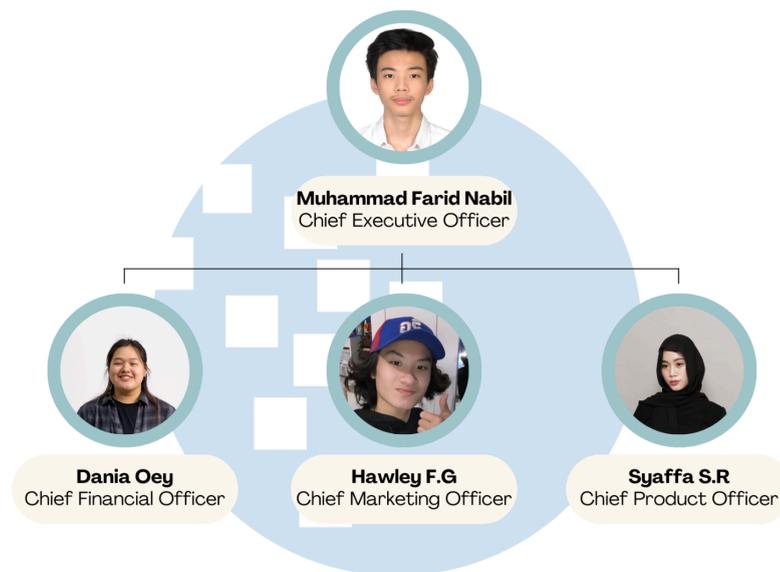


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



#### 3.1 Kedudukan di perusahaan

Selama melaksanakan program magang di Skystar Ventures, penulis menempati posisi sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) dalam pengembangan dan pengelolaan bisnis digital kreatif bernama *Nusa Vision*. Perusahaan ini berfokus pada layanan branding, desain grafis, penulisan konten, dan strategi pemasaran digital yang menasar pelaku UMKM, startup, hingga institusi yang membutuhkan pendekatan komunikasi visual dan digital yang relevan dengan perkembangan zaman.

Sebagai CEO, penulis memegang tanggung jawab tertinggi dalam mengarahkan jalannya operasional bisnis, merumuskan strategi pertumbuhan, serta menjaga kesinambungan visi dan misi perusahaan. Peran ini menuntut penulis untuk berpikir strategis, mengambil keputusan berbasis data, serta membangun komunikasi yang efektif dengan seluruh anggota tim. Penulis juga

bertindak sebagai representatif utama perusahaan dalam menjalin kerja sama dengan klien maupun mitra eksternal.

Dalam keseharian, penulis mengkoordinasikan berbagai aspek kunci dari kegiatan usaha, mulai dari perencanaan pemasaran, pengembangan produk layanan, pengelolaan proyek, hingga evaluasi kinerja tim. Salah satu tanggung jawab utama penulis adalah memastikan bahwa setiap layanan yang disediakan oleh Nusa Vision—baik desain visual, copywriting, hingga kampanye digital—memiliki nilai strategis yang sesuai dengan kebutuhan klien dan tren pasar. Selain itu, penulis juga mengawasi pengelolaan media sosial resmi Nusa Vision, dengan pendekatan konten yang informatif dan visual yang konsisten dengan brand identity perusahaan.

Koordinasi tim dilakukan bersama empat posisi struktural lainnya, yaitu *Chief Operating Officer (COO)*, *Chief Marketing Officer (CMO)*, *Chief Creative Officer (CCO)*, dan *Chief Financial Officer (CFO)*. Setiap anggota tim memiliki peran yang saling melengkapi, dan penulis bertugas memastikan adanya kolaborasi yang selaras dan produktif dalam setiap proyek yang dijalankan. Diskusi rutin, evaluasi mingguan, serta pembagian tugas berbasis kapabilitas individu menjadi dasar dari pola kerja kolaboratif di dalam Nusa Vision.

Sebagai pemimpin tim, penulis juga terlibat langsung dalam proses rekrutmen dan manajemen sumber daya manusia, terutama dalam memilih talenta kreatif yang berasal dari kalangan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menekankan pentingnya kerja profesional berbasis target dan hasil, serta mendampingi anggota tim dalam mengembangkan keterampilan masing-masing melalui umpan balik dan mentoring.

Selama masa magang, penulis tidak hanya fokus pada operasional internal, tetapi juga terlibat dalam upaya perluasan jaringan kemitraan melalui kolaborasi dengan unit bisnis kampus, pelaku industri kreatif, serta komunitas mahasiswa. Langkah ini diambil sebagai strategi memperkuat positioning Nusa Vision sebagai

agensi digital yang tumbuh dari lingkungan akademik namun memiliki orientasi profesional dan berdaya saing tinggi.

Pengalaman sebagai CEO dalam program magang ini memberikan pembelajaran berharga terkait kompleksitas menjalankan bisnis rintisan berbasis jasa digital. Penulis menyadari bahwa membangun usaha bukan hanya tentang menghasilkan keuntungan, tetapi juga menciptakan sistem kerja yang solid, menjaga kepuasan klien, serta membangun reputasi yang baik di tengah persaingan yang ketat. Penulis juga memperoleh pengalaman praktis dalam merespons dinamika pasar, mengatur prioritas kerja, serta menyusun perencanaan jangka panjang secara realistis.

Secara keseluruhan, pelaksanaan magang mandiri melalui proyek Nusa Vision menjadi wadah aktualisasi diri penulis dalam dunia kewirausahaan. Peran sebagai CEO memperkuat kepercayaan diri, memperluas pemahaman tentang dunia bisnis digital, serta membentuk karakter kepemimpinan yang adaptif dan visioner. Pengalaman ini menjadi bekal fundamental bagi penulis untuk menghadapi dunia kerja dan terus mengembangkan Nusa Vision sebagai bagian dari kontribusi nyata di industri kreatif Indonesia.

### **3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang**

Selama menjalani program magang mandiri di Skystar Ventures, penulis melaksanakan berbagai tugas penting dalam kapasitas sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) dari *Nusa Vision*. Tugas-tugas ini mencerminkan tanggung jawab dalam memimpin dan mengarahkan seluruh aspek operasional dan strategis bisnis, dengan tujuan utama untuk membangun fondasi usaha yang kuat serta mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

Secara rinci, berikut adalah tugas-tugas yang dilakukan penulis selama masa magang:

No	Peran & Tugas	Output
1	Merancang Strategi Bisnis dan Operasional	Tersusunnya model bisnis, struktur organisasi, target penjualan, dan layanan yang ditawarkan.
2	Mengelola dan Membangun Tim	Terbentuknya tim dengan pembagian peran yang jelas, komunikasi terbuka, dan evaluasi berkala.
3	Mencari dan Menjaga relasi klien	Diperolehnya klien baru melalui media sosial dan pendekatan langsung serta terciptanya loyalitas.
4	Merancang dan mengawasi proyek kreatif	Terwujudnya konsep proyek branding, desain, dan kampanye digital yang sesuai dengan kebutuhan klien.
5	Membangun citra perusahaan di media sosial	Terciptanya konten konsisten dengan identitas brand dan meningkatnya brand awareness.
6	Menganalisis Pasar dan Kompetitor	Dihasilkannya strategi pemasaran dan komunikasi yang relevan berbasis tren pasar dan kompetitor.
7	Mengelola Administrasi dan Keuangan Usaha	Tersusunnya laporan keuangan sederhana dan

		terkendalinya anggaran operasional.
8	Melakukan Presentasi dan Negosiasi	Tercapainya kesepakatan dengan klien melalui presentasi, pitching, dan negosiasi profesional.
9	Meningkatkan Efisiensi Tim dengan Tools Digital	Terimplementasinya tools seperti Notion, Google Workspace, dan Canva untuk mendukung operasional.
10	Branding & Identitas Visual	Mendesain logo, X-banner, dan media promosi. Menentukan tone, warna, dan gaya komunikasi brand.

### 3.2.1 Uraian Kerja Magang

Selama pelaksanaan program magang, penulis menjalankan serangkaian kegiatan yang mencakup pengelolaan strategis, pengembangan operasional, serta pelaksanaan langsung berbagai inisiatif dalam *Nusa Vision*, sebuah agensi digital kreatif yang fokus pada layanan branding, desain visual, dan strategi pemasaran. Magang ini tidak hanya menjadi sarana pembelajaran, tetapi juga merupakan bentuk aktualisasi diri penulis dalam membangun dan mengelola usaha rintisan secara nyata.

Secara garis besar, uraian kerja penulis selama masa magang dapat dibagi dalam beberapa aktivitas inti berikut:

#### 1) Perencanaan dan Pengembangan Bisnis

Penulis memulai pelaksanaan program magang dengan menyusun kerangka kerja bisnis *Nusa Vision* secara menyeluruh. Tahap awal ini sangat krusial karena menjadi landasan bagi seluruh aktivitas strategis dan

operasional yang akan dilakukan selama masa magang. Perencanaan bisnis mencakup beberapa aspek utama, yaitu segmentasi pasar, model layanan, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), serta penyusunan *unique selling proposition* (USP) yang menjadi ciri pembeda *Nusa Vision* dibandingkan agensi sejenis.

Penulis membagi segmentasi pasar menjadi dua kategori besar: (1) Mahasiswa dan organisasi kampus yang membutuhkan layanan desain dan branding internal untuk keperluan kegiatan atau publikasi, serta (2) pelaku UMKM dan personal brand yang memerlukan identitas visual profesional namun dengan biaya yang lebih terjangkau. Segmentasi ini disesuaikan dengan latar belakang *Nusa Vision* sebagai agensi kreatif mahasiswa dengan kapasitas profesional namun tetap relevan bagi pasar pemula.

Model layanan disusun berdasarkan pendekatan *value-driven business model* (Osterwalder & Pigneur, 2010), yang menekankan pada penciptaan nilai bagi pelanggan, bukan sekadar profit. Layanan utama yang dirancang mencakup branding strategy, pembuatan desain visual (logo, feed Instagram, dan materi promosi), copywriting naratif, serta strategi kampanye digital. Dengan model layanan ini, *Nusa Vision* berusaha menjawab kebutuhan pelaku usaha yang seringkali memiliki ide bisnis kuat namun belum mampu menerjemahkannya secara visual dan komunikatif.

Dalam proses analisis SWOT, penulis mengidentifikasi keunggulan internal *Nusa Vision*, yaitu tim yang terdiri dari mahasiswa dengan latar belakang komunikasi visual dan strategi digital, harga layanan yang kompetitif, serta pendekatan yang adaptif terhadap gaya komunikasi pasar Gen-Z. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan pengalaman industri dan kapasitas produksi yang terbatas. Peluang yang dimanfaatkan adalah tren meningkatnya digitalisasi usaha kecil, serta rendahnya tingkat literasi visual di kalangan UMKM lokal. Ancaman

eksternal berasal dari kompetitor agensi profesional yang sudah mapan di pasar.

*Unique Selling Proposition* (USP) dirumuskan dengan menekankan keunikan *Nusa Vision* sebagai agensi yang dikelola oleh mahasiswa UMN dengan orientasi kualitas profesional dan pendekatan personal kepada klien. USP ini dikomunikasikan melalui berbagai saluran digital dengan pesan bahwa *Nusa Vision* adalah mitra kreatif yang "dekat, adaptif, dan solutif."

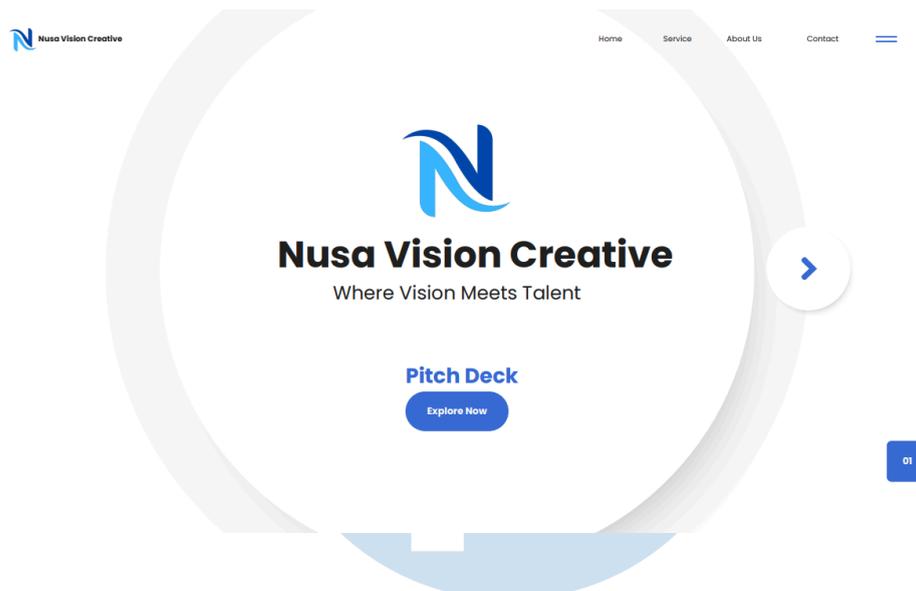
Perumusan *business plan* jangka pendek dilakukan melalui serangkaian kegiatan riset pasar, wawancara dengan target pengguna jasa, serta observasi langsung terhadap kompetitor agensi mahasiswa lain di lingkungan kampus. Penulis menggunakan metode *customer development* dari Steve Blank (2013) untuk memahami dengan lebih dalam karakteristik pengguna jasa, *pain point* mereka, serta ekspektasi terhadap layanan digital kreatif.

Hasil riset menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan yang tinggi terhadap layanan desain visual dan branding, terutama dari pelaku usaha kecil dan individu yang sedang membangun personal brand, namun belum memiliki kompetensi atau anggaran untuk menyewa agensi profesional. Kondisi ini menguatkan keyakinan bahwa *Nusa Vision* berada pada posisi yang strategis untuk mengisi kekosongan pasar (*market gap*) tersebut.

Dengan landasan ini, penulis menyusun *roadmap* bisnis yang berisi tahapan mingguan selama masa magang, mencakup kegiatan promosi, rekrutmen klien, penyusunan portofolio, hingga ekspansi layanan. Semua proses ini didokumentasikan sebagai bagian dari penilaian terhadap keberhasilan pelaksanaan rencana bisnis.

*Teori pendukung*: Osterwalder & Pigneur (2010) dalam *Business Model Generation* menyatakan bahwa desain model bisnis yang kuat

harus berorientasi pada penciptaan nilai, kejelasan proposisi nilai (value proposition), serta pemahaman mendalam terhadap segmentasi pelanggan untuk menciptakan diferensiasi kompetitif di pasar.



3.2.1 Gambar Diatas Menunjukkan *Pitch Deck* guna untuk merencanakan dan mengembangkan bisnis.

## 2) Manajemen Tim dan Penugasan

Sebagai CEO, penulis memegang peran sentral dalam mengelola dan memimpin tim *Nusa Vision* yang terdiri dari empat divisi utama: *Creative*, *Marketing*, *Operations*, dan *Finance*. Setiap divisi memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas operasional dan eksekusi proyek yang dikerjakan selama masa magang. Penulis tidak hanya berperan sebagai pengambil keputusan, tetapi juga sebagai fasilitator dan motivator dalam menjaga performa dan produktivitas tim.

Struktur kerja yang diterapkan bersifat semi-flat, di mana komunikasi antar divisi dilakukan secara terbuka, fleksibel, dan dua arah. Penulis menyusun uraian tugas secara jelas bagi setiap anggota tim, berdasarkan keahlian dan minat masing-masing, agar tercipta *sense of*

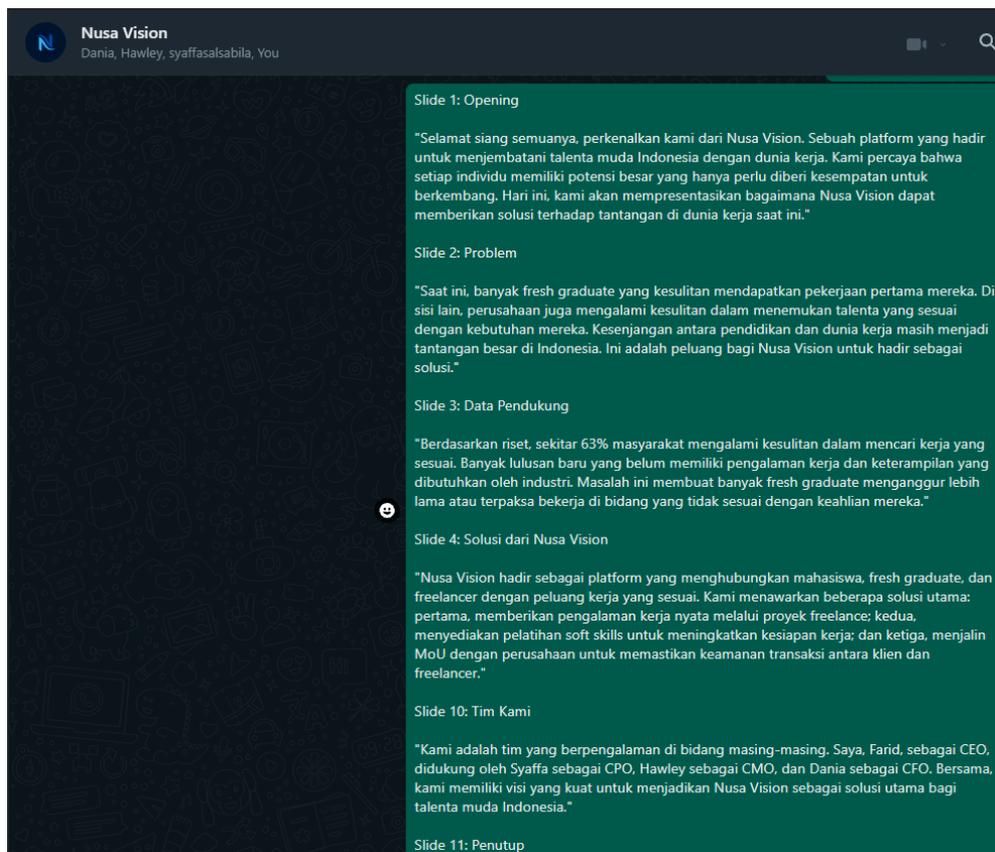
*ownership* terhadap tugas yang dijalankan. Penugasan dilakukan dengan mempertimbangkan kapasitas, tenggat waktu, dan kompleksitas proyek. Setiap minggu diadakan rapat evaluasi yang mencakup update progres pekerjaan, pembagian tugas baru, diskusi kendala, dan brainstorming solusi bersama.

Penulis juga menerapkan sistem kerja berbasis perangkat digital seperti Google Calendar untuk penjadwalan, Notion sebagai pusat manajemen proyek dan dokumentasi, serta Google Chat dan Google Meet sebagai media komunikasi harian. Pendekatan ini mendukung efektivitas koordinasi dalam tim yang memiliki latar belakang berbeda serta jadwal akademik yang padat.

Untuk meningkatkan efektivitas kolaborasi, penulis menginisiasi pembentukan SOP kerja sederhana untuk setiap jenis proyek. Hal ini bertujuan agar setiap anggota tim dapat bekerja secara sistematis dan efisien, serta meminimalkan miskomunikasi atau ketergantungan yang berlebihan pada satu individu.

Teori pendukung: Bass (1985) dalam teorinya mengenai kepemimpinan transformasional menjelaskan bahwa seorang pemimpin ideal mampu memberikan inspirasi dan motivasi yang mendorong anggota tim untuk melebihi ekspektasi. Selain itu, Robbins dan Coulter (2016) menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi sangat bergantung pada efektivitas pengelolaan sumber daya manusia, termasuk dalam hal membangun sistem kerja tim yang sehat dan efisien.

Dengan perencanaan yang matang, komunikasi yang terbuka, serta kepemimpinan yang adaptif, penulis mampu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi pertumbuhan individu dalam tim sekaligus peningkatan performa organisasi secara menyeluruh.



3.2.2 Gambar diatas merupakan isi pesan menunjukkan pengarahan atau *briefing*.

### 3) Pemasaran dan Branding Perusahaan

Penulis memegang kendali penuh dalam perancangan dan pelaksanaan strategi pemasaran digital *Nusa Vision* selama masa magang. Strategi ini difokuskan pada upaya membangun kesadaran merek (*brand awareness*), memperkuat citra profesional agensi, serta meningkatkan keterlibatan dengan target pasar melalui kanal digital yang sesuai dengan karakteristik audiens muda dan pelaku UMKM.

Penulis secara langsung mengelola akun media sosial seperti Instagram, yang menjadi kanal utama komunikasi dan promosi perusahaan. Konten visual seperti poster, reels, dan X-banner dirancang untuk menyampaikan pesan merek secara konsisten dan menarik. Dalam

prosesnya, penulis memperhatikan aspek estetika desain, keterbacaan pesan, serta kesesuaian dengan tren digital terkini.

Penulis juga menyusun dan menerapkan elemen identitas merek (brand identity) yang mencakup logo, palet warna, tipografi, tone of voice, dan gaya komunikasi visual yang merepresentasikan nilai-nilai Nusa Vision: profesional, adaptif, dan kreatif. Identitas ini diterapkan secara konsisten dalam setiap output visual dan interaksi digital, sehingga membangun asosiasi positif di benak audiens.

Pemasaran digital yang dijalankan mengacu pada pendekatan *Integrated Marketing Communication (IMC)*, di mana semua bentuk komunikasi dan pesan merek dikelola secara terpadu untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten (Kotler & Keller, 2016). Strategi pemasaran juga menggabungkan metode *content marketing*, yang memfokuskan pada penciptaan konten edukatif dan inspiratif untuk menarik perhatian tanpa pendekatan promosi yang agresif.

Untuk mendukung keefektifan strategi, penulis melakukan analisis performa secara berkala menggunakan fitur Instagram Insights dan Google Analytics. Data yang diperoleh digunakan untuk mengevaluasi efektivitas konten, menentukan waktu unggah terbaik, serta memahami preferensi audiens.

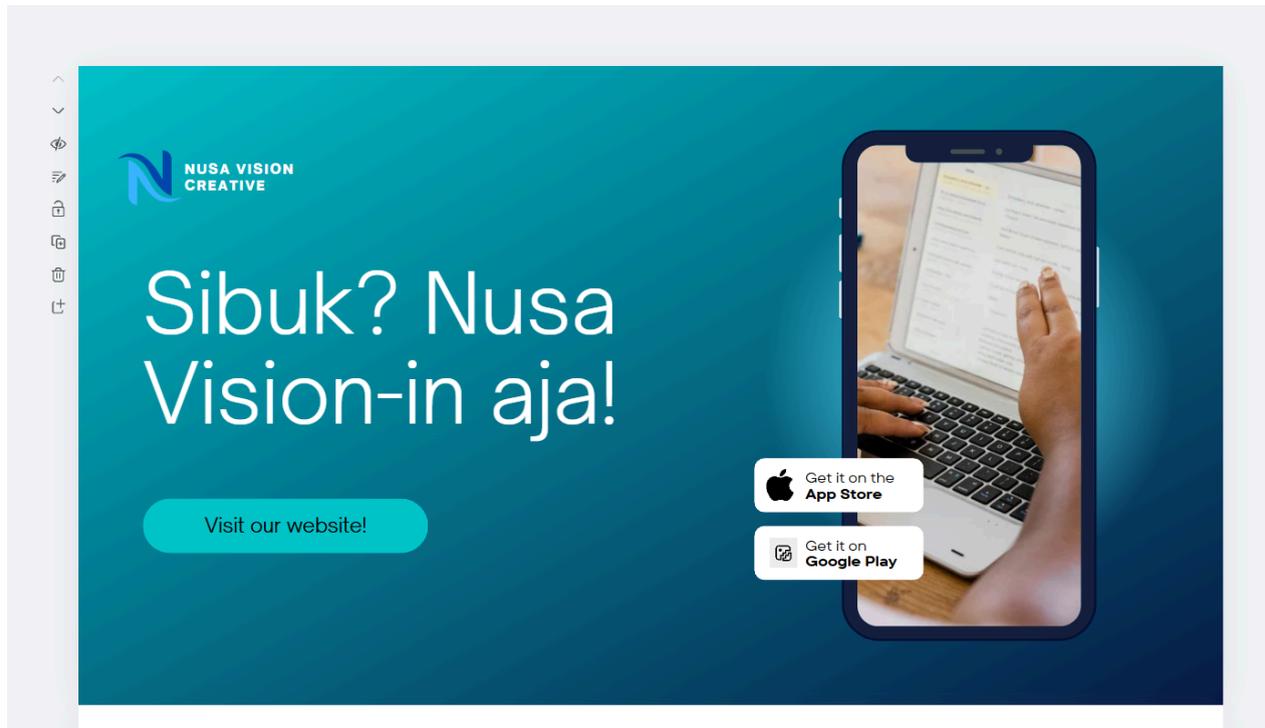
*Teori pendukung:* Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif membutuhkan konsistensi pesan, pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen, serta diferensiasi merek yang jelas untuk membangun loyalitas dan posisi kompetitif. Selain itu, Aaker (1991) menyatakan bahwa identitas merek yang kuat akan memperkuat persepsi, meningkatkan daya tarik, dan memudahkan proses pengambilan keputusan konsumen.

Dengan pendekatan tersebut, *Nusa Vision* tidak hanya berhasil membangun visibilitas di lingkungan kampus dan mitra eksternal, tetapi juga membentuk citra sebagai agensi kreatif mahasiswa yang dapat dipercaya dan kompeten dalam bidang branding dan pemasaran digital.



3.2.3 Desain Xbanner untuk keperluan *Demo day*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



3.2.4 Poster mengenai iklan Nusa Vision.

#### 4. Proses Konsultasi dan Eksekusi Proyek

Selama masa magang, penulis tidak hanya bertindak sebagai pengelola internal tetapi juga secara langsung terlibat dalam kegiatan eksternal yang mencakup konsultasi dengan klien dan pelaksanaan proyek secara menyeluruh. Proses ini dimulai dari tahap awal konsultasi, yaitu pertemuan dengan calon klien untuk memahami latar belakang usaha, kebutuhan komunikasi visual, serta tujuan promosi yang ingin dicapai.

Penulis menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal yang persuasif dan empatik untuk membangun hubungan baik dan kepercayaan dengan klien. Tahap selanjutnya adalah penyusunan proposal kerja yang memuat ruang lingkup proyek, estimasi waktu pengerjaan, harga layanan, serta bentuk deliverables yang akan diberikan. Proposal ini disusun dengan memperhatikan prinsip transparansi dan kejelasan agar seluruh pihak memahami ekspektasi masing-masing.

Jenis proyek yang ditangani selama magang meliputi pembuatan identitas visual bisnis (logo dan brand guideline), desain konten media sosial, penyusunan copywriting promosi, serta perancangan strategi kampanye digital untuk brand awareness dan peningkatan interaksi audiens.

Selama proses pengerjaan proyek, penulis mengelola alur kerja dengan metode berbasis *project-based collaboration*, di mana setiap divisi memiliki tanggung jawab terstruktur dan tenggat waktu yang ditentukan. Penulis juga melakukan revisi berdasarkan masukan klien dan melakukan pengiriman hasil akhir dalam format profesional sesuai kebutuhan masing-masing klien.

Penulis menerapkan prinsip *service-dominant logic* sebagaimana dikemukakan oleh Vargo dan Lusch (2004), yaitu pendekatan layanan berbasis nilai di mana keberhasilan proyek diukur bukan hanya dari hasil desain visual yang diserahkan, tetapi juga dari seberapa besar nilai yang dirasakan oleh klien melalui proses interaksi, komunikasi, dan kebermanfaatan solusi yang diberikan.

*Teori pendukung:* Menurut Grönroos (2007), kualitas layanan yang baik tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir produk, tetapi juga oleh proses layanan yang mencakup komunikasi yang responsif, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, serta kemampuan memberikan solusi yang relevan. Hal ini terbukti dalam praktik proyek *Nusa Vision*, di mana kepuasan klien didapat melalui interaksi aktif sepanjang proses pengerjaan, bukan hanya dari hasil akhirnya semata.

Dengan pendekatan tersebut, penulis mampu menjaga hubungan profesional yang berkelanjutan dengan klien serta meningkatkan kepercayaan terhadap kredibilitas *Nusa Vision* sebagai agensi kreatif yang bertanggung jawab dan kompeten.



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

3.2.5 Berkonsultasi dengan calon client

## 5. Evaluasi Kinerja dan Analisis Pasar

Evaluasi kinerja merupakan bagian penting dari kegiatan manajerial dalam menjalankan sebuah usaha. Selama masa magang, penulis secara rutin melakukan evaluasi terhadap kinerja tim internal, efektivitas strategi pemasaran, kualitas hasil proyek, serta tingkat kepuasan dari klien yang telah menggunakan jasa *Nusa Vision*. Evaluasi ini dilakukan dengan pendekatan reflektif dan partisipatif, yaitu

melibatkan masukan langsung dari seluruh anggota tim dan klien untuk meningkatkan kualitas layanan serta kinerja keseluruhan organisasi.

Evaluasi tim dilakukan setiap akhir minggu melalui rapat internal. Dalam rapat ini, penulis meninjau pencapaian target kerja, menyusun laporan kemajuan proyek, serta mengevaluasi kendala teknis dan non-teknis yang dihadapi oleh tiap divisi. Penulis menerapkan prinsip evaluasi berbasis indikator kinerja utama atau *Key Performance Indicators (KPI)*, yang mencakup efisiensi waktu pengerjaan, kualitas desain, komunikasi antar tim, dan responsivitas terhadap permintaan klien.

Di sisi lain, penulis juga melakukan analisis terhadap efektivitas strategi pemasaran digital yang telah diterapkan. Analisis dilakukan melalui pengamatan data interaksi di media sosial, seperti tingkat impresi, jumlah pengikut, tingkat keterlibatan (*engagement*), serta konversi dari pengunjung menjadi calon klien. Data ini diperoleh dari fitur *Instagram Insights* dan laporan performa bulanan yang disusun oleh tim *marketing*.

Selain evaluasi internal, penulis secara aktif melakukan riset pasar untuk memahami perkembangan tren dalam industri kreatif digital. Riset ini mencakup observasi terhadap konten yang sedang populer di kalangan target audiens (khususnya Gen Z dan pelaku UMKM), pemetaan strategi kompetitor sejenis, serta analisis kebutuhan klien berdasarkan survei kecil-kecilan dan wawancara tidak formal. Informasi yang dikumpulkan menjadi dasar dalam merancang pendekatan pemasaran yang relevan dan responsif terhadap dinamika pasar.

*Teori pendukung:* Menurut Drucker (1999), evaluasi yang efektif tidak hanya mengukur hasil akhir, tetapi juga menilai proses dan sistem kerja yang mendasarinya. Evaluasi rutin membantu organisasi dalam melakukan *continuous improvement* atau perbaikan berkelanjutan untuk menghadapi tantangan bisnis. Selain itu, Porter (1985) dalam *Competitive Advantage* menyatakan bahwa analisis kompetitif diperlukan agar bisnis

dapat mengidentifikasi posisi strategis dan menetapkan keunggulan bersaing yang tepat.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip evaluasi dan riset pasar secara terstruktur, penulis dapat mengidentifikasi aspek mana yang perlu ditingkatkan, menemukan peluang baru, serta memastikan bahwa strategi bisnis *Nusa Vision* tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pasar.



3.2.6 Gambar Diatas Menunjukkan evaluasi setelah *demo day*

## 6. Pengelolaan Keuangan Usaha

Pengelolaan keuangan merupakan aspek yang sangat penting dalam keberlangsungan sebuah usaha, termasuk dalam konteks startup seperti *Nusa Vision*. Selama masa magang, penulis bertanggung jawab dalam melakukan pencatatan, pengawasan, dan evaluasi terhadap arus kas usaha. Pengelolaan ini mencakup pemasukan dari proyek-proyek yang berhasil dijalankan serta pengeluaran operasional seperti biaya desain, langganan perangkat digital, dan kompensasi tim.

Pencatatan keuangan dilakukan secara mandiri oleh penulis menggunakan perangkat sederhana seperti Google Spreadsheet yang dirancang menyerupai format laporan kas harian dan bulanan. Setiap transaksi dicatat berdasarkan waktu, jenis transaksi (pemasukan atau pengeluaran), keterangan proyek, serta nilai nominal. Pendekatan ini membantu penulis dalam memperoleh gambaran yang jelas dan aktual terhadap posisi keuangan usaha secara real time.

Selain pencatatan transaksi, penulis juga menyusun laporan keuangan bulanan yang berisi rekap pendapatan total, pengeluaran tetap dan variabel, serta proyeksi kebutuhan dana operasional untuk bulan berikutnya. Dari laporan ini, penulis melakukan evaluasi terhadap efisiensi anggaran, menetapkan prioritas pengeluaran, serta merencanakan strategi untuk meningkatkan pendapatan usaha.

Dalam praktiknya, pengelolaan keuangan yang dijalankan oleh penulis mengacu pada prinsip dasar akuntansi manajerial, yaitu pengelolaan kas yang transparan, pencatatan sistematis, dan penyusunan laporan yang dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan strategis. Penulis juga menerapkan prinsip kehati-hatian dalam pengeluaran dan menjaga rasio kas sehat untuk menjaga stabilitas keuangan usaha.

*Teori pendukung:* Horngren et al. (2012) menyatakan bahwa akuntansi manajerial berfungsi sebagai alat pengambilan keputusan dalam perencanaan dan pengendalian operasional perusahaan. Sementara itu, menurut Gitman dan Zutter (2015), pengelolaan keuangan yang efektif akan meningkatkan efisiensi operasional serta kemampuan bisnis dalam mencapai profitabilitas jangka panjang.

Melalui pengelolaan keuangan yang sistematis, *Nusa Vision* mampu menjaga stabilitas kas, menghindari pemborosan anggaran, serta menyusun perencanaan keuangan yang realistis dan berkelanjutan. Hal ini

membuktikan bahwa meskipun dijalankan oleh tim mahasiswa, bisnis ini tetap mengedepankan prinsip profesionalitas dan tata kelola usaha yang baik.

Tr	Detail pengeluaran	Kategori	Anggaran	Biaya	Tanggal transaksi	Tr Dibayar oleh	Tr Catatan	Total
	Modal	modal	Rp500.000,00	Rp500.000,00	25/11/2024	Pemerintah	Modal dari pemerintah	Rp7.784.264,00
	Modal	modal	Rp500.000,00	Rp500.000,00	29/11/2024	Pemerintah	Modal dari pemerintah	Rp8.284.264,00
	Modal	modal	Rp500.000,00	Rp500.000,00	29/11/2024	Pemerintah	Modal dari pemerintah	Rp8.784.264,00
	Modal	modal	Rp500.000,00	Rp500.000,00	29/11/2024	Pemerintah	Modal dari pemerintah	Rp9.284.264,00
	Modal	modal	Rp500.000,00	Rp500.000,00	29/11/2024	Pemerintah	Modal dari pemerintah	Rp9.784.264,00
	Website: Hosting Domaian	pengeluaran	Rp797.868,00	Rp797.868,00	02/12/2024	Dania	Website domain dan hosting	Rp8.986.396,00
	Materai 10.000	pengeluaran	Rp28.000,00	Rp28.000,00	28/11/2024	Dania	materai untuk ttd kerjasama Website	Rp8.958.396,00
	Baju Nusa Vision	pengeluaran	Rp290.000,00	Rp290.000,00	03/12/2024	Syaffa	Sebagai identity bazzar demo day	Rp8.668.396,00
	XBanner	pengeluaran	Rp150.000,00	Rp150.000,00	02/12/2024	Syaffa	Sebagai identity bazzar demo day	Rp8.518.396,00
	Website	pengeluaran	Rp500.000,00	Rp500.000,00	03/12/2024	Dania	Bayar jasa tapi D	Rp8.018.396,00
	Cetak kebutuhan demo day	pengeluaran	Rp46.500,00	Rp46.500,00	03/12/2024	Farid Nabil	Cetak kebutuhan demo day	Rp7.971.896,00
	Kartu NFC	pengeluaran	Rp66.500,00	Rp66.500,00	03/12/2024	Farid Nabil	Cetak kebutuhan demo day	Rp7.905.396,00
	Merchen	pengeluaran	Rp300.000,00	Rp300.000,00	03/12/2024	Syaffa	kebutuhan demo day	Rp7.605.396,00
	Merchen	pengeluaran	Rp150.000,00	Rp150.000,00	04/12/2024	Farid Nabil	kebutuhan demo day	Rp7.455.396,00

### 3.2.7 Laporan keuangan Nusa Vision.

## 7. Pengembangan Jaringan dan Kolaborasi

Dalam upaya memperluas jangkauan bisnis serta membangun kredibilitas di kalangan publik, penulis secara aktif melakukan pengembangan jaringan (networking) dan menjalin kolaborasi strategis selama masa magang. Aktivitas ini merupakan bagian penting dalam strategi pertumbuhan *Nusa Vision*, karena relasi dan kemitraan yang kuat dapat membuka akses terhadap pasar baru, peluang proyek, serta sumber daya eksternal yang dibutuhkan oleh bisnis rintisan.

Penulis menjalin kerja sama dengan individu dan komunitas di lingkungan kampus Universitas Multimedia Nusantara, termasuk organisasi mahasiswa, komunitas wirausaha, dan unit kegiatan yang

berfokus pada kreativitas digital. Melalui kolaborasi ini, *Nusa Vision* tidak hanya mendapat kepercayaan untuk mengelola kebutuhan desain dan branding berbagai acara kampus, tetapi juga memperoleh eksposur yang signifikan di kalangan mahasiswa dan dosen.

Selain itu, penulis juga menjalin koneksi dengan pelaku UMKM dan bisnis lokal yang membutuhkan jasa kreatif seperti desain logo, konten media sosial, dan copywriting. Penulis secara aktif memperkenalkan layanan *Nusa Vision* melalui media sosial, forum kampus, dan komunikasi personal. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara penyedia jasa dan klien.

Keikutsertaan dalam berbagai kegiatan kewirausahaan kampus seperti seminar, demo day, bazar, dan sesi networking menjadi bagian integral dari strategi pengembangan jaringan. Dalam setiap kesempatan, penulis mempresentasikan portofolio layanan, memperkenalkan nilai bisnis, serta mengumpulkan kontak yang berpotensi menjadi mitra kerja atau konsumen.

*Teori pendukung:* Menurut Granovetter (1973) dalam teorinya *The Strength of Weak Ties*, koneksi sosial yang bersifat lemah (weak ties), seperti kenalan atau relasi luar lingkaran dekat, justru berperan penting dalam membuka akses terhadap informasi baru, sumber daya eksternal, dan peluang kerja sama yang tidak tersedia dalam jaringan internal. Sementara itu, Burt (2005) dalam konsep *structural holes* menyebutkan bahwa individu yang mampu menjembatani jaringan yang terputus dapat memperoleh keuntungan kompetitif karena memiliki akses terhadap informasi yang tidak dimiliki pihak lain.

Dengan memanfaatkan pendekatan tersebut, penulis tidak hanya memperkuat posisi *Nusa Vision* sebagai agensi kreatif mahasiswa yang terpercaya, tetapi juga membangun ekosistem relasi yang mendukung

pertumbuhan usaha jangka panjang. Aktivitas ini membuktikan bahwa jejaring sosial dan kolaborasi bukan hanya pelengkap, tetapi merupakan komponen strategis dalam pengembangan bisnis rintisan yang berkelanjutan.

### **8. Pengamatan Proses Bisnis**



3.2.8 Menghadiri seminar.

Selama masa magang di Nusa Vision, penulis melakukan pengamatan secara mendalam terhadap seluruh rangkaian proses bisnis yang berjalan di agency tersebut. Proses bisnis yang penulis amati meliputi berbagai tahapan mulai dari pengumpulan kebutuhan dan briefing dari klien, perencanaan strategi layanan, pelaksanaan operasional oleh tim kreatif dan manajemen sumber daya manusia, hingga evaluasi hasil dan feedback untuk perbaikan berkelanjutan.

Pengamatan ini sangat penting karena memungkinkan penulis memahami bagaimana setiap aktivitas bisnis saling terkait dan berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan. Saya mencatat bagaimana Nusa Vision menerapkan pendekatan sistemik dalam pengelolaan proyek klien, di mana setiap departemen dan individu memiliki peran spesifik namun saling mendukung. Misalnya, tim riset pasar mengumpulkan data kebutuhan klien, yang kemudian menjadi dasar bagi tim kreatif untuk membuat konten yang tepat sasaran, dan tim

manajemen memastikan bahwa sumber daya manusia yang dilibatkan memiliki kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan proyek.

Dengan memahami proses bisnis ini, penulis dapat melihat bagaimana Nusa Vision membangun nilai tambah bagi kliennya melalui koordinasi yang terstruktur dan alur kerja yang efisien. Hal ini juga membuka wawasan penulis mengenai pentingnya integrasi antar fungsi bisnis untuk menjaga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Secara teori, pengamatan proses bisnis ini sejalan dengan konsep *Value Chain* yang diperkenalkan oleh Michael E. Porter (1985). Porter menyatakan bahwa suatu organisasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan menganalisa dan mengoptimalkan setiap aktivitas dalam rantai nilai (*value chain*) yang dimilikinya. Setiap kegiatan, mulai dari *inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales*, hingga layanan purna jual, harus dievaluasi untuk menemukan cara meningkatkan efisiensi dan nilai yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam konteks Nusa Vision, pengelolaan SDM, pembuatan konten, serta koordinasi antar tim merupakan bagian dari *value chain* yang harus dikelola secara optimal agar *agency* mampu memberikan layanan terbaik. Pengamatan proses bisnis juga mengajarkan penulis bahwa pemahaman mendalam terhadap aktivitas internal perusahaan adalah kunci untuk mendukung inovasi dan perbaikan berkelanjutan.

Oleh karena itu, pengamatan proses bisnis selama magang ini tidak hanya memperkaya pengetahuan praktis penulis, tetapi juga memperkuat pemahaman penulis mengenai konsep manajemen strategis dan operasional yang berlaku dalam dunia kerja nyata, khususnya di industri jasa kreatif dan manajemen SDM seperti Nusa Vision.

## **9. Pemecahan Masalah**

Selama masa magang di Nusa Vision, penulis dihadapkan pada berbagai permasalahan yang muncul dalam pelaksanaan tugas sehari-hari. Salah satu contoh yang sering ditemui adalah keterbatasan data dalam proses riset pasar yang dapat menghambat analisis dan pengambilan keputusan. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, penulis mengambil inisiatif untuk mencari alternatif sumber data, melakukan validasi silang informasi dari beberapa sumber, serta berkonsultasi dengan pembimbing guna memperoleh solusi yang tepat dan efektif.

Pemecahan masalah merupakan kompetensi yang sangat penting dalam lingkungan kerja, khususnya pada perusahaan seperti Nusa Vision yang bergerak di bidang jasa kreatif dan pengelolaan sumber daya manusia. Dalam konteks ini, kemampuan untuk mengidentifikasi kendala secara tepat dan melakukan tindakan yang sistematis sangat dibutuhkan agar operasional proyek dapat berjalan dengan lancar dan tujuan klien dapat terpenuhi.

Pendekatan pemecahan masalah yang penulis terapkan selama magang mengacu pada model *problem solving* yang dikemukakan oleh Dewey (1933). Menurut Dewey, proses pemecahan masalah meliputi beberapa tahapan sistematis, yaitu identifikasi masalah, analisis situasi, pengembangan alternatif solusi, evaluasi dan pemilihan solusi terbaik, serta implementasi dan evaluasi hasil. Dengan mengikuti tahapan ini, solusi yang dihasilkan menjadi lebih terstruktur dan berdampak positif bagi kelancaran proses kerja.

Selain itu, teori *Creative Problem Solving* (Isaksen, Dorval, & Treffinger, 2011) juga menjadi landasan penting dalam menghadapi tantangan di Nusa Vision. Teori ini menekankan pentingnya kreativitas dalam menghasilkan solusi inovatif yang sesuai dengan kebutuhan spesifik proyek, yang sangat relevan dengan karakter industri kreatif dan manajemen sumber daya manusia yang dijalankan oleh Nusa Vision.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, penulis dapat berkontribusi dalam menjaga kelancaran operasional proyek, meningkatkan kualitas layanan, serta memberikan hasil yang memuaskan bagi klien. Selain itu, proses pemecahan masalah secara sistematis dan kreatif ini juga meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan analitis penulis, yang menjadi bekal penting untuk pengembangan profesional di masa depan.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama pelaksanaan kegiatan magang di Nusa Vision, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas, adaptasi terhadap lingkungan kerja, hingga aspek teknis dalam mendukung pekerjaan. Kendala-kendala ini menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran dan pengembangan diri penulis selama masa magang berlangsung. Berikut adalah uraian kendala yang ditemui selama kegiatan magang:

#### **3.3.1. Progress Website yang Tertunda**

Salah satu kendala yang cukup signifikan adalah progres pengembangan website Nusa Vision yang mengalami penundaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain perubahan brief dari klien internal, kurangnya koordinasi antara tim desain dan developer, serta keterbatasan sumber daya manusia yang tersedia untuk menangani pengerjaan teknis secara paralel. Penundaan ini berdampak pada terhambatnya proses dokumentasi portofolio digital yang penting sebagai media presentasi dan promosi layanan Nusa Vision kepada calon klien.

#### **3.3.2. Kesulitan dalam Menentukan *Unique Selling Proposition* (USP)**

Pada tahap perencanaan strategi komunikasi brand, tim menghadapi kesulitan dalam merumuskan USP (*Unique Selling Proposition*) yang benar-benar menonjol dan membedakan Nusa Vision dari kompetitor sejenis di bidang jasa kreatif dan *digital marketing*. USP

sangat penting untuk memperkuat positioning brand dan memudahkan proses branding secara konsisten. Namun, karena Nusa Vision masih tergolong sebagai entitas baru yang sedang mencari jati diri, maka proses identifikasi nilai unik yang dapat diangkat menjadi daya tarik utama membutuhkan waktu, diskusi yang panjang, serta observasi mendalam terhadap kompetitor dan target pasar.

### **3.3.3. Kesulitan dalam Manajemen Waktu**

Penulis juga menghadapi kendala dalam mengatur waktu, terutama ketika dihadapkan dengan beberapa tugas dalam waktu yang bersamaan. Keterbatasan pengalaman dalam manajemen waktu menyebabkan beberapa pekerjaan tidak selesai sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan.

Covey (1989) dalam bukunya *The 7 Habits of Highly Effective People* menyatakan pentingnya kemampuan mengelola prioritas dengan membedakan antara tugas yang penting dan mendesak. Dalam konteks magang di Nusa Vision, kemampuan ini menjadi krusial karena penulis perlu menyelaraskan waktu pribadi dengan kebutuhan proyek tim agar produktivitas tetap optimal.

### **3.3.4. Adaptasi terhadap Budaya Kerja Organisasi**

Sebagai mahasiswa yang baru pertama kali memasuki dunia kerja profesional, penulis memerlukan waktu untuk beradaptasi dengan budaya kerja yang ada di Nusa Vision. Di awal masa magang, penulis merasa canggung untuk mengemukakan pendapat atau aktif dalam diskusi karena belum sepenuhnya memahami ritme dan pola kerja tim.

Teori *organizational socialization* oleh Van Maanen dan Schein (1979) menyebutkan bahwa proses penyesuaian terhadap norma dan

budaya organisasi memerlukan pembelajaran bertahap, melalui observasi dan partisipasi aktif dalam kegiatan kerja. Penulis menyadari pentingnya keterbukaan dan komunikasi dua arah dalam mempercepat proses adaptasi ini.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Selama pelaksanaan kegiatan magang di Nusa Vision, berbagai tantangan yang muncul tidak hanya menjadi hambatan, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran yang memperkaya pemahaman penulis terhadap dunia kerja yang sesungguhnya. Dalam menghadapi kendala tersebut, penulis berupaya untuk tidak menyerah begitu saja, melainkan aktif mencari solusi yang relevan, baik melalui pendekatan individu maupun melalui kerja sama tim. Berikut adalah uraian solusi yang dilakukan untuk mengatasi masing-masing kendala secara nyata:

#### **3.4.1 Penyusunan Ulang Timeline Website dan Koordinasi Tim**

Untuk mengatasi keterlambatan pengerjaan website Nusa Vision, dilakukan penyusunan ulang timeline berbasis metode Agile Project Management, yaitu pendekatan yang berfokus pada iterasi pendek dan perbaikan berkelanjutan (Beck et al., 2001). Dengan membagi proses kerja mingguan dan mengadakan pertemuan evaluasi rutin, setiap anggota tim dapat saling memperbarui progres, mendeteksi hambatan lebih awal, dan menyesuaikan target kerja secara lebih fleksibel.

#### **3.4.2 Menentukan *Unique Selling Proposition* (USP) melalui Riset Kompetitor dan Diferensiasi Nilai**

Kesulitan dalam merumuskan USP diselesaikan melalui metode **Competitive Benchmarking** dan analisis *positioning* berdasarkan teori **Value Proposition Canvas** (Osterwalder et al., 2014). Tim melakukan observasi mendalam terhadap layanan dan identitas brand kompetitor di industri agensi kreatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai unik Nusa Vision terletak pada keterlibatan talenta muda dari Universitas Multimedia

Nusantara yang memberikan perspektif segar dan adaptif terhadap tren pasar.

Dengan memahami pain points dan gain creators klien, tim menyusun narasi diferensiasi: “Nusa Vision sebagai creative hub berbasis kampus inovatif, menghadirkan solusi digital yang fresh dan relevan dengan generasi masa kini.” Hal ini memperjelas USP dan mendukung strategi branding ke depannya. USP yang penulis dapatkan ialah menyediakan program *portfolio builder*, dimana client dijamin akan hasil mereka yang akan terus dibimbing untuk menjadi bagus, berikutnya Nusa Vision juga memberikan sistem *levelling / badge*, yang berarti jika *freelancer* rajin mengerjakan tugas akan dicatat melalui sistem kami yang juga memberikan keuntungan bagi mereka.

### 3.4.3 Solusi terhadap Adaptasi Budaya Kerja

Memasuki lingkungan kerja baru di Nusa Vision, terutama dengan struktur kerja yang kolaboratif dan dinamis, menuntut penulis untuk cepat beradaptasi dengan pola komunikasi dan ritme kerja tim. Pada minggu pertama, penulis merasa ragu untuk menyampaikan pendapat saat rapat internal karena takut pendapat tersebut tidak relevan atau kurang berpengaruh. Namun setelah melihat bagaimana anggota tim lain saling menghargai ide satu sama lain, penulis mulai mencoba menyampaikan ide secara bertahap.

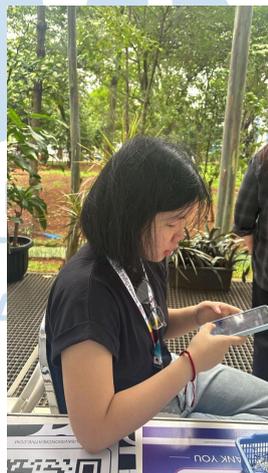
Sebagai contoh, saat brainstorming konten visual untuk kampanye Ramadan, penulis mengusulkan ide desain dengan dominasi warna pastel dan penggunaan ilustrasi sederhana yang lebih menyentuh sisi emosional audiens. Ide tersebut akhirnya diterima dan diimplementasikan oleh tim desain.

Menurut teori *organizational socialization* dari Van Maanen dan Schein (1979), proses adaptasi ini merupakan bentuk internalisasi nilai dan norma organisasi, yang dapat berjalan lebih cepat jika individu aktif berpartisipasi dan membuka diri terhadap dinamika tim. Nusa Vision sebagai organisasi yang terbuka sangat mendukung proses ini, di mana ide dari siapa pun dihargai selama relevan dan konstruktif.

#### 3.4.4 Adaptasi Budaya Kerja melalui Umpan Balik dan Observasi

Penulis menyadari pentingnya adaptasi dalam sebuah organisasi, terutama dalam hal budaya kerja. Dengan menerapkan teori **Cultural Intelligence** (Earley & Ang, 2003), penulis berusaha memahami dinamika komunikasi informal dan fleksibel yang menjadi ciri khas lingkungan kerja Nusa Vision. Melalui observasi dan diskusi dengan tim, penulis mulai aktif menyampaikan pendapat dan menunjukkan inisiatif tanpa menunggu instruksi langsung.

Feedback dari mentor juga dijadikan bahan refleksi untuk meningkatkan performa kerja dan keterampilan interpersonal secara berkelanjutan.



3.2.9 Gambar Diatas Menunjukkan sedang mengambil *feedback*