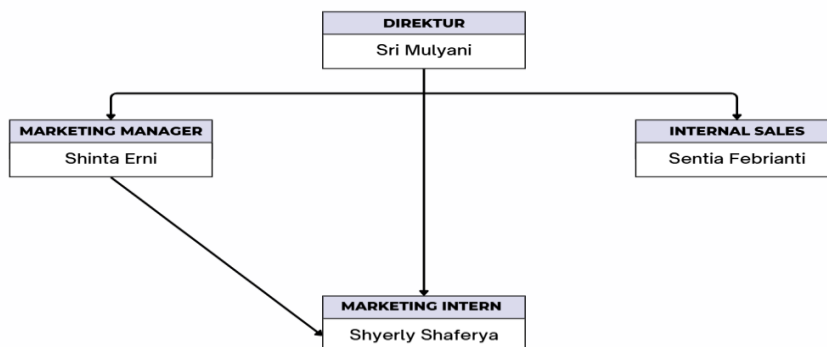


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang di PT Surya Multi Printindo, penulis ditempatkan di Divisi *Marketing – Sales and Customer Acquisition*. Dalam menjalankan kegiatan magang ini, penulis berada di bawah arahan langsung dari Ibu Sri Mulyani yang menjabat sebagai Direktur. Walaupun memiliki jabatan tinggi, Ibu Sri Mulyani tidak hanya berperan dalam pengambilan keputusan strategis, tetapi juga secara aktif terlibat dalam aktivitas pemasaran dan operasional harian serta memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis. Beliau menjelaskan secara langsung bagaimana alur kerja yang berlaku di perusahaan, khususnya dalam kegiatan pemasaran dan akuisisi pelanggan.



Gambar 3. 1 Kedudukan dan Koordinasi

Sumber: Data Pribadi

Selama proses magang, Ibu Sri Mulyani banyak memberikan pengetahuan mengenai cara mencari calon pelanggan (*customer acquisition*), teknik mendekati dan menjalin komunikasi dengan calon customer, serta cara melakukan kunjungan

langsung ke customer baru. Tidak hanya itu, beliau juga memperkenalkan penulis pada proses monitoring kinerja penjualan dan bagaimana membaca data yang berhubungan dengan perkembangan usaha.

Selain Ibu Sri Mulyani, penulis juga dibimbing oleh Shinta Erni yang menjabat sebagai Marketing Manager. Beliau mengajarkan penulis tentang bagaimana cara menginput data laporan penerimaan PO perusahaan. Selain itu ada juga Bapak Dhani yang menjabat sebagai Product Manager (Prod. Manager). Beliau mengajarkan penulis tentang proses produksi di dunia percetakan, mulai dari pengenalan terhadap mesin-mesin cetak, jenis-jenis kertas yang digunakan, hingga cara memantau jalannya proses cetak item pesanan klien. Pengetahuan ini sangat penting karena dalam industri percetakan, pemahaman tentang bahan dan mesin akan mempengaruhi kualitas produk akhir.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani program magang di PT. Surya Multi Printindo, penulis sebagai mahasiswa magang ditempatkan di Divisi *Marketing – Sales and Customer Acquisition* dengan berbagai tanggung jawab yang berhubungan dengan aktivitas penjualan dan pengelolaan hubungan pelanggan. Berikut adalah rincian tugas yang telah dilaksanakan selama periode magang tersebut:

Tabel 3. 1 Tugas Yang Dilakukan

NO.	Jenis Pekerjaan	Divisi	Koordinasi	Hasil
1.	Mencari Pelanggan Baru (<i>Customer Acquisition</i>)	<i>Marketing – Sales and Customer Acquisition</i>	Sri Mulyani	Penulis menghubungi pelanggan baru sebanyak 5 orang selama 1 minggu melalui riset data dan sosial media.
2.	Mendampingi SPV Untuk Melakukan Kunjungan Bertemu Dengan Customer	<i>Marketing – Sales and Customer Acquisition</i>	Sri Mulyani	Penulis turut serta dalam kegiatan kunjungan lapangan bersama supervisor dan mengamati proses komunikasi langsung dengan pelanggan selama 1 bulan 1 kali. Hal ini memberikan wawasan praktis tentang cara membangun hubungan baik dengan customer serta memahami kebutuhan mereka.

3.	Membuat Laporan Penerimaan PO Perusahaan.	<i>Marketing – Sales and Customer Acquisition.</i>	Shinta Erni	Penulis menyusun laporan penerimaan PO berdasarkan data pesanan dari pelanggan, yang berisi informasi seperti tanggal PO, nama perusahaan, produk, harga, dan total transaksi. Laporan ini membantu tim dalam mengevaluasi arus penjualan. Tugas penerimaan PO di kerjakan 1 minggu dengan total 5 data PO.
4.	Melakukan Follow Up Customer.	<i>Marketing – Sales and Customer Acquisition.</i>	Sri Mulyani	Penulis menghubungi pelanggan lama melalui pesan WhatsApp untuk menanyakan kelanjutan pemesanan atau memberikan informasi promosi. Hal ini bertujuan menjaga hubungan baik dan mendorong pelanggan melakukan repeat order. Tugas ini di lakukan setiap 1 minggu dengan total 5 orang.

5.	Membuat Konten Postingan Instagram.	<i>Marketing – Sales and Customer Acquisition.</i>	Sri Mulyani	Penulis membuat 3 desain konten promosi produk dalam 2 minggu 1 kali, untuk akun Instagram perusahaan menggunakan aplikasi desain grafis. Setiap konten yang dibuat terlebih dahulu diajukan untuk proses approval kepada atasan.
Pekerjaan Tambahan				
1.	Melakukan PPOS Bersama Tim Operation.	<i>Operation.</i>	Dani Priyanto	Penulis terlibat dalam proses <i>Proof Print On the Spot</i> (PPOS) setiap 1 kali dalam 1 bulan untuk memastikan hasil cetak sesuai dengan spesifikasi desain, warna, dan ukuran yang telah disetujui oleh pelanggan. Kegiatan ini memberikan pemahaman praktis tentang proses produksi dan kualitas kontrol di bidang percetakan.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Berikut uraian secara rinci mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama magang berlangsung:

1. Mencari Pelanggan Baru (Customer Acquisition)

Salah satu kegiatan penting yang dilakukan selama pelaksanaan magang di PT Surya Multi Printindo adalah upaya akuisisi pelanggan baru. Kegiatan ini bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengenalkan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan, serta membangun komunikasi awal yang berpotensi berujung pada kerja sama bisnis jangka panjang. Dalam konteks industri percetakan yang sangat kompetitif, strategi akuisisi pelanggan memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan perusahaan, terutama dalam memperoleh pelanggan dari sektor usaha kecil dan menengah (UMKM), pelaku usaha lokal, serta organisasi yang memiliki kebutuhan terhadap layanan percetakan.

Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan pendekatan pencarian mandiri dengan memanfaatkan berbagai platform digital. Langkah pertama yang dilakukan adalah menggunakan mesin pencari Google sebagai alat utama untuk mengumpulkan data awal terkait calon pelanggan. Penulis secara aktif mencari informasi dengan memasukkan kata kunci yang relevan, seperti “toko kue terdekat”, “UMKM kemasan produk”, “event organizer Jakarta”, dan istilah lain yang menggambarkan sektor-sektor yang umumnya membutuhkan produk percetakan seperti kemasan, label, stiker, dan tas promosi. Melalui pencarian ini, penulis memperoleh daftar nama usaha dan organisasi yang kemudian dianalisis lebih lanjut untuk menilai potensi mereka sebagai pelanggan.

Dari hasil pencarian tersebut, apabila ditemukan informasi kontak seperti nomor telepon, alamat email, atau tautan media sosial yang tercantum di halaman website resmi maupun Google Maps, maka data tersebut segera dicatat dan disusun ke dalam daftar prospek pelanggan. Kontak awal umumnya dilakukan melalui aplikasi pesan instan WhatsApp dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang profesional. Pesan yang dikirimkan berisi pengenalan singkat mengenai PT Surya Multi Printindo, jenis layanan yang ditawarkan (seperti percetakan kemasan,

stiker, tas, dan sablon), serta penawaran kerja sama. Apabila diperlukan, penulis juga menyertakan katalog digital berisi contoh produk dan desain percetakan sebagai bahan pertimbangan bagi calon pelanggan.

Apabila informasi kontak yang tersedia hanya berupa alamat email, maka penulis mengirimkan email penawaran dengan struktur yang formal namun ringkas. Isi email mencakup identitas perusahaan, penjelasan singkat mengenai layanan yang tersedia, serta ajakan untuk berdiskusi lebih lanjut.

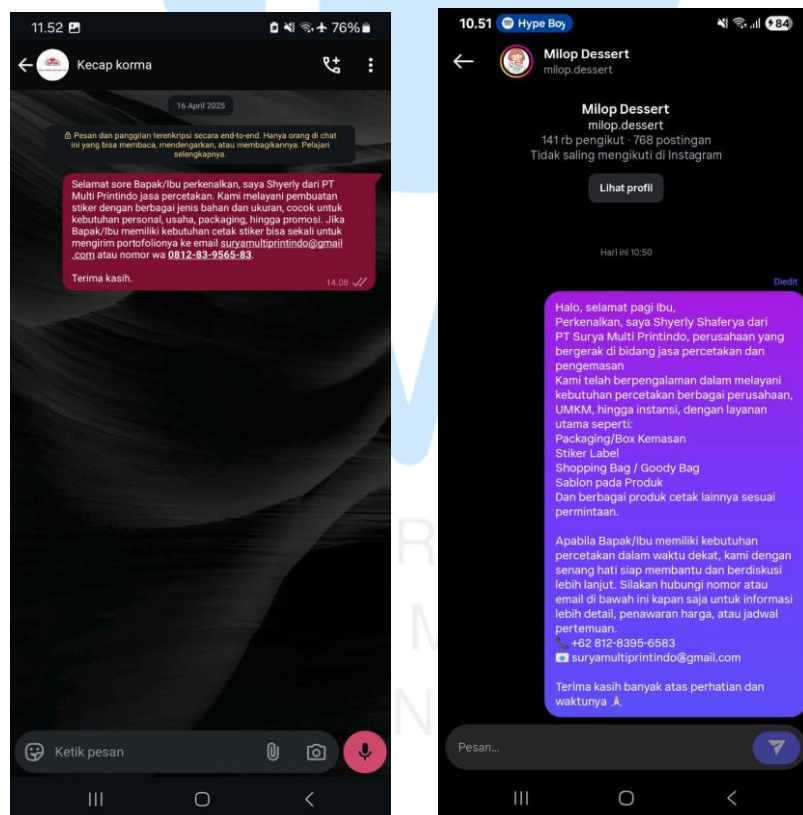
Selain mengandalkan pencarian melalui mesin pencari, penulis juga mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai salah satu strategi utama dalam akuisisi pelanggan. Platform seperti Instagram dan TikTok menjadi sarana yang efektif untuk menemukan akun-akun bisnis yang aktif mempromosikan produk mereka secara visual. Dalam hal ini, penulis menelusuri akun-akun milik UMKM, toko makanan, brand fashion lokal, hingga penyelenggara event yang menampilkan kebutuhan terhadap kemasan dan materi promosi cetak. Setelah melakukan penilaian terhadap akun-akun yang ditemukan, penulis kemudian mengirimkan pesan langsung (*direct message/DM*) yang disusun secara personal, sopan, namun tetap menarik. Pesan tersebut berisi pengenalan, penawaran jasa percetakan, serta kontak WhatsApp atau email yang dapat dihubungi jika calon pelanggan tertarik menjalin kerja sama.

Proses penyusunan pesan, baik melalui WhatsApp, email, maupun DM di media sosial, dilakukan dengan mempertimbangkan etika komunikasi bisnis. Hal ini meliputi penggunaan bahasa yang sopan, struktur pesan yang sistematis, serta pendekatan yang tidak memaksa, namun tetap memberikan informasi yang jelas dan profesional. Penulis juga memastikan bahwa setiap pesan bersifat relevan dengan karakter bisnis dari calon pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya respon positif.

Strategi akuisisi pelanggan baru yang dilakukan ini dinilai cukup efektif karena mampu menjangkau berbagai segmen pasar secara langsung, tanpa melalui perantara. Selain itu, pendekatan ini juga memungkinkan penulis untuk berlatih

keterampilan komunikasi bisnis secara nyata, baik secara lisan maupun tertulis. Hasil dari proses ini adalah terkumpulnya sejumlah kontak prospektif yang berpotensi menjadi pelanggan baru PT Surya Multi Printindo dalam waktu dekat maupun jangka panjang.

Dengan mengkombinasikan pencarian data melalui Google dan penelusuran media sosial, strategi akuisisi pelanggan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas perusahaan di mata calon pelanggan. Pendekatan ini juga relevan dengan tren perilaku konsumen masa kini yang semakin aktif menggunakan platform digital untuk mencari produk dan jasa yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, strategi ini dapat dijadikan sebagai salah satu metode yang berkelanjutan dalam pengembangan jaringan pelanggan perusahaan.



Gambar 3. 2 Mencari pelanggan baru dan menghubungi pelanggan

Sumber data: Dokumentasi Pribadi

2. Melakukan Kunjungan Bertemu Dengan Customer

Selain melakukan pencarian pelanggan melalui platform digital, kegiatan penting lainnya yang dijalankan selama masa magang di PT Surya Multi Printindo adalah keterlibatan langsung dalam kunjungan ke calon pelanggan maupun pelanggan tetap. Aktivitas ini memberikan pengalaman nyata di lapangan yang sangat berharga, karena penulis dapat menyaksikan secara langsung bagaimana proses komunikasi bisnis berlangsung antara perusahaan dan klien. Kunjungan tersebut dipimpin langsung oleh Ibu Sri Mulyani, Direktur PT Surya Multi Printindo, yang juga menjadi pembimbing magang penulis selama program berlangsung.

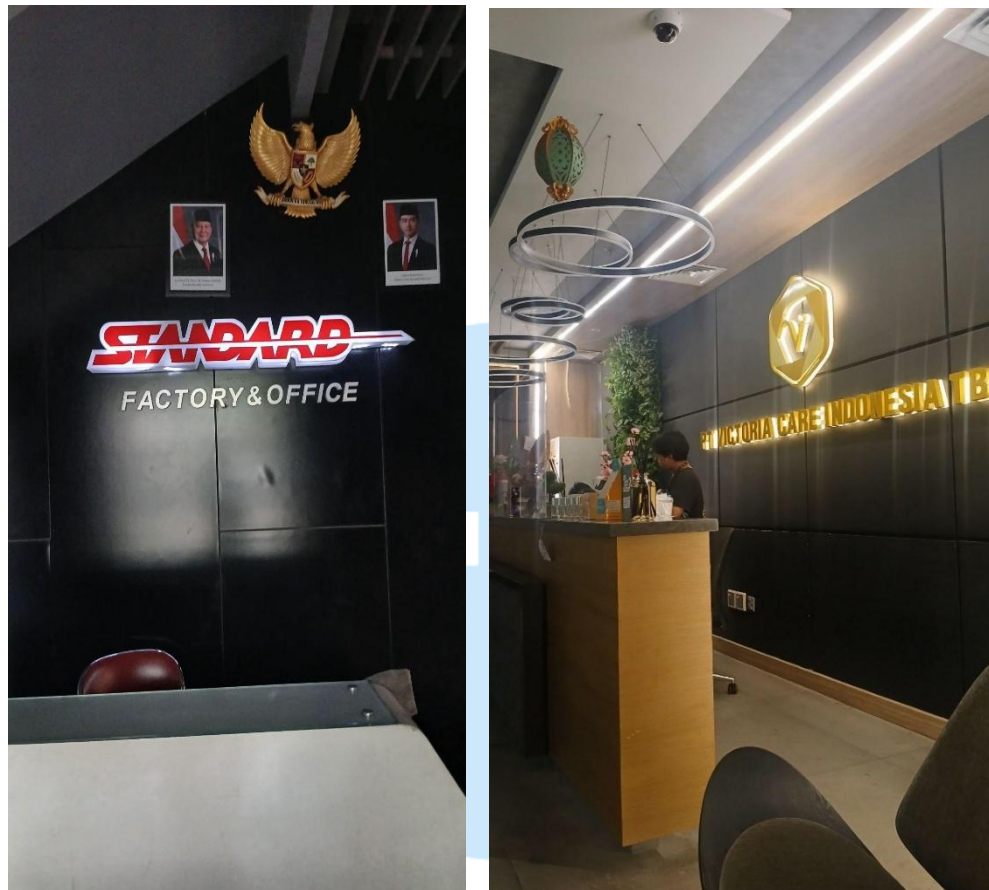
Selama masa magang, penulis turut serta dalam kunjungan ke dua perusahaan besar, yaitu PT Standardpen Industries dan PT Victoria Care Indonesia Tbk. Tujuan utama dari kunjungan ini adalah untuk mempererat kerja sama yang telah terjalin, membangun komunikasi yang lebih intens, serta melakukan pembahasan teknis secara langsung mengenai kebutuhan spesifik pelanggan terkait produk percetakan. Interaksi secara tatap muka ini dianggap lebih efektif dalam menjelaskan kebutuhan, menyampaikan klarifikasi, sekaligus meminimalkan risiko kesalahpahaman yang bisa memengaruhi hasil akhir produksi.

Dalam setiap kunjungan, penulis tidak hanya hadir sebagai pendamping, tetapi juga mengikuti proses diskusi antara tim PT Surya Multi Printindo dengan pihak pelanggan. Penulis terlibat dalam memahami jalannya percakapan, mencatat masukan yang disampaikan, dan memperhatikan pertanyaan-pertanyaan penting yang diajukan oleh pelanggan. Topik yang umum dibicarakan mencakup jenis produk cetak seperti kemasan (*packaging*), kotak (*box*), dan stiker. Selain itu, pembimbing juga memaparkan secara detail pilihan bahan yang tersedia untuk produksi, seperti jenis kertas (*art carton*, *ivory*, *kraft*, dan lainnya), opsi finishing (*laminasi doff/glossy*, *emboss*, *spot UV*, dll), serta spesifikasi teknis terkait ketebalan dan dimensi kertas sesuai kebutuhan pelanggan.

Kegiatan kunjungan ini memungkinkan perusahaan untuk memperoleh pemahaman yang lebih akurat mengenai ekspektasi dan kebutuhan pelanggan. Informasi yang diperoleh selama diskusi menjadi dasar penting dalam proses produksi, sehingga hasil cetakan dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan secara optimal. Kunjungan ini juga menjadi momen bagi pelanggan untuk menyampaikan pertanyaan, menyumbang ide, maupun melakukan penyesuaian terhadap konsep desain sebelum memasuki tahap produksi massal. Komunikasi dua arah yang tercipta dalam pertemuan ini berperan penting dalam menjaga kepuasan pelanggan sekaligus mempertahankan kualitas layanan perusahaan.

Bagi penulis, keterlibatan dalam kunjungan ini memberikan pembelajaran yang sangat berarti. Penulis memperoleh pengalaman langsung mengenai cara melakukan konsultasi bisnis secara profesional, menjelaskan spesifikasi teknis produk kepada pelanggan secara sederhana dan jelas, serta merespons pertanyaan atau permintaan khusus dari klien dengan tepat. Selain itu, penulis juga menyadari pentingnya persiapan sebelum pertemuan, seperti membawa contoh fisik produk yang dapat dijelaskan secara langsung kepada pelanggan.

Lebih jauh, kegiatan ini memberikan pemahaman bahwa membangun hubungan bisnis tidak cukup hanya melalui komunikasi jarak jauh atau tertulis, namun juga membutuhkan interaksi tatap muka. Pendekatan personal ini terbukti lebih ampuh dalam menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, membangun kepercayaan, dan membuka peluang untuk kerja sama jangka panjang maupun pemesanan ulang (*repeat order*).



Gambar 3. 3 Kunjungan bertemu dengan customer

Sumber data: Dokumentasi Pribadi

3. Membuat Laporan Penerimaan PO Perusahaan

Selama menjalani masa magang di PT Surya Multi Printindo, penulis mendapat kepercayaan untuk menangani salah satu tugas penting dalam bidang administrasi, yaitu menyusun laporan penerimaan *Purchase Order* (PO) perusahaan. Tugas ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari proses administrasi penjualan, yang memegang peranan krusial dalam mendukung operasional perusahaan sekaligus menjadi dasar bagi pengambilan keputusan manajerial. Pemantauan terhadap arus transaksi penjualan diperlukan untuk mengontrol jalannya proses bisnis, meninjau perkembangan penjualan produk cetakan, dan mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh.

Penugasan ini diberikan langsung oleh Ibu Shinta Erni, selaku Marketing Manager PT Surya Multi Printindo. Melalui kepercayaan ini, perusahaan berharap penulis dapat memahami secara langsung proses administratif yang berkaitan dengan interaksi transaksi antara perusahaan dan pelanggan. Dalam pelaksanaannya, penulis tidak hanya dituntut untuk mencatat data dengan rapi, namun juga dilatih untuk menganalisis dan berpikir kritis terhadap data yang sedang dikelola.

Sebelum mulai menyusun laporan, penulis diberikan contoh laporan PO dari periode sebelumnya sebagai acuan format. Selain itu, penulis juga menerima data transaksi dalam bentuk mentah, yang belum tersusun secara terstruktur. Informasi tersebut mencakup detail seperti tanggal pemesanan, nomor PO, nama pelanggan, jenis produk, jumlah pesanan (*quantity*), harga satuan, dan total nilai PO (*amount PO*). Namun, beberapa data penting lainnya, seperti nomor dan tanggal invoice, nilai tagihan (*amount INV*), serta status dan tanggal pelunasan, belum tercantum sehingga perlu diolah lebih lanjut agar laporan yang dihasilkan lengkap dan layak digunakan oleh pihak manajemen.

Langkah awal yang dilakukan penulis adalah menyusun data ulang berdasarkan urutan tanggal PO, sehingga laporan tersusun secara baik dan memudahkan pembacaan tren penjualan dari waktu ke waktu. Selanjutnya, penulis melakukan verifikasi terhadap nilai *quantity*, harga satuan, dan total PO untuk memastikan tidak ada kesalahan hitung yang bisa memengaruhi akurasi laporan. Ketelitian menjadi faktor utama dalam tahap ini, karena laporan yang akurat sangat penting untuk evaluasi internal dan kelancaran proses keuangan.

Secara keseluruhan, komponen utama dalam laporan penerimaan PO yang disusun mencakup:

- a) Tanggal: Menunjukkan waktu diterimanya pesanan dari pelanggan, sebagai dasar urutan data.
- b) Nomor PO: Identitas transaksi yang mempermudah pencocokan dengan dokumen lainnya.

- c) Nama Pelanggan: Menyebutkan pihak yang melakukan pemesanan produk.
- d) Jenis Produk: Menjelaskan jenis produk percetakan yang dipesan, seperti stiker, label, sablon, dan kemasan.
- e) Jumlah (*Quantity*): Total unit produk yang dipesan.
- f) Harga Satuan: Harga untuk satu unit produk.
- g) Total Nilai PO (*Amount PO*): Nilai keseluruhan dari transaksi pesanan, hasil dari $quantity \times \text{harga satuan}$.

Selama menjalankan tugas ini, penulis juga mengasah kemampuan teknis, khususnya dalam menggunakan aplikasi spreadsheet seperti Google Sheets. Penulis mempelajari cara mengurutkan data, menerapkan rumus otomatis untuk perhitungan, dan menyusun tampilan tabel agar lebih informatif dan mudah dipahami. Selain itu, penulis juga dilatih untuk melakukan validasi data secara cermat serta memahami pentingnya ketelitian dalam memverifikasi angka-angka yang berdampak langsung terhadap laporan keuangan perusahaan.

Tanggal	Nomor PO	Nama Perusahaan	Produk	Quantity	Harga	Amount PO
JANUARI 2025						
11/11/2024	019/PO/MNF/XI/24	PT. Zerone	Label Zerone Glass Cleaner 255ml Front	10.000	368	Rp 4.079.250
			Label Zerone Glass Cleaner 255ml Back	10.000	368	Rp 4.079.250
			Label Zerone Interior Cleaner 255ml Front	10.000	368	Rp 4.079.250
			Label Zerone Interior Cleaner 255ml Front	10.000	368	Rp 4.079.250
11/29/2024	1602/ISJ/XI/2024	PT. Indo Sultan Jaya	IB Qmix 90gr Brown	78.000	195	Rp 15.210.000
			IB Qmix 90gr Green	78.000	195	Rp 15.210.000
12/13/2024	P06168	PT. Foom Lab Global	ST Vanilla Ice Cream 30ml	10.000	240	Rp 2.664.000
			ST Tiramisu Ice Cream 30ml	10.000	240	Rp 2.664.000
			ST MixBerry Ice Cream 30ml	10.000	240	Rp 2.664.000
12/13/2024	24-2044/XII/SPI	PT. Standardpen Industries	SB Refill Ink RW88 20ml	20.000	280	Rp 6.216.000
12/17/2024	PO/S/SBK/2024/12/008	PT. Sunindo Bangun Kersana	IB 7 Silk Beauty Soap Milk 90gr	604.800	300	Rp 181.440.000
					300	
					300	
					300	
					300	

12/24/2025	24-2124/XII/SPI	PT. Standardpen Industries	SB C88 (12+1) Black/TKDN	240.000	195	Rp	51.948.000
					195		
12/27/2025	24-2124/XII/SPI	PT. Standardpen Industries	Sticker Barcode Gsoft Fizz Higrup Black	10.000	11	Rp	122.100
			Sticker Barcode Gsoft Fizz Higrup Blue	70.000	11	Rp	854.700
			Sticker Barcode Gsoft Fizz Higrup Red	20.000	11	Rp	244.200
			Sticker Barcode Titus Blue	85.000	11	Rp	1.037.850
			DIM	90.000	11	Rp	1.098.900
11/27/2024	1720/ISJ/XII/2024	PT. Indo Sultan Jaya	IB Symba Original 80gr	178.000	185	Rp	32.930.000
			IB Symba Carrot Complexion 125gr	124.000	225	Rp	27.900.000
			IB Symba Original 200gr	70.000	245	Rp	17.150.000
			IB Symba Caro Glow 200gr	85.000	245	Rp	20.825.000
11/27/2024	1721/ISJ/XI/2024	PT. Indo Sultan Jaya	DB Symba Carrot Complexion 125gr	20.000	1.390	Rp	27.800.000
1/11/2025	PO6463	PT. Foom Lab Global	ST Vanila Ice Cream 30ml 2/0	10.000	240	Rp	2.664.000
			ST Tiramisu Ice Cream 30ml 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
			ST MixBerry Ice Cream 30ml 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
1/14/2025	0101/KSA/OUT/1/2025	PT. Kimu Sukses Abadi	Raw Box Valeo Hijau ALT02	500	19.950	Rp	11.072.250
1/15/2025	PO6482	PT. Foom Lab Global	ST Foom Corn Ice Cream 30ml 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
1/18/2025	PO6597	PT. Foom Lab Global	ST Icy Strawberry 15ml	15.000	250	Rp	4.162.500
1/21/2025	PO6628	PT. Foom Lab Global	ST Taro Ice Cream	5.000	480	Rp	2.664.000
1/20/2025	0085/ISJ/1/2025	PT. Indo Sultan Jaya	IB Nara 70gr Pink (Rose)	124.000	170	Rp	21.080.000
			Ivory 300gr		170		
			IB Nara 70gr Green (Aloe Vera)	118.000	170	Rp	20.060.000
			IB Nara 70gr White (Classic)	115.000	170	Rp	19.550.000
			IB Nara 70gr Blue (Floral Blue)	116.000	170	Rp	19.720.000
1/24/2025	PO02-25000017	PT. Jasiva Guna Garmino	Kertas Sticker Chromo	10.000	530	Rp	5.883.000
1/28/2025	PO6733	PT. Foom Lab Global	ST Veni Peach 80x42 3/0	50.000	145	Rp	8.047.500
			ST Vici Peach 80x42 3/0	50.000	145	Rp	8.047.500
			ST Vidi Peach 80x42 3/0	50.000	145	Rp	8.047.500
1/28/2025	PO6767	PT. Foom Lab Global	ST Vanila Ice Cream 30ml 2/0	10.000	240	Rp	2.664.000
					240		
			ST Tiramisu Ice Cream 30ml 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
			ST MixBerry Ice Cream 30ml 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
					240		
1/29/2025	0128/ISJ/1/2025	PT. Indo Sultan Jaya	Sticker Mea 150gr	11.000	190	Rp	2.090.000
1/30/2025	0156/ISJ/1/2025	PT. Indo Sultan Jaya	IB Aliyah Glamorous 70gr Pink Iv230	175.000	180	Rp	31.500.000
					180		
			IB Aliyah Refreshing 70gr Yellow Iv230	180.000	180	Rp	32.400.000
					180		
					180		
						Rp	-
Total PO JANUARI							Rp 620.951.000
FEBRUARI 2025							
2/4/2025	PO/BKS/00007/02/25	PT. Continental Cosmetic	Sticker Diamor Nourishing Bright Glow Mist 30ml	5.100	650	Rp	3.679.650
			UB Diamor Nourishing Bright Glow Mist 30ml	5.000	950	Rp	5.272.500
2/7/2025	PO7001	PT. Foom Lab Global	ST Taro Ice Cream 30ml 80x42 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
			ST Banana Ice Cream 30ml 80x42 3/0	5.000	480	Rp	2.664.000
2/7/2025	PO7015	PT. Foom Lab Global	ST Vanila Ice Cream 30ml 2/0	20.000	185	Rp	4.107.000
			ST Tiramisu Ice Cream 30ml 3/0	20.000	185	Rp	4.107.000
			ST MixBerry Ice Cream 30ml 3/0	20.000	185	Rp	4.107.000
2/6/2025	PO6990	PT. Foom Lab Global	ST Tropical Soursop 30ml Flooid 80x42 4/0	15.000	245	Rp	4.079.250
			ST Tropical Lychee 30ml Flooid 80x42 4/0	15.000	245	Rp	4.079.250
					245		
2/8/2025	PO7012	PT. Foom Lab Global	ST Passionfruit Mango Tea 30ml 80x42 3/0	15.000	240	Rp	3.996.000
			ST Strawberry Grape Tea 30ml 80x42 3/0	15.000	240	Rp	3.996.000
			ST Blackcurrant Lychee Tea 30ml 80x42 3/0	15.000	240	Rp	3.996.000
2/10/2025	0207/ISJ/1/2025	PT. Indo Sultan Jaya	IB Symba Carrot Complexion 125gr	60.000	225	Rp	13.500.000
2/10/2025	PO7003	PT. Foom Lab Global	ST Strawberry Bubblegum 30ml 80x42 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
			ST Grape Bubblegum 30ml 80x42 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
			ST Mango Bubblegum 30ml 80x42 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
2/10/2025	PO7029	PT. Foom Lab Global	ST Erika Green Kiwi 80x42 4/0	50.000	185	Rp	10.267.500
					185		
2/17/2025	PO7177	PT. Foom Lab Global	ST Taro Ice Cream 30ml 80x42 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
2/19/2025	0348/KSA/OUT/1/2025	PT. Kimu Sukses Abadi	Box Kit 1/Blue-03 Valeo 340X340X70 (Tanpa Partisi)	2.000	11.000	Rp	24.420.000
2/20/2025	PO7276	PT. Foom Lab Global	ST Foom Corn Ice Cream 30ml 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
			ST Icy Strawberry 15ml	5.000	480	Rp	2.664.000
2/20/2025	PO7280	PT. Foom Lab Global	ST Passionfruit Mango Tea 30ml 80x42 3/0	20.000	185	Rp	4.107.000
			ST Strawberry Grape Tea 30ml 80x42 3/0	15.000	240	Rp	3.996.000

MARET 2025							
3/1/2025	PO7422	PT. Foom Lab Global	ST Erika Green Kiwi 80x42 4/0	30.000	200	Rp	6.660.000
3/6/2025	PO BY WA	Niknuk Shop	Dus Lebaran Toples Tabung 28x10x14	3.280,00	40	Rp	131.200
			Dus Lebaran Toples Tabung 19x10x14	2.370,00	30	Rp	71.100
3/7/2025	Agreement	PT. Foom Lab Global	ST Strawberry Bubblegum 30ml 80x42 3/0	20.000	220	Rp	4.884.000
			ST Grape Bubblegum 30ml 80x42 3/0	20.000	220	Rp	4.884.000
			ST Mango Bubblegum 30ml 80x42 3/0	15.000	220	Rp	3.663.000
			ST Vanilla Ice Cream 30ml 2/0	25.000	220	Rp	6.105.000
			ST Tiramisu Ice Cream 30ml 3/0	25.000	220	Rp	6.105.000
			ST MixBerry Ice Cream 30ml 3/0	25.000	220	Rp	6.105.000
			ST Passionfruit Mango Tea 30ml 80x42 3/0	20.000	220	Rp	4.884.000
			ST Strawberry Grape Tea 30ml 80x42 3/0	20.000	220	Rp	4.884.000
			ST Blackcurrant Lychee Tea 30ml 80x42 3/0	20.000	220	Rp	4.884.000
			ST Tropical Soursop 30ml Flooid 80x42 4/0	20.000	245	Rp	5.439.000
			ST Tropical Lychee 30ml Flooid 80x42 4/0	15.000	245	Rp	4.079.250
3/7/2025	0357/IS/III/2025	PT. Indo Sultan Jaya	IB Halina 120gr Cucumber	52.000	265	Rp	13.780.000
			IB Halina 120gr Pomegranate	55.000	265	Rp	14.575.000
			IB Halina 120gr Almond	55.000	265	Rp	14.575.000
			IB Halina 120gr Olive	60.000	265	Rp	15.900.000
3/7/2025	0358/IS/III/2025	PT. Indo Sultan Jaya	IB Medix 170gr Red	172.000	230	Rp	39.560.000
			IB Medix 170gr Orange	205.000	230	Rp	47.150.000
3/10/2025	PO7509	PT. Foom Lab Global	ST Tropical PassionFruit 30ml Flooid 80x42 4/0	10.000	270	Rp	2.997.000
3/11/2025	PO7536	PT. Foom Lab Global	ST Taro Ice Cream 30ml 80x42 3/0	4.000	240	Rp	1.065.600
3/14/2025	0521/KSA/OUT/III/2025	PT. Kimu Sukses Abadi	Raw Box Valeo Hijau ST02	500	23.000	Rp	12.765.000
3/26/2025	PO7635	PT. Foom Lab Global	ST Icy Strawberry 15ml	5.000	370	Rp	2.053.500
3/26/2025	PO/SBK/2025/03/025	PT. Sunindo Bangun Kersana	IB Raaxo 80gr Natural Beauty	138.992	193	Rp	26.825.456
			IB Raaxo 80gr Beauty Skin	141.431	193	Rp	27.296.183
			IB Raaxo 80gr Sensual Touch	141.192	193	Rp	27.250.056
			IB Raaxo 80gr Silky Skin	141.979	193	Rp	27.401.947
3/28/2025	PO7795	PT. Foom Lab Global	Sticker Erika Red Apple	30.000			
7/4/2025	PO7810	PT. Foom Lab Global	ST Strawberry Bubblegum 30ml 80x42 3/0	15.000	240	Rp	3.996.000
			ST Grape Bubblegum 30ml 80x42 3/0	15.000	240	Rp	3.996.000
			ST Mango Bubblegum 30ml 80x42 3/0	10.000	240	Rp	2.664.000
						Rp	-
						Rp	-
Total PO MARET							Rp 346.426.992

Gambar 3. 4 Data Penerimaan PO Perusahaan

Sumber Data: Dokumentasi Perusahaan

4. Follow Up Customer.

Tugas keempat yang penulis laksanakan selama menjalani masa magang di PT Surya Multi Printindo adalah melakukan tindak lanjut atau *follow up* kepada customer, terutama kepada individu atau perusahaan yang sebelumnya telah menunjukkan minat terhadap layanan percetakan yang disediakan oleh perusahaan. Tugas ini menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam menjaga relasi serta membangun komunikasi jangka panjang dengan calon pelanggan yang dianggap memiliki potensi untuk melakukan kerja sama di masa mendatang. Melalui aktivitas *follow up* ini, perusahaan berupaya menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan

pelanggan dan memperkuat kemungkinan terciptanya kerja sama bisnis di kemudian hari.

Salah satu bentuk *follow up* yang dilakukan penulis adalah dengan menghubungi kembali calon pelanggan yang sebelumnya sempat menanyakan informasi mengenai layanan percetakan PT Surya Multi Printindo, baik melalui pesan WhatsApp, maupun secara langsung di kantor. Meskipun belum melakukan pemesanan, informasi dan kontak mereka tetap disimpan oleh perusahaan sebagai data prospek. Penulis kemudian menginisiasi *follow up* dengan menyapa secara sopan, memperkenalkan diri serta perusahaan kembali, dan menyampaikan bahwa perusahaan selalu siap membantu apabila terdapat kebutuhan percetakan yang perlu dipenuhi.

Dalam komunikasi tersebut, penulis turut menyampaikan informasi bahwa PT Surya Multi Printindo melayani berbagai jenis kebutuhan cetak, mulai dari kemasan produk (*dus packaging*), tas belanja (*shopping bag*), label stiker, hingga sablon. Harapannya, informasi ini dapat menarik minat calon pelanggan untuk mempertimbangkan perusahaan sebagai mitra percetakan mereka. Selama menjalankan tugas *follow up* ini, penulis selalu menjaga penyampaian pesan agar tetap profesional namun tetap bersifat hangat dan personal. Penulis merancang komunikasi dengan tujuan memberikan kesan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada transaksi, tetapi juga menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan setiap calon pelanggan yang pernah menunjukkan ketertarikan. Bahasa yang digunakan pun diupayakan agar tidak memaksa, melainkan bersifat persuasif dan informatif agar tetap nyaman bagi pihak yang dihubungi.

Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh pelajaran penting mengenai bagaimana membangun serta memelihara komunikasi yang baik dengan customer, bahkan ketika mereka belum melakukan pembelian. Tindak lanjut ini tidak hanya bertujuan mendorong terjadinya transaksi, tetapi juga menjadi sarana untuk menciptakan citra positif perusahaan. Dengan pendekatan komunikasi yang tepat, calon pelanggan akan merasa diperhatikan dan dihargai, yang pada akhirnya dapat

meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pemesanan di kemudian hari.



Gambar 3. 5 Follow Up Customer

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi

5. Membuat Konten Instagram.

Selama menjalani masa magang di PT Surya Multi Printindo, penulis turut diberikan kepercayaan untuk membuat konten untuk akun media sosial perusahaan, khususnya Instagram. Tugas ini merupakan bagian dari upaya perusahaan dalam meningkatkan eksistensi digital dan memperkuat komunikasi visual dengan pelanggan melalui platform media sosial. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada penulis mengenai bagaimana proses kreatif dijalankan dalam konteks profesional, mulai dari perencanaan ide, pembuatan konten, hingga proses approval sebelum konten dapat diunggah.

Dalam pelaksanaannya, penulis terlebih dahulu diminta untuk memahami identitas visual perusahaan serta tujuan dari setiap konten yang ingin disampaikan. Penulis mulai dengan merancang konsep visual dan isi pesan yang ingin ditampilkan. Konten yang dibuat biasanya bersifat promosi produk percetakan, edukasi ringan mengenai jenis layanan cetak, hingga konten informatif terkait kualitas bahan, jenis kertas, atau keunggulan layanan PT Surya Multi Printindo. Proses pembuatan konten ini menggunakan perangkat desain grafis yang tersedia seperti Canva dan memadukan elemen visual dengan teks singkat yang komunikatif serta relevan dengan target audiens perusahaan.

Setelah konten selesai dibuat, penulis tidak bisa langsung mengunggahnya ke media sosial perusahaan. Setiap konten yang telah disusun harus melalui tahap evaluasi dan persetujuan dari atasan, yaitu Ibu Sri Mulyani selaku Direktur perusahaan. Penulis wajib mengirimkan hasil desain beserta keterangan konten dan tujuan pembuatan konten tersebut agar dapat dinilai kelayakannya. Dalam tahap ini, penulis belajar bahwa proses approval merupakan bagian penting dari kontrol kualitas perusahaan terhadap komunikasi publik. Atasan akan mengevaluasi aspek visual, pesan yang disampaikan, serta kesesuaian konten dengan citra dan nilai perusahaan.



Gambar 3. 6 Konten Instagram
Sumber Data: Dokumentasi Pribadi

3.2.2.1 Tugas Tambahan

1) Memantau Proses Produksi Item

A) Proof Print On The Spot (PPOS) di PT Surya Multi Printindo

Selama menjalani praktek kerja magang di PT Surya Multi Printindo, penulis tidak hanya diberi tanggung jawab di divisi marketing, tetapi juga mendapatkan kesempatan berharga untuk terlibat dalam tugas tambahan di bagian produksi, khususnya pada proses *Proof Print On The Spot* (PPOS). Tugas ini dijalankan di bawah pengawasan langsung Bapak Dani, selaku *Production Manager*. Tujuan

utama dari penugasan ini adalah agar penulis tidak hanya memahami bagaimana proses pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan berjalan, tetapi juga dapat mempelajari secara langsung bagaimana memastikan hasil cetakan sesuai dengan harapan dan permintaan pelanggan.

B) Proses Proof Print On The Spot (PPOS)

Proof Print On The Spot (PPOS) adalah proses pencetakan uji coba yang dilakukan langsung dan cepat di lokasi produksi sebelum hasil cetakan memasuki tahap produksi massal. Proses ini sangat penting karena menjadi tahap terakhir untuk memverifikasi dan memastikan bahwa semua elemen desain seperti warna, ukuran, posisi, kualitas gambar, dan tata letak sudah sesuai dengan file desain akhir yang disetujui oleh pelanggan. Dengan adanya PPOS, pelanggan dapat melihat hasil cetakan secara langsung dalam bentuk fisik, bukan hanya melalui tampilan layar komputer. Hal ini membantu pelanggan untuk memeriksa secara detail apakah hasil cetakan sudah sesuai ekspektasi atau masih perlu diperbaiki.

C) Tugas Penulis dalam Proses PPOS

Tugas penulis selama mengikuti proses PPOS mencakup mendampingi tim produksi saat melakukan pencetakan uji coba dan memeriksa hasil sampel yang telah dicetak. Penulis melakukan pengecekan terhadap elemen desain untuk memastikan tidak ada perbedaan warna atau font yang tidak sesuai dengan desain asli yang telah diberikan oleh pelanggan. Dalam proses ini, Bapak Dani menjelaskan bahwa dalam dunia percetakan, kesalahan sekecil apapun dapat berdampak besar, terutama jika sudah memasuki tahap produksi massal. Oleh karena itu, PPOS menjadi langkah penting untuk meminimalkan risiko kesalahan dan menjaga kepuasan pelanggan.

Melalui pengalaman ini, penulis mendapatkan wawasan baru bahwa proses produksi tidak hanya sekedar mencetak, tetapi juga soal presisi, ketelitian, dan komunikasi yang baik antara tim produksi dan klien. Penulis juga belajar bahwa bagian produksi dan marketing memiliki hubungan yang erat. Ketika tim marketing menjanjikan hasil tertentu kepada pelanggan, maka tim produksi harus bisa merealisasikannya dengan tepat. Oleh karena itu, sangat penting bagi penulis,

sebagai intern di bagian marketing, untuk memahami proses produksi agar dapat memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan, terutama terkait estimasi hasil cetakan dan proses koreksi jika diperlukan. Secara keseluruhan, keterlibatan penulis dalam proses *Proof Print On The Spot* tidak hanya menambah pengalaman teknis di luar lingkup marketing, tetapi juga memperkuat pemahaman penulis tentang pentingnya kerja tim, koordinasi antar divisi, serta kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Penulis merasa bersyukur mendapat kepercayaan dan bimbingan langsung dari Bapak Dani selama menjalani tugas ini. Pengalaman ini sangat berharga dan akan menjadi bekal penting bagi penulis kedepannya dalam memahami dunia kerja secara lebih menyeluruh, khususnya di industri percetakan dan pengemasan.



Gambar 3. 7 Memantau Proses Produksi Item

Sumber Data: Dokumentasi Pribadi

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan kegiatan magang di PT. Surya Multi Printindo, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai proses produksi dan operasional perusahaan. Pengalaman ini tidak hanya memberikan wawasan dan keterampilan praktis di bidang percetakan, tetapi juga mengungkap beberapa

kendala yang menjadi bagian tak terpisahkan dari proses pembelajaran. Kendala-kendala yang ditemukan berkaitan dengan pelaksanaan magang serta dinamika kerja dan operasional perusahaan antara lain:

1. Human Error dalam Proses Produksi

Selama menjalani kegiatan magang di PT Surya Multi Printindo, penulis menyadari bahwa proses produksi dalam industri percetakan merupakan rangkaian pekerjaan yang menuntut ketelitian tinggi dan tingkat konsentrasi yang stabil. Dalam realitasnya, kesalahan manusia atau *human error* menjadi hal yang tak terhindarkan, dan justru menjadi pembelajaran penting dalam memahami dinamika operasional di lapangan. Kesalahan tersebut dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti kekeliruan dalam pemotongan bahan, ketidaksesuaian warna cetak, atau ketidaktepatan dalam penyesuaian desain dengan kebutuhan klien. Pengalaman ini memperlihatkan bahwa keputusan-keputusan kecil dalam proses produksi dapat membawa dampak besar terhadap hasil akhir pekerjaan.

Melalui pengamatan langsung, penulis memahami bahwa tekanan waktu, tingginya volume pekerjaan, serta aktivitas yang berlangsung secara berulang turut memengaruhi tingkat ketelitian para pekerja. Kondisi ini memperluas wawasan penulis mengenai pentingnya koordinasi tim, fokus individu, serta akurasi dalam setiap tahapan produksi. Pengalaman ini menjadi pembelajaran yang sangat berarti, karena memperlihatkan bagaimana industri menghadapi dan menanggapi kesalahan secara profesional, sekaligus menjadi refleksi bahwa kesalahan adalah bagian dari proses belajar yang membentuk kesiapan mental dan teknis dalam dunia kerja nyata.

2. Bahasa Teknis yang Sulit Dipahami

Selama masa magang, penulis diperkenalkan pada berbagai istilah teknis yang digunakan dalam industri percetakan. Istilah seperti *bleed*, *CMYK*, *offset printing*, *die cut*, hingga *laminasi doff* dan *glossy* merupakan

bagian dari komunikasi harian antar divisi seperti desain, produksi, dan *finishing*. Di awal masa magang, pemahaman terhadap istilah-istilah tersebut menjadi tantangan tersendiri, khususnya bagi penulis yang belum memiliki latar belakang desain grafis. Namun, hal ini justru menjadi momen pembelajaran yang memperluas pengetahuan teknis dan profesional dalam dunia percetakan.

Melalui proses adaptasi, penulis mulai memahami bahwa bahasa teknis bukan sekadar istilah, tetapi merupakan bagian penting dari sistem kerja yang membantu menjaga keakuratan produksi dan efektivitas komunikasi lintas departemen. Dalam keseharian, penulis belajar secara bertahap melalui diskusi, observasi, serta tanya jawab dengan tim produksi. Pengalaman ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya penguasaan istilah teknis untuk dapat berkontribusi secara aktif, serta menjadi bukti bahwa kemampuan berkomunikasi dalam bahasa profesional industri merupakan keterampilan yang penting dikuasai dalam dunia kerja.

3. Minimnya Aktivitas Sosial Media

Salah satu hal yang menarik perhatian penulis selama masa magang adalah keberadaan akun media sosial perusahaan, khususnya Instagram, yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Pengamatan terhadap aktivitas digital perusahaan ini memberikan pemahaman bahwa setiap bisnis memiliki pendekatan tersendiri dalam membangun citra dan komunikasi di dunia maya. Meskipun sudah memiliki akun resmi, frekuensi unggahan konten terpantau masih rendah dan belum konsisten. Hal ini membuka wawasan penulis bahwa kehadiran digital tidak selalu menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, meskipun potensinya besar dalam membangun relasi dengan pelanggan.

Melalui pengalaman ini, penulis memahami bahwa media sosial bukan hanya sekadar saluran informasi, tetapi juga menjadi wajah perusahaan di ruang publik digital. Aktivitas yang minim di media sosial dapat mencerminkan strategi komunikasi yang masih berkembang atau kebutuhan sumber daya khusus dalam pengelolaan konten. Pengamatan ini memperkaya pandangan penulis mengenai pentingnya visualisasi brand, konsistensi narasi, serta strategi digital yang terencana dalam membangun citra profesional perusahaan, khususnya dalam industri kreatif seperti percetakan yang sangat bergantung pada kepercayaan visual dan reputasi di mata konsumen.

4. Kendala Minimnya Alat Deteksi Warna pada Hasil Produksi Sample

Dalam proses produksi cetak, kesesuaian warna antara desain awal dan hasil akhir merupakan salah satu elemen penting yang menentukan kualitas cetakan. Selama magang di PT Surya Multi Printindo, penulis mengamati bahwa proses pengecekan warna pada tahap produksi sampel masih dilakukan secara manual, yaitu dengan pengamatan langsung oleh operator tanpa menggunakan alat bantu khusus seperti color checker atau alat kalibrasi warna. Pengalaman ini memberikan gambaran nyata bahwa tidak semua proses dalam industri dijalankan dengan bantuan teknologi canggih, dan keterampilan pengamatan visual masih memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan produksi.

Dari sini, penulis belajar bahwa persepsi warna bisa sangat subjektif, bergantung pada pencahayaan, kondisi mata, serta pengalaman individu yang menilai. Meskipun metode manual memiliki keterbatasan, pengalaman ini memperlihatkan bahwa tenaga kerja di lapangan telah terlatih untuk menangani proses tersebut dengan kehati-hatian tinggi. Keadaan ini memberikan perspektif baru bagi penulis tentang realitas industri, di mana keterbatasan alat bukan menjadi penghambat, melainkan menjadi tantangan

yang mendorong profesionalisme, akurasi visual, dan tanggung jawab individu dalam menjaga kualitas produk cetak yang dihasilkan.

3.4 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

1. Human Error dalam Proses Produksi

Untuk mengatasi kendala *human error* dalam proses produksi, perusahaan dapat melakukan beberapa upaya strategis guna meningkatkan akurasi dan ketelitian pada setiap tahap produksi. Salah satu solusi utama adalah dengan memperketat sistem pengawasan dalam proses kerja, terutama di bagian produksi yang rawan terhadap kesalahan teknis. Pengawasan ini dapat dilakukan dengan pengecekan berlapis, dimulai dari pengecekan ulang terhadap file desain oleh tim desain atau supervisor sebelum proses cetak dimulai. Setelah pencetakan selesai, dilakukan *quality control* secara menyeluruh untuk memastikan bahwa hasil cetakan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga perlu rutin memberikan pelatihan kepada karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi. Pelatihan ini mencakup pengelolaan waktu kerja, perhatian terhadap detail, serta penggunaan peralatan secara tepat.

Untuk mengurangi potensi kesalahan akibat kelelahan atau stres, manajemen dapat mempertimbangkan sistem jadwal kerja yang lebih terstruktur dan manusiawi, dengan memberikan waktu istirahat yang cukup bagi karyawan di sela-sela aktivitas produksi. Penggunaan checklist atau Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam setiap tahapan produksi juga sangat disarankan. SOP ini berfungsi sebagai panduan kerja yang jelas, yang dapat membantu karyawan menyelesaikan tugas dengan prosedur yang telah ditentukan dan menjaga kualitas hasil produksi.

2. Bahasa Teknis yang Sulit Dipahami

Untuk mengatasi kesulitan dalam memahami bahasa teknis percetakan, perusahaan dapat menyediakan media pembelajaran yang

mudah dipahami oleh karyawan maupun peserta magang. Panduan atau modul singkat yang berisi istilah teknis yang sering digunakan bisa menjadi referensi yang berguna, terutama untuk peserta magang yang belum memiliki latar belakang di bidang percetakan. Panduan ini sebaiknya ditulis dalam bahasa sederhana, dilengkapi dengan ilustrasi visual atau contoh aplikatif agar lebih mudah dipahami. Panduan bisa berupa buku saku, poster yang dipasang di area kerja, atau file digital yang dapat diakses secara daring.

Selain itu, perusahaan dapat menyelenggarakan sesi orientasi atau pelatihan singkat bagi peserta magang di awal masa magang. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan dengan istilah-istilah teknis penting seperti *CMYK*, *RGB*, *bleed*, *trimming*, *die cut*, *offset printing*, *digital printing*, dan teknik *finishing*. Penjelasan ini sebaiknya disertai dengan simulasi langsung atau studi kasus yang terjadi di perusahaan. Dengan pendekatan visual dan praktik langsung, peserta magang akan lebih cepat memahami istilah-istilah tersebut dan bagaimana penggunaannya dalam proses kerja sehari-hari.

3. Minimnya Aktivitas Sosial Media

Untuk mengatasi masalah minimnya aktivitas media sosial, perusahaan dapat mulai menyusun strategi konten yang terstruktur, terarah, dan dapat dijalankan secara konsisten. Langkah pertama adalah membentuk tim kecil atau menunjuk seseorang yang memiliki keterampilan dalam komunikasi visual dan media digital untuk mengelola akun media sosial, khususnya Instagram, yang menjadi platform utama untuk membangun citra visual perusahaan. Tim ini bertanggung jawab untuk merancang, menjadwalkan, dan mempublikasikan konten secara rutin. Untuk mempermudah proses perencanaan, perusahaan bisa membuat kalender konten bulanan yang mencakup topik, tanggal unggah, serta format konten yang akan digunakan, seperti foto, video, atau carousel.

Jenis konten yang diunggah bisa mencakup dokumentasi hasil cetakan terbaru, cuplikan proses produksi di balik layar, testimoni pelanggan, tips desain untuk calon pelanggan, dan informasi tentang promo atau diskon. Konten-konten ini perlu dirancang dengan tampilan visual yang menarik dan menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, perusahaan harus menjaga konsistensi dalam penggunaan elemen visual seperti warna, font, logo, dan tone komunikasi untuk membangun identitas visual yang kuat. Selain feed utama, perusahaan juga bisa memanfaatkan fitur Instagram seperti *Stories* untuk update harian, *Reels* untuk video singkat yang menarik, dan Highlights untuk menyimpan informasi penting agar mudah diakses oleh pengunjung. Dengan pengelolaan yang lebih profesional dan terarah, akun Instagram perusahaan tidak hanya akan menjadi media promosi yang efektif, tetapi juga dapat meningkatkan kredibilitas merek, memperluas jangkauan audiens, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

4. Kendala Minimnya Alat Deteksi Warna pada Hasil Produksi Sample

Untuk mengatasi masalah keterbatasan alat dalam mendeteksi warna pada hasil produksi sampel, perusahaan dapat mulai mempertimbangkan untuk secara bertahap berinvestasi pada alat pengecekan warna yang lebih presisi, seperti color densitometer. Alat ini dapat memberikan pengukuran warna yang lebih akurat dan stabil, sehingga dapat mengurangi risiko kesalahan akibat perbedaan penilaian warna oleh mata manusia. Namun, apabila kondisi keuangan perusahaan belum memungkinkan untuk melakukan pembelian alat tersebut, solusi alternatif yang bisa diterapkan adalah dengan meningkatkan kemampuan operator melalui pelatihan tentang teknik pemeriksaan warna secara visual yang lebih detail. Selain itu, perusahaan juga dapat menyusun *color chart* atau panduan warna standar sebagai acuan selama proses pengecekan hasil cetakan. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, perusahaan akan lebih mudah menjaga konsistensi warna pada hasil cetakan sampel, sekaligus menekan kemungkinan

terjadinya pencetakan ulang, komplain dari pelanggan, dan pemborosan bahan.

