengan memakai celana ini dapat menarik perhatian pengunjung lainnya. Dalam kesempatan ini penulis mengambil sebuah foto yang dapat dipakai juga oleh penulis untuk mengambil foto produk. Hal ini didukung oleh tempat yang memiliki latar yang baik untuk mengambil foto. Tidak lupa Samuel membawa rekan untuk memakai produk Andone yang dapat menjadi

model dan hasilnya dapat digunakan sebagai konten. Setelah berpergian, Samuel memakai celana tersebut untuk berolahraga di GYM bersama penulis. tentunya dapat memberikan sebuah awareness dan ada orang yang bertanya.

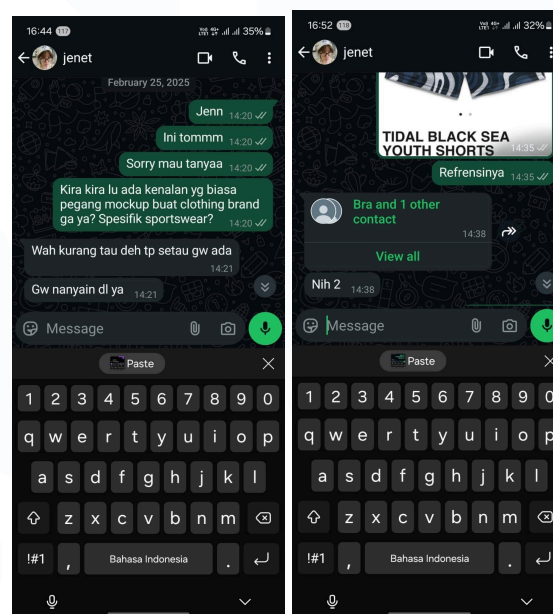
Dengan adanya aksi ini dapat meminimalisir biaya marketing namun tetap banyak orang yang dapat melihat secara langsung produk dari andone. Hal ini dapat meningkatkan potensi interaksi langsung kepada calon pelanggan sehingga meningkatkan potensi calon pembeli untuk membeli produk serta meminimalisir adanya online fee ketika ada pembelian secara offline.

Selanjutnya penulis menjelaskan project bisnis Andone kepada teman teman yang berada kampus maupun diluar kampus. Pada saat bertemu penulis menjelaskan berbagai aspek dari Andone dari produk, cerita dibalik andone itu sendiri, dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan andone secara halus kepada orang banyak. Dengan adanya sebuah penjelasan ini secara tidak langsung dapat mempromosikan produk dan brand andone itu sendiri. Respon mereka cukup bervariasi dari yang tidak tertarik sampai penasaran dengan produk andone. Dengan adanya kegiatan ini tentunya dapat menambah opini baru mengenai bisnis ini sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk mengembangkan ide ide baru seperti ide ide warna celana hitam yang mereka banyak sukai.

3.2.10 Pencarian Desainer Andone

Dalam pembuatan celana Andone, tentunya kelompok memerlukan sebuah desainer celana yang tentunya memiliki sebuah minat dalam dunia olahraga khususnya basket. Pada pemilihan ini tentunya memiliki sebuah kriteria yang dibahas oleh kelompok. Kami menginginkan desainer yang merupakan mahasiswa aktif umn dengan jurusan DKV. Hal ini menjadi pilihan karena kami belum memiliki budget besar untuk rekrut desainer profesional. Dengan pemilihan

ini kami menginginkan sebuah desainer yang bisa kerjasama yang berlanjut dan keinginan untuk belajar. Penulis mencari desainer dengan cara bertanya dengan rekan rekan yang berasal dari jurusan DKV. Penulis bertanya ke beberapa rekan dan untuk calon desainer. Dalam pencarian ini tentunya ada yang memberikan kontak teman, ada yang langsung tertarik, bahkan ada yang tidak memiliki kandidat yang cocok untuk Andone Tentunya kami melakukan sebuah sortir portofolio kepada calon desainer Andone.



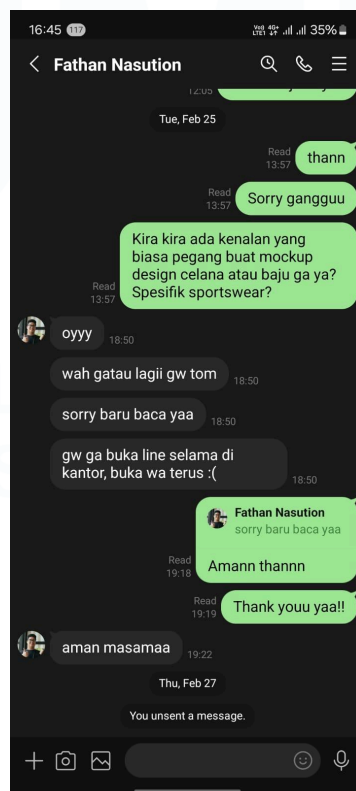
Gambar 3.26 Salah satu rekan yang memberikan refrensi desainer

Sumber Whatsapp

Pada gambar 3.25, merupakan seorang rekan penulis yang bernama Jeanette dari DKV 2023 yang sebelumnya pernah menjadi rekan dalam sebuah kepanitiaan. Penulis memilih bertanya dengan Jeanette karena penulis merasa Jeanette memiliki sebuah kemampuan dalam desain serta relasi yang cukup banyak dengan teman teman dari prodi DKV. Pada saat penulis bertanya, Jeanette memberikan sebuah referensi teman teman DKV lainnya. Pada saat Jeanette memberikan

referensi, ternyata Edward rekan langsung dari penulis sudah ingin mengajukan diri sebagai desainer Andone. Pada saat itu kami akhirnya tidak jadi untuk bertanya kepada teman dari Jeanette karena penulis tidak kenal langsung kepada calon desainer tersebut.

Pada waktu yang bersamaan dengan Jeanette, penulis juga bertanya kepada salah satu rekan penulis yang berasal dari DKV 2021 yang bernama Fathan Nasution. Pada kesempatan ini penulis bertanya kepada rekan penulis karena sebelumnya pernah melihat Fathan berada di dalam divisi desain pada kepanitiaan Mr. & Ms. UMN 2023. Saya merasa fathan memiliki sebuah relasi yang banyak kepada rekan desainer yang lain.



Gambar 3.27 Rekan Penulis yang Tidak Memiliki Calon Kandidat Andone

Sumber Line

59

Perancangan dan Strategi Marketing Bisnis Andone Sebagai Chief Marketing Officer Pada Sektor

UMKM, Thomas Daviniel, Universitas Multimedia Nusantara

Setelah penulis berbincang dengan Fathan, ternyata rekan penulis tidak memiliki sebuah relasi yang berhubungan dengan desain baju yang Andone inginkan. Pada kesempatan ini kami melakukan eliminasi terhadap desainer yang penulis inginkan.

Setelah kami melakukan eliminasi, Penulis dapat menentukan satu orang mahasiswa aktif DKV angkatan 2023 bernama Edward. Penulis memilih kandidat ini karena memiliki minat terhadap olahraga. Lalu kandidat ini juga memiliki portfolio baju olahraga yang telah dikerjakan sebelumnya dan memiliki selera fashion yang baik sehingga kandidat cocok dengan arah andone. Dengan hal ini tentunya sangat mendukung dengan arah andone. Pada kesempatan ini, Edward sangat terlihat ingin mengerjakan desain ini. Hal ini terlihat karena Edward langsung inisiatif untuk mengajukan diri sebagai desainer Andone. Dalam kesempatan ini Edward memiliki tekad yang kuat untuk belajar mengenai desain. Setelah kami menjelaskan mengenai produk kami, Edward juga terlihat cukup tertarik dengan project yang kami lakukan pada periode magang ini.



Gambar 3.28 Rekan Penulis yang mengajukan diri dan cocok dengan Andone

Sumber Instagram

Pemilihan ini didukung oleh penulis karena dalam sebelum mengerjakan segala disain Andone, penulis pernah melakukan kerjasama pada suatu kepanitiaan yang berada di suatu divisi yang sama. Dalam kegiatan tersebut, kandidat desainer Andone terlihat sangat ingin belajar untuk mengasah kemampuan di bidang seni serta memiliki sebuah komunikasi yang baik. Sehingga dengan mudah untuk melakukan koordinasi untuk desain Andone



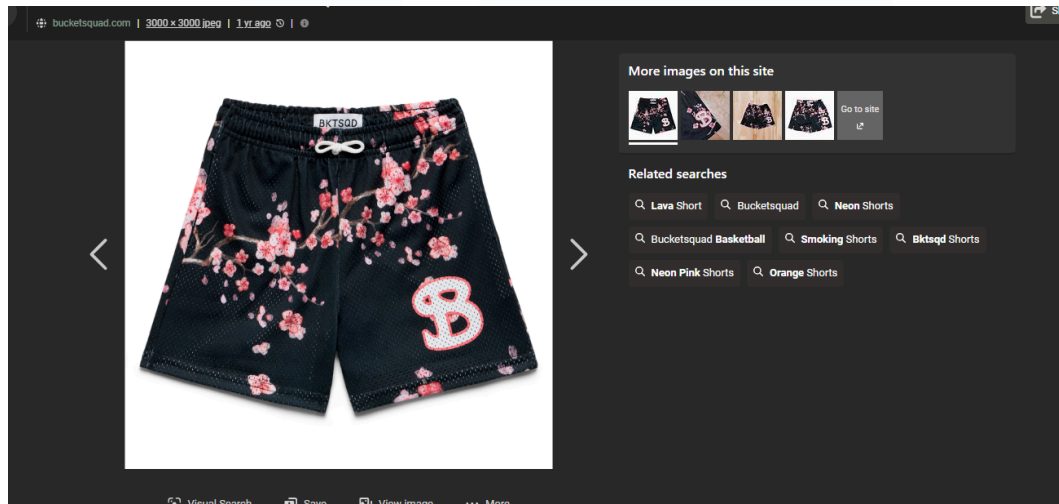
Gambar 3.29 Portfolio Desainer Andone

Sumber Instagram

Dalam portfolio desain baju yang diberikan oleh desainer, terdapat sebuah desain yang bahkan sudah pernah dicetak ke dalam jersey basket yang ditunjukkan oleh gambar 3.28. Desain dengan warna biru telah dipakai oleh pemain basket dari jurusan DKV dalam bertanding melawan fakultas lainnya. Salah satu faktor ini menjadikan sebuah faktor tambahan untuk menerima sebagai desainer kami. Pada saat melihat hasil dari desainer ini penulis melihat bahwa desainer ini memiliki pemikiran yang cukup kritis terhadap desain yang kami inginkan serta dapat mengatur waktu antar perkuliahan dengan pekerjaan yang kami berikan. Hal ini dapat menjadi masukan bagi Andone karena dari kami belum ada yang bisa mendalami sekali mengenai desain. Setelah penulis memutuskan untuk memilih desainer, tentunya penulis memberikan informasi kepada CEO bahwa penulis sudah menemukan sebuah desainer yang akan menjadi bagian dari Andone. Penulis memberikan beberapa pendapat terkait desainer yang penulis pilih ketika berdiskusi bersama kelompok. Setelah kami melakukan diskusi, kelompok setuju dengan desainer yang penulis berikan kepada kelompok. Pada kesempatan tersebut penulis melakukan perjanjian bersama kelompok untuk bertemu dengan desainer terpilih untuk melakukan perjanjian dalam desain Andone.

3.2.11 Pertemuan Dengan Desainer

Setelah menemukan desainer yang tepat, kami melakukan pertemuan perdana dengan desainer untuk melakukan brief pertama supaya desainer dapat mengenal dengan rekan kerja di andone serta ketentuan yang diberikan kepada andone. Pada kesempatan ini, Kami memberikan sebuah referensi desain pertama yang akan menjadi patokan utama yaitu dari brand BucketSquad.

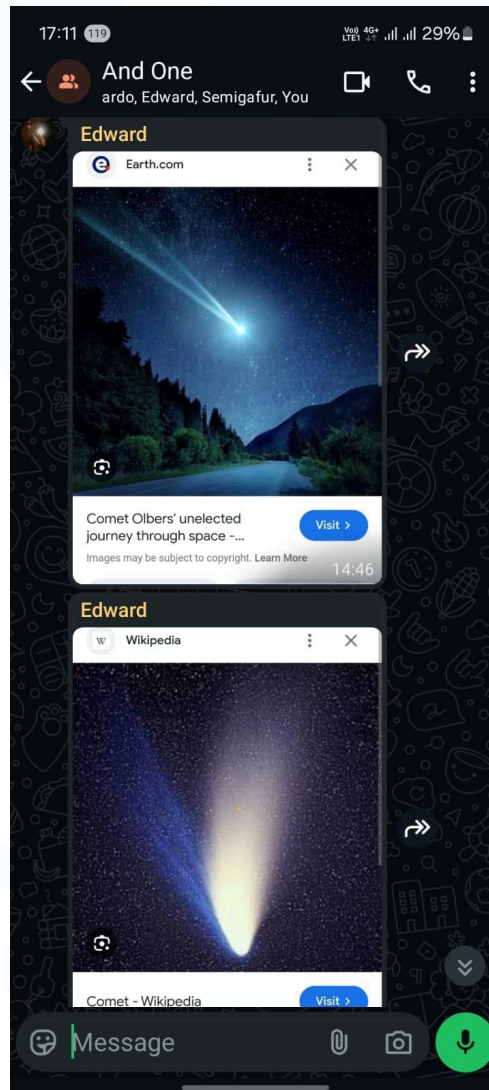


Gambar 3.30 Contoh Referensi Desain Andone

Sumber Google

Pada pertemuan pertama kami memberikan tugas pertama untuk pembuatan desain celana beserta desain logo dari andone. Pertemuan ini kami banyak membahas dan melakukan brainstorming dari produk andone dari sisi desain. Kami menginginkan output mockup celana mirip dengan **Gambar 3.29** nantinya dan memberikan sebuah deadline kepada desainer. Dalam pertemuan ini kami tidak lupa untuk membuat sebuah grup untuk berkordinasi antara andone dengan desainer.

Setelah pertemuan ini desainer memberi refrensi lainnya terhadap celana Andone. Kelompok kami membuat diskusi bersama dengan desainer andone dan terdapat berbagai revisi desain celana Andone. Desainer juga memberikan desain celana yang dibuat untuk andone namun terdapat revisi sehingga membutuhkan waktu lebih untuk desain.



Gambar 3.31 Refrensi baru desainer untuk Andone

Sumber Whatsapp

Setelah berdiskusi kelompok kami tidak memakai refrensi desain yang diberi oleh desainer. Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah kami melakukan brainstorming kembali terhadap ide yang akan dipakai dalam celana Andone. Hal

ini menghasilkan sebuah desain baru namun kami kurang cocok dengan desain yang diberikan ketika sudah dipakai dalam celana tersebut.

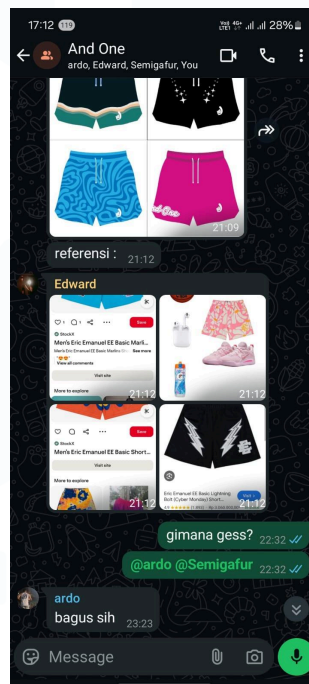


Gambar 3.32 Celana yang menurut kami kurang cocok

Sumber Group whatsapp

Menurut kami dengan desain celana yang diberikan tidak merepresentasikan sebuah brand Andone karena terlalu fokus dengan basket dengan adanya tambahan gambar pemain basket serta pemilihan kata yang menurut kami masih kurang bagus. Setelah kami lihat, dengan adanya penambahan gambar terlihat sangat simpel dan tidak menjual. Hal ini menjadi point utama desain tersebut kami tolak.

Selanjutnya penulis melakukan koordinasi kembali kepada desainer untuk desain celana andone yang sekiranya cocok untuk visi misi Andone. Dengan koordinasi ini kami akhirnya menghasilkan desain yang cocok untuk Andone dan kelompok kami setuju dengan desain tersebut untuk kedepannya kami produksi.



Gambar 3.33 Kelompok suka dengan desain yang baru

Sumber Grup Whatsapp

Dengan empat desain yang baru, kami setuju dengan keempat desain yang diberikan oleh desainer kepada kelompok andone. Desain celana ini memiliki motif yang universal yang dapat dipakai dalam berbagai situasi tidak hanya pada saat bermain basket. Celana ini memiliki motif yang unik untuk sebuah celana pendek sehingga memiliki pattern tersendiri dari setiap celana. Tentunya celana seperti ini dapat menjadi nilai tambah yang baik yang cocok untuk andone. Dalam

Desain celana ini juga sangat sesuai dengan referensi yang kami berikan kepada desainer. Produksi pertama yang kami lakukan yaitu menggunakan sebuah desain yang berwarna biru yang menurut kami cukup mencolok sehingga dapat menjadi pusat perhatian pengguna celana Andone.

3.2.12 Penjualan

Kegiatan marketing ini berpengaruh kepada penjualan celana brand Andone. Celana andone sampai saat ini sudah terjual sebanyak 7 pcs dengan pembeli yang berasal dari BSD, Gading Serpong, dan sekitarnya

Keterangan	Domisili	Order Type	Ukuran	Jumlah
Farel	BSD	Direct	M	1
Darren	BSD	Direct	M	1
Jeanette	BSD	Direct	M	1
Sam	BSD	Direct	M	1
Ardo	Gading Serpong	Direct	XL	1
Thomas	Melati Mas	Direct	L	1
Yonathan	Gading Serpong	Direct	M	1

Tabel 3.2 Data Penjualan

Sumber CFO

Sama seperti celana, sticker telah dapat terjual karena marketing yang berjalan dengan baik. Setelah kami membuat 10 sticker, sticker tersebut terjual habis ke konsumen berikut:

Keterangan	Jumlah
Darren (BSD) - Direct Order	4
Jeanette (BSD) -Direct Order	2
Farel (BSD) - Direct Order	4
Total	10

Tabel 3.3 Data Penjualan

Sumber CFO

3.2.13 Evaluasi Penjualan

Setelah penulis melakukan berbagai strategi marketing, penulis menemukan berbagai hal yang dapat diperbaiki dari strategi marketing. Seperti awalnya kami ingin berjualan di platform seperti Shopee dan tiktok shop. Namun setelah melakukan riset serta berdiskusi dengan kelompok dan mentor hal ini tidak dapat dilakukan. Alasan utama dari hal ini dikarenakan platform fee yang cukup membebani biaya marketing dan akan berdampak ke dalam keuntungan andone karena produksi kami masih belum banyak dan BEP dari produk andone masih cukup tinggi sehingga hasilnya kami fokus untuk berjualan mulut ke mulut serta order via whatsapp untuk sementara.

Selanjutnya untuk sosial media, Instagram memiliki insight yang baik untuk akun Andone itu sendiri karena terdapat penambahan followers 24 orang sampai hari ini serta pengunjung yang cukup banyak dan berhasil untuk mencuri perhatian influencer untuk menyukai produk yang kami rilis. Namun satu sisi kami belum bisa untuk menjangkau interaksi lebih untuk sesi qna di story Instagram karena kurangnya konten pada tiktok. Kedepannya kami akan

melakukan perencanaan konten tiktok yang lebih baik untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga memunculkan interaksi pada Instagram kedepannya.

Menurut penulis, konten tiktok yang berisikan sebagai pov konsumen merupakan konten yang dapat dibuat kedepannya. Karena dengan adanya konten tersebut, penonton dapat terbawa dalam video tersebut karena merasa relate dengan keseharian mereka. Secara tidak sadar akan membuat sebuah marketing halus kepada pelanggan untuk melihat produk. Menurut hasil riset penulis dengan adanya konten yang relate dengan pengguna sangat banyak menghasilkan penonton yang luas.

Dengan penjualan produk pertama dari Andone, celana Andone perlu untuk melakukan penambahan pada kantong karena untuk rilisan pertama kami tidak terdapat kantong pada celana kami. Hal ini cukup mengganggu pelanggan yang akan memakai produk kami. Hal ini terjadi karena waktu yang singkat sehingga kurangnya quality control. Kejadian ini akan menjadi pelajaran pada saat quality control dari celana untuk memastikan celana sesuai.

3.3 Kendala yang Ditemukan

3.3.1 Kendala Internal

Dalam melaksanakan kerja magang pada Skystar Ventures sebagai Chief Marketing Officer AndOne, penulis menemukan sebuah kendala yang dialami sebagai berikut:

1. Waktu yang lebih singkat untuk pembuatan konten Instagram karena melakukan pivot pada bisnis kelompok kami pada saat di Skystar Ventures (membutuhkan waktu untuk ideation, market research, dsb)
2. Kesulitan untuk menemukan sebuah ide isi konten yang tepat sasaran untuk brand AndOne untuk mendapat audience. (Brand yang belum terlalu banyak yang produksi celana sejenis)

3. Pergantian vendor yang membuat kegiatan marketing tertunda (Tidak adanya barang yang bisa dijual dan dibuatkan konten)
4. Andone bukan barang yang orang selalu beli setiap hari yang menjadi tantangan marketing (bukan barang sekali pakai buang)
5. Tantangan untuk mencari desainer yang sesuai kriteria (memiliki kriteria yang spesifik untuk hal ini)
6. Pemilihan konveksi yang dapat dipercaya (Celana yang masih cukup belum pasaran di jual)

3.3.2 Kendala Eksternal

Berikut merupakan kendala Eksternal yang dapat ditemukan pada saat magang di Skystar Ventures berlangsung.

1. Komunikasi Skystar yang kurang maksimal
2. Kelompok kami yang baru mendapat mentor di sekitar bulan Mei yang tentunya menghambat pekerjaan kelompok
3. Proses review daily task yang dilakukan supervisor yang menghambat proses pengisian (Respon whatsapp yang lambat oleh supervisor, Pengecekan daily task hanya pada UTS dan dekat deadline laporan, pada saat UTS Review daily task penulis terlewat hingga harus menanyakan secara offline dan memastikan via whatsapp. Ketentuan pengisian daily task yang sempat berubah dari “ 2 Kalimat” menjadi “2 Point yang dikerjakan”. dalam hal ini tentunya mengganggu karena ada hari dimana kelompok kami hanya mengerjakan 1 task. Penulis mendapatkan beberapa kali reject di banyak daily task karena hal ini terjadi yang membuat segala pekerjaan menjadi terhambat untuk mengisi ulang daily task.