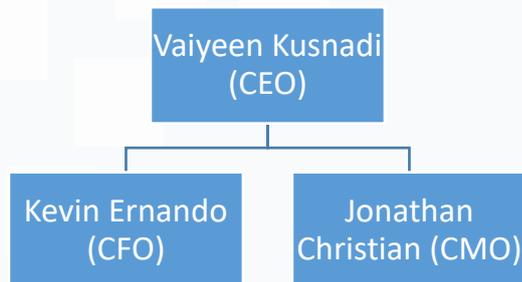


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan anggota Renyak



Bagan 3.1 Kedudukan Anggota Renyak

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Selama melaksanakan kerja magang, saya ditempatkan di bagian *Chief Marketing Officer (CMO)*. Posisi ini memiliki peran penting dalam mengelola dan mengoordinasikan seluruh kegiatan pemasaran sebuah Bisnis Renyak. Sebagai mahasiswa magang, saya berada di bawah kepemimpinan *Chief Executive Officer (CEO)* yaitu Vaiyeen Kusnadi. Dan CMO terlibat dalam beberapa proyek pemasaran dan promosi di media social.

Penulis mendapat bimbingan langsung dari Hoky nanda sebagai pembimbing dalam kerja magang kami dari Skystar Ventures, Hoky nanda sebagai *Program Officer* dari Skystar Ventures. Dalam pelaksanaan kerja magang, mentor memiliki peran yang sangat penting. Mentor Memberikan Arahan dan membantu mahasiswa magang memahami budaya kerja perusahaan, standar operasional, serta etika profesional yang harus dijalankan selama magang. Kemudian mentor/pembimbing Memberikan

Penugasan yang Sesuai, Mentor memastikan bahwa tugas yang diberikan relevan dengan program magang dan sesuai dengan kemampuan serta bidang yang ingin dipelajari oleh mahasiswa magang.

Mentor juga Memberikan Umpan Balik dan Evaluasi Mentor secara rutin mengevaluasi hasil kerja mahasiswa magang, memberikan saran dan kritik konstruktif untuk meningkatkan kualitas kerja.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang yang berlangsung dari tanggal 3 Februari Hingga 30 Mei 2025, penulis terlibat aktif dalam kegiatan pengoperasian sebuah bisnis yang bernama Renyak. Bisnis Renyak mengikuti program Inkubasi dari PT Skystar Ventures, yang berada di Universitas Multimedia Nusantara. Bisnis Renyak merupakan sebuah bisnis UMKM yang bergerak dalam bidang FnB yaitu cemilan Tradisional yang terbuat dari bahan-bahan alami yaitu Rujak dan Cakwe/ Cireng. Bisnis Renyak dikembangkan secara mandiri oleh tim mahasiswa yang mengikuti Program MBKM Kewirausahaan.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Kewirausahaan memberikan berbagai manfaat yang sangat berarti bagi mahasiswa magang, yaitu Meningkatkan Jiwa Wirausaha Mahasiswa belajar cara berpikir kreatif dan inovatif dalam menghadapi tantangan di dunia usaha. Ini membentuk pola pikir wirausaha yang berorientasi pada solusi. Kemudian Mengasah Keterampilan Praktis Program ini membantu mahasiswa menguasai keterampilan praktis, seperti manajemen bisnis, pemasaran, dan keuangan.

Pengalaman langsung ini akan menjadi modal berharga di masa depan. Memperluas Jejaring dan Relasi Mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk berkolaborasi dengan mentor, pengusaha, dan rekan sejawat, sehingga dapat membangun jejaring yang berguna di masa depan.

Kemandirian dan Tanggung Jawab, Dalam program ini, mahasiswa dituntut untuk memiliki inisiatif, disiplin, dan tanggung jawab penuh terhadap proyek yang dijalankan, sehingga kemandirian mereka meningkat.

Dalam pelaksanaan kerja magang Penulis ditempatkan pada posisi *Chief Marketing Officer*. Dalam mengikuti Pelaksanaan Program MBKM ini yang berdampak bagi penulis yaitu Belajar Strategi Pemasaran Langsung, Mempelajari bagaimana strategi pemasaran direncanakan dan dilaksanakan oleh CMO. Ini memberikan pemahaman tentang bagaimana perusahaan meraih pasar dan membangun citra merek.

Karena pemasaran erat kaitannya dengan komunikasi, penulis belajar cara menyampaikan pesan yang tepat kepada audiens melalui berbagai media sosial. Kemudian Penulis dilibatkan dalam pembuatan materi promosi (seperti iklan, konten media sosial), sehingga kemampuan berpikir kreatif semakin terasah. Penulis juga merasakan langsung bagaimana cara untuk riset pasar hingga pelaksanaan dan evaluasi, memberikan pengalaman yang sangat berharga.

Dengan terlibat dalam riset pasar dan evaluasi, penulis akan lebih memahami pentingnya data dalam pengambilan keputusan pemasaran. Berikut merupakan rincian tugas yang sudah dilakukan penulis dalam pelaksanaan tugas kerja magang

TABEL TUGAS UTAMA

NO	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Tujuan
1	Konten <i>Story</i> Instagram <i>#Funfact</i>	Team Renyak	Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> , <i>Story</i> Instagram membantu memperkenalkan bisnis rujak cakwe kepada lebih banyak orang, sehingga audiens menjadi lebih familiar dengan produk.

2	Konten <i>Pre-Order</i> 1 Renyak Instagram	Team renyak	Meningkatkan Minat Konsumen, Konten pre-order menciptakan rasa penasaran dan ekspektasi terhadap produk, sehingga konsumen merasa tertarik dan menunggu tanggal rilis atau ketersediaan produk.
3	Konten <i>Reels</i> Instagram	Team Renyak	Menjangkau Audiens Lebih Luas, Reels memiliki algoritma khusus yang memprioritaskan konten video singkat, sehingga bisnis bisa menjangkau audiens baru di luar follower.
4	Mencari tenant/bazaar	Team Renyak	Meningkatkan Penjualan, Bazaar atau tenant memberi kesempatan langsung untuk menjual produk ke pengunjung, sehingga bisa meningkatkan pendapatan secara signifikan.
5	Paid Promote organisasi Euforia	Pak Wahyudi	Meningkatkan Engagement Paid promote sering kali menghasilkan interaksi yang lebih tinggi, seperti like, komen, dan share, yang bisa memperkuat kehadiran bisnis di media sosial.

Tabel 3.1 Tugas Utama

Sumber : Olahan Penulis (2025)

3.3.2 Uraian Pelaksanaan Tugas Magang

Pelaksanaan program magang selama kurang lebih 4 bulan dalam PT.Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara, penulis berperan sebagai CMO dalam menjalankan bisnis Renyak. Dalam posisi CMO penulis terlibat untuk bertanggung jawab dan meningkatkan Citra *merk* Renyak, serta merancang strategi pemasaran bisnis Renyak. Yang tujuannya untuk menarik minat

audiens terhadap bisnis Renyak. Strategi pemasaran ini sangat penting untuk mengenalkan produk bisnis Renyak kepada audiens. Penulis juga memiliki tugas untuk menghidupkan akun *social media* Renyak, seperti membuat konten, memposting *Funfact* dari produk Renyak, serta Konten *Open PreOrder*.



Gambar 3.1 Konten *Funfact*

Sumber : Instagram *Renyak_Id* (2025)

Membuat konten *funfact* tentang sebuah produk memiliki banyak tujuan yang bermanfaat bagi bisnis. Pertama, fun fact membantu menarik perhatian audiens dengan menghadirkan sisi unik dan menarik dari produk, sehingga audiens lebih cepat tertarik untuk mengenal produk tersebut. Selain itu, *funfact* juga mampu membangun koneksi emosional antara audiens dan produk karena memberikan informasi yang ringan, edukatif, sekaligus menghibur. Hal ini membuat audiens merasa lebih dekat dan nyaman dengan produk.

Tidak hanya itu, konten *funfact* biasanya lebih sering dibagikan atau dikomentari karena sifatnya yang menyenangkan, sehingga *engagement* pun meningkat secara signifikan. Memberikan fakta unik juga membantu bisnis membedakan produk dari kompetitor dan membangun citra *brand* yang lebih menonjol serta kreatif. Dengan

demikian, konten *funfact* tidak hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga menjadi strategi efektif untuk membangun identitas *brand* yang lebih kuat dan menarik.



Gambar 3.2 Update Lokasi Jualan

Sumber : Instagram Renyak_Id (2025)

Sehubungan dengan kegiatan kami pada bulan maret yaitu kami berjualan Rujak Cakwe (Renyak) yang berlokasi di Medang Lestari yang tidak jauh dengan kampus Univeristas Multimedia Nusantara. Berhubung pada bulan maret adalah bulan puasa, jadi kami memutuskan untuk berjualan di Medang untuk meramaikan orang orang yang mencari takjil, karena menurut kami Rujak cakwe masih cocok dengan kebutuhan Masyarakat yang ingin nyemi setelah berbuka puasa. Tugas penulis yaitu memberikan *update* tentang Lokasi, jam buka, dan juga informasi lainnya untuk diposting ke *story* Instagram Renyak.



Gambar 3.3 Konten Preorder 1 dan 2

Sumber : Instagram Renyak_Id (2025)

Renyak melakukan *open Pre-Order* selama magang berlangsung sebanyak 2 kali. *Open Pre-Order* yang pertama dilakukan pada tanggal 29 April 2025 dengan hasil mendapat pembeli sebanyak 13 porsi dengan nominal pendapatan sebanyak Rp.206.000. kemudian *Open Pre-Order* yang kedua dilakukan pada tanggal 5 Mei 2025 dengan hasil mendapat pembeli sebanyak 12 porsi dengan nominal pendapatan sebanyak Rp.188.000.

Tujuan penulis membuat konten *preorder* di *story* Instagram adalah untuk menciptakan antusiasme dan minat calon pelanggan terhadap produk yang akan dijual. Dengan mengumumkan preorder melalui *story*, bisnis dapat memanfaatkan eksklusivitas produk.

Konten *preorder* ini membantu bisnis mempersiapkan dan mengelola permintaan dengan lebih baik, karena calon pembeli dapat langsung memesan produk sebelum stok habis. Selain itu, fitur interaktif seperti *polling*, pertanyaan, dan *sticker* dalam *story* Instagram juga mendorong interaksi yang lebih tinggi.



Gambar 3.4 Konten Reels

Sumber : Instagram Renyak_Id (2025)

Penulis bertanggung jawab dalam membuat konten *reels*, mulai dari mencari *trend* yang sedang viral di Instagram, *shooting video reels* dan mengedit *video reels*. Penulis membuat *video Reels* di Instagram seputar Renyak memiliki banyak manfaat yang sangat penting. *Reels* adalah format video pendek yang dinamis dan interaktif, sehingga membantu bisnis Renyak menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih menarik dan kreatif. *Video Reels* juga lebih mudah viral karena algoritma Instagram cenderung memprioritaskan konten video, sehingga bisnis memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau audiens baru di luar *Followers*. Selain itu, *Reels* juga meningkatkan *engagement*, karena audiens biasanya lebih suka menyukai, mengomentari, atau membagikan video yang singkat dan menarik.

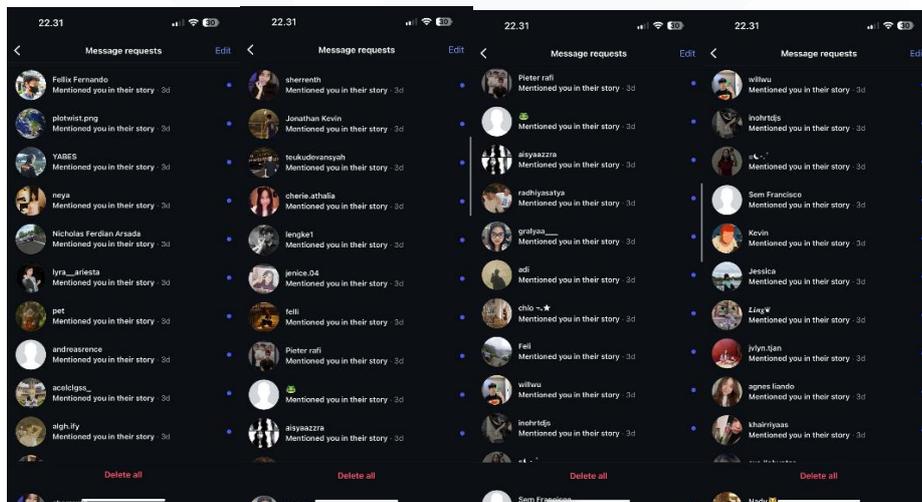
Paid Promote Organisasi Euforia



Gambar 3.5 Paid Promote Euforia

Sumber : Data pribadi penulis(2025)

Hasil Paid Promote



Gambar 3.6 Hasil paidpromote

Sumber : data pribadi penulis (2025)

Penulis melakukan *Paid promote* melalui organisasi di kampus memiliki tujuan yang strategis dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Dengan memanfaatkan jaringan dan audiens yang sudah terbentuk di

organisasi kampus, bisnis dapat menjangkau target pasar yang lebih spesifik dan relevan.

Paid promote ini tidak hanya meningkatkan *brand awareness*, tetapi juga menciptakan kredibilitas karena bisnis didukung oleh organisasi yang memiliki reputasi baik di lingkungan mahasiswa. Selain itu, *paid promote* lewat organisasi kampus juga memungkinkan bisnis untuk membangun relasi jangka panjang dengan komunitas tersebut, membuka peluang kolaborasi di masa depan.

Penulis membuat 2 postingan *reels* dan 2 postingan instagram *story* berupa konten *Pre-order*, dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang masing masing memegang 2 posisi. penulis memegang posisi CMO dan juga CPO. penulis menjadi terbagi fokus kepada proses produksi dari Renyak. seperti membuat bumbu rujak dan juga membeli bahan bahan rujak, seperti buah, asam jawa, cabai, gula merah, kacang tanah dan cakwe. dikarenakan fokus dengan membuat produk rujak cakwe, penulis tidak sempat untuk merencanakan dan membuat konten di Instagram *renyak_id*.

3.3 Kendala yang Ditemukan.

1. Menjaga konsistensi *branding* dan komunikasi pemasaran di Media Sosial

Penulis sebagai CMO perlu memastikan bahwa pesan *brand* yang disampaikan melalui berbagai *platform* seperti media sosial, tetap konsisten. Hal ini penting agar *brand* memiliki identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh audiens.

2. Mengikuti tren pasar yang cepat berubah

Tren pasar yang terus berubah menuntut Penulis untuk selalu *update* dan fleksibel dalam membuat strategi. Hal ini menjadi tantangan karena perubahan tren harus diimbangi dengan inovasi yang relevan.

3. Sulitnya untuk mencari tempat atau bazaar untuk berjualan

Ini terjadi karena tidak semua *bazaar* atau *event* memiliki ketersediaan tempat yang sesuai dengan kebutuhan dan *budget* bisnis. Terkadang, lokasi strategis sudah penuh lebih dulu, sehingga harus mencari alternatif lain yang mungkin tidak terlalu ramai pengunjungnya.

3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Menjaga konsistensi *branding* dan komunikasi pemasaran di Media Sosial

Solusi: Membuat *branding* secara *detail*, termasuk logo, warna, dan gaya visual, sehingga semua materi promosi bisa selaras dengan semua konten.

2. Mengikuti tren pasar yang cepat berubah

Solusi: Melakukan riset pasar secara berkala, memantau kompetitor, dan selalu berinovasi dalam pengembangan produk.

3. Sulitnya untuk mencari tempat atau bazaar untuk berjualan.

Solusi: Untuk mengatasi kendala ini, melakukan riset bazaar dari jauh-jauh hari sebelum event dimulai. Carilah informasi tentang bazaar melalui media sosial, grup komunitas, atau rekomendasi teman agar bisa mendapatkan tempat lebih awal.

3.5. Evaluasi Magang

Evaluasi penjualan yang kurang memuaskan dari hasil penjualan PO dikarenakan Instagram dari *renyak_id* kurang banyak memiliki jumlah followers, maka mendapatkan hasil penjualan dari open PO tidak maksimal. kemudian team Renyak hanya membuka tenant hanya sekali dengan waktu buka hanya 7 hari berjualan, maka dari itu penjualan terhadap produk renyak juga kurang maksimal. evaluasi untuk kedepannya, team renyak harus membuka tenant secara berkala untuk menekan pemasukan dan jumlah dari konsumen Renyak. untuk kedepannya, penulis harus meningkatkan *brand awareness* dari Renyak dengan melakukan pembuatan konten atau *challenge*

secara rutin dan terjadwal di Instagram renyak_id untuk meningkatkan jumlah followers renyak_id. kemudian membuka bazaar atau tenant secara berkala untuk meningkatkan penjualan dari produk Renyak.

