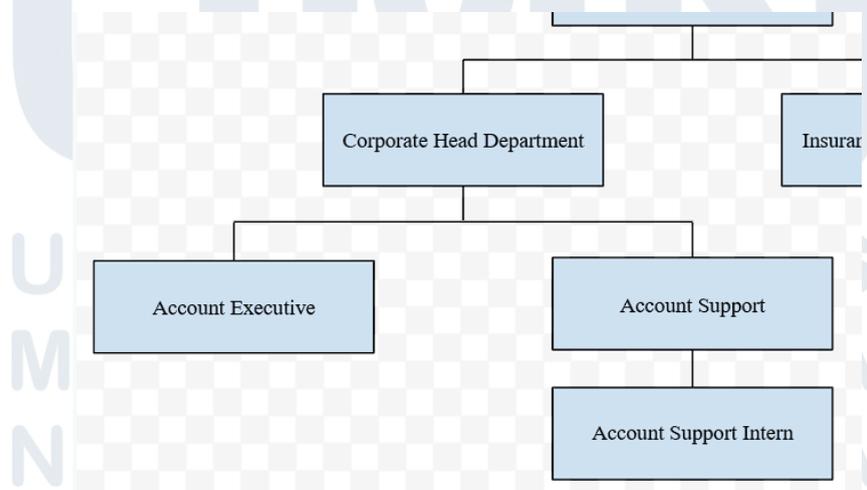


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis menjalani program magang sebagai *Account Support Intern* di PT Siloam *International Hospitals Tbk* selama empat bulan, mulai dari akhir Januari hingga akhir Mei 2025. Program ini dirancang untuk mendukung tim *Corporate Sales* dalam divisi *Sales & Marketing*, sesuai dengan kebutuhan yang ada. Dalam Sales, dipimpin oleh *Sales Associate Director*, Angelia Agustine, *Head of Sales*, Haryadi dan *Corporate Head Department*, Lina Carolina Sihombing, yang juga berperan sebagai *supervisor* selama masa magang. Di bawah kepemimpinannya, terdapat dua tim utama, yaitu *Account Executive* dan *Account Support*. *Account Executive* bertanggung jawab dalam mengelola hubungan dengan *client* serta memastikan pencapaian target bisnis, sedangkan *Account Support* berfokus pada aspek administrasi dan operasional guna mendukung kinerja tim. Dalam struktur ini, penulis bekerja di bawah *Account Support*, yang dipimpin oleh Kimberlynn sebagai *Account Support* utama. Selain menerima tugas dari Kimberlynn, penulis juga kerap mendapatkan permintaan bantuan langsung dari tim *Account Executive*, yang terdiri dari Aileen, Jeanitha, Irwandi, dan Reinard, sesuai dengan kebutuhan pekerjaan mereka.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi *Corporate Sales*

Sumber : *Internal Document* Siloam

Sebagai *Account Support Intern*, penulis memiliki peran utama dalam komunikasi internal dan eksternal guna memastikan kelancaran operasional tim *Corporate Sales*. Dalam komunikasi *internal*, penulis berkoordinasi dengan berbagai divisi di dalam Siloam, seperti *Legal Team*, *Finance Team*, *Tax Team* dan *Marketing Team*, untuk memastikan bahwa semua dokumen dan proses administratif terselesaikan dengan baik. Sementara itu, dalam komunikasi eksternal, penulis berinteraksi dengan *client corporate*, termasuk melakukan tindak lanjut perjanjian kerja sama, menyampaikan informasi terkait layanan Siloam, serta mengelola korespondensi melalui *email*. Dengan adanya peran ini, penulis membantu memastikan hubungan antara Siloam dan perusahaan mitra tetap berjalan dengan baik serta mendukung kelancaran berbagai proses yang berkaitan dengan kerja sama bisnis.

Alur kerja pengelolaan dokumen kerja sama di divisi *Corporate Sales* Siloam *Hospitals* dilakukan secara sistematis dan terkoordinasi lintas divisi. Proses dimulai dari penyusunan *draft Memorandum of Understanding (MoU)* oleh tim *Corporate Sales*, yang kemudian dikirimkan ke tim *Legal* untuk direview secara mendalam, termasuk pasal-pasal terkait *rebate* atau bonus. Setelah itu, dokumen dilanjutkan ke tim *Corporate Secretary (Corsec)* untuk memastikan kelengkapan legalitas dokumen *client* Jika sudah sesuai, dokumen diteruskan ke tim *Finance* dan *Tax* untuk ditinjau apabila terdapat klausul terkait denda atau kewajiban perpajakan. Setelah seluruh tim *internal* menyetujui, *MoU* dikembalikan ke *Corporate Sales* untuk diteruskan ke *client* agar direview oleh tim *internal* mereka. Apabila tidak terdapat revisi tambahan, dokumen dikembalikan ke *Legal* untuk verifikasi akhir. Jika tidak ada lagi catatan, *MoU* dicetak untuk ditandatangani secara basah dan dibubuhi materai oleh *client*, kemudian dikirim kembali ke *Corporate Sales* untuk ditandatangani oleh *Head of Sales*, Haryadi, dan *Sales Associate Director*, Angelia Agustine. Setelah penandatanganan kedua belah pihak selesai, satu rangkap *MoU* diserahkan kepada

klien sebagai arsip, dan satu rangkap lainnya disimpan sebagai dokumen *internal* resmi *Corporate Sales*.

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

Penulis menjalani program magang selama empat bulan (Januari–Mei 2025) sebagai *Account Support Intern* di PT Siloam *International Hospitals Tbk*, mendukung operasional tim *Corporate Sales* dalam divisi *Sales & Marketing*. Di bawah supervisi *Corporate Head Department*, Lina Carolina Sihombing dan bimbingan langsung dari Kimberlynn selaku *Account Support* utama, penulis bertugas mengelola komunikasi internal dengan tim *Legal, Finance, dan Marketing*, serta eksternal dengan *client corporate*. Tugas utama mencakup pengurusan dokumen kerja sama, pengelolaan *Customer Relationship Management (CRM)* seperti mengirimkan update layanan ke *client* dari Siloam *Hospitals*, menjawab *email client*, dan menyampaikan kebutuhan *client* melalui *email*, serta menyampaikan permintaan *client* kepada *Account Executive*. Selain itu, penulis juga berkontribusi dalam analisis kompetitor layanan *Medical Check-Up (MCU)* dengan analisis *SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats)* di wilayah BSD, Gading Serpong, Alam Sutera, Karawaci dan sekitarnya, untuk mendukung tim *Corporate* dalam menyusun strategi penawaran yang lebih kompetitif.



### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan sebagai *Account Support Intern* adalah sebagai berikut :

Pekerjaan	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Review MoU Agreement</i>																				
<i>Maintaining CRM with corporate clients (email)</i>																				
<i>Maintaining Effective Communication with Corporate Sales and Related Division</i>																				
<i>Create Competitor Analysis (MCU)</i>																				
<i>Other Tasks</i>																				

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang  
Sumber : Arsip Penulis

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani magang sebagai *Account Support Intern* di divisi *Corporate Sales Siloam Hospitals*, penulis mengaplikasikan berbagai konsep komunikasi yang telah dipelajari dalam perkuliahan dan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam konteks profesional. Berdasarkan *Network Theory*, keberhasilan koordinasi antar divisi seperti *Legal, Finance, dan Marketing* sangat bergantung pada alur komunikasi yang jelas dan terstruktur. Dalam praktiknya, penulis sering menghadapi hambatan komunikasi yang dapat dijelaskan melalui *Model Komunikasi Shannon & Weaver*, seperti keterlambatan respons atau

informasi yang tidak lengkap, dan mengatasinya dengan *follow-up* aktif serta pesan yang tepat sasaran.

Dari sisi eksternal, penulis menerapkan pendekatan *behavioral approach CRM* untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan *client corporate*, dengan menyesuaikan komunikasi berdasarkan kebutuhan masing-masing *client corporate*. Selain itu, penyusunan *email* profesional, *update* layanan, serta pengelolaan dokumen dilakukan dengan mengacu pada prinsip *4C Framework*, yaitu *clarity*, *consistency*, *credibility*, dan *connectivity* dalam setiap pesan yang disampaikan, baik secara *internal* maupun eksternal. Seluruh proses ini turut menciptakan iklim komunikasi *internal* yang positif, di mana kolaborasi antar divisi dapat berjalan efektif karena informasi tersampaikan secara terbuka, terstruktur, dan saling mendukung. Berikut merupakan uraian kerja magang penulis :

### **1. Review MoU Agreement**

Dalam peran sebagai *Account Support Intern*, penulis berperan penting dalam proses *review* dokumen *Memorandum of Understanding (MoU)* yang dilakukan secara menyeluruh dan sistematis. Tugas ini tidak hanya mencakup pengecekan dokumen saja, tetapi juga melibatkan koordinasi aktif dengan berbagai pihak, khususnya para *Account Executive (AE)* yang menangani *client* nya masing-masing. Komunikasi yang konsisten dengan *Account Executive (AE)* menjadi bagian dari strategi untuk menjaga komunikasi dan koordinasi internal team yang efektif. Penulis juga memastikan seluruh kebutuhan *client* terakomodasi dengan baik dalam setiap *draft* perjanjian *MoU*. Jika *client* ada revisi atau berbeda pendapat mengenai suatu pasal, penulis memastikan bahwa setiap revisi maupun penyesuaian pasal telah dikomunikasikan dengan jelas, sehingga proses penandatanganan dan finalisasi *MoU* dapat berjalan sesuai jadwal dengan semua pihak.

Penulis bertanggung jawab untuk memverifikasi kelengkapan dokumen pendukung dari *client*, seperti akta pendirian perusahaan, NPWP, surat kuasa, dokumen identitas penandatanganan, serta dokumen administratif lainnya. Dalam pelaksanaannya, penulis menjalin kerja sama dengan tim *Legal Siloam* untuk memastikan bahwa seluruh dokumen telah sesuai dengan ketentuan hukum dan kebijakan *internal* perusahaan. Dengan pendekatan yang teliti dan *attention to detail*, penulis memastikan bahwa setiap aspek dari perjanjian tersebut selaras dengan nilai-nilai perusahaan.

Dalam upaya meningkatkan transparansi dan keteraturan alur proses pembuatan *Memorandum of Understanding (MoU)* dengan *client*, penulis mengambil inisiatif untuk mengelola sebuah *tracking sheet*. *Tracking sheet* ini dirancang untuk menyimpan informasi yang komprehensif dan dapat diakses oleh tim *Corporate Sales*. Fungsinya adalah untuk menampilkan status terkini dari setiap *MoU*, mulai dari tahap *follow up client*, *chatter* ke *team legal* untuk revisi dan finalisasi, hingga penandatanganan dengan *client*. Dengan adanya sistem ini, semua pihak yang terlibat dapat dengan mudah memantau kemajuan, mengidentifikasi potensi hambatan, dan mengambil langkah korektif secara cepat.

	A	B	D	E	F	G	H	I	J
	COMPANY NAME	PIC	CS / ADDEN	SE CASE / PR	SYC + LEGAL	PROGRESS	NEXT ACTIN DATE	NEXT ACTK	TRACK
9	INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR MIGRATION (IOM)	AH	Addendum		On Review	<ul style="list-style-type: none"> <li>1/16/25 Sent kindly reminder to client to give feedback Annex</li> <li>2/5/25 Sent kindly reminder to client to give feedback Annex</li> <li>15/5/25 Sent kindly reminder to client to give feedback Annex</li> <li>28/5/25 Sent kindly reminder to client to give feedback Annex</li> </ul>	4-Jun-25	Remind Client	Email [Draft 3rd Amendment IOM - PT Siloam International Hospitals Tbk]
11	PLN NUSANTARA POWER	AH	Addendum			<ul style="list-style-type: none"> <li>7/5/25 Sent kindly reminder to client to signed draft addendum</li> <li>5/5/25 Chatter to legal to revised terms agreement</li> <li>13/5/25 Chatter kindly reminder to legal to revised terms agreement</li> <li>14/5/25 Sent final addendum to client to signing process by 3 Aileen</li> <li>11/6/25 Sent kindly reminder to client to signing process</li> </ul>	17-Jun-25	Remind Client by email	Email [Draft Addendum - Siloam x PT PLN Nusantara Power]
15	SUCOFINDO	AH	PKS	Base Case	On Review	<ul style="list-style-type: none"> <li>PKS</li> <li>16/5/2025 Sent kindly reminder to client to signing draft PKS</li> <li>28/5/2025 Sent kindly reminder to client to signing draft PKS</li> <li>9/6/25 Sent kindly reminder to client to signing draft PKS</li> </ul>	11-Jun-25	Remind Client	Salesforce
17	BANK CIMB NIAGA	AH	PKS			<ul style="list-style-type: none"> <li>17/4/25 Chatter to legal to final review draft PKS</li> <li>2/5/25 Sent draft PKS to client to final review draft PKS</li> <li>5/6/25 Chatter to legal to review draft addendum for finalization addendum</li> </ul>	12-Jun-25	Remind Client by email	Email [UMUM] Perpanjangan Kontrak Kerjasama MCUJ

Gambar 3.2 *Follow Up Tracker Sheet Corporate*

Sumber : Arsip Penulis

## 2. *Maintaining CRM with corporate clients (email)*

Selama menjalankan peran sebagai *Account Support Intern*, penulis berfokus untuk memberikan dukungan yang menyeluruh dan responsif kepada tim *Account Executive* dalam kegiatan meningkatkan efektivitas operasional *CRM*. Salah satu tanggung jawab utamanya adalah mengelola dan memperkuat *Customer Relationship Management (CRM)* secara sistematis melalui korespondensi *email* yang efektif dengan para *client corporate*. Kegiatan ini mencakup penyampaian informasi terbaru mengenai layanan Siloam, menjawab pertanyaan dari *client*, serta memenuhi kebutuhan mereka secara cepat dan tepat.

Penulis memegang peran dalam menjaga kelancaran komunikasi eksternal, memastikan setiap informasi yang disampaikan melalui *email* bersifat jelas, profesional, dan sesuai dengan standar perusahaan. Tugas ini meliputi tindak lanjut atas proses kerja sama, pengiriman dan klarifikasi dokumen perjanjian, serta penyampaian pembaruan terkait layanan. Seluruh aktivitas ini menjadi bagian dari upaya menjaga kualitas hubungan dengan *client* melalui implementasi strategi *CRM* yang berkelanjutan dan konsisten. Dengan pendekatan yang terstruktur dan responsif, penulis memastikan bahwa alur komunikasi antara pihak internal dan eksternal berlangsung lancar, terarah, dan efisien.

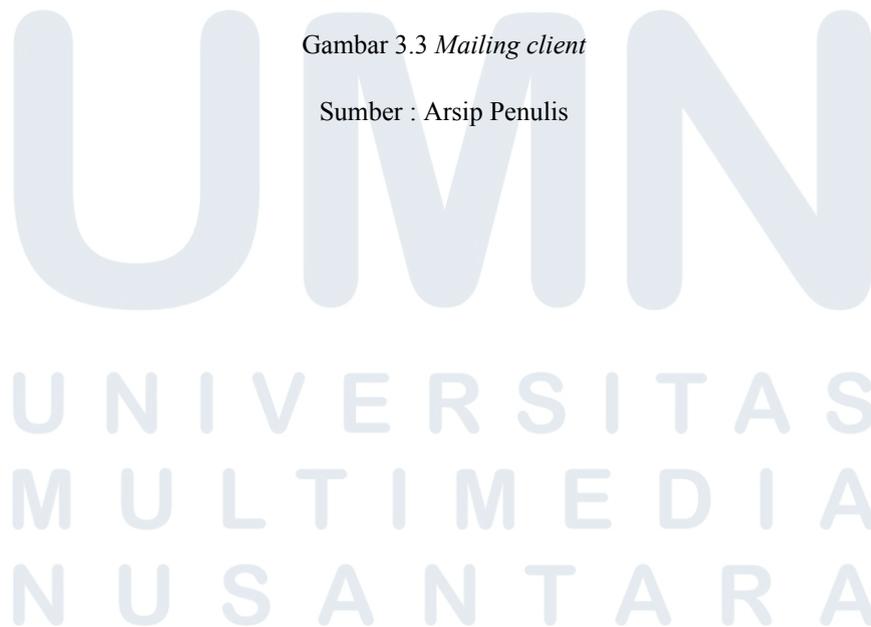
Melalui mata kuliah yang telah penulis lewat, yaitu *Direct Marketing and Customer Relationship Management*, penulis mampu mempelajari dasar-dasar dari *CRM* dan mengimplementasikannya dalam kerja magang penulis. Salah satunya memahami perilaku konsumen (*behavioral approach*) untuk membangun hubungan jangka panjang. Pemahaman ini kemudian diimplementasikan dalam kerja magang, khususnya dalam menjaga komunikasi yang efektif dan personal dengan

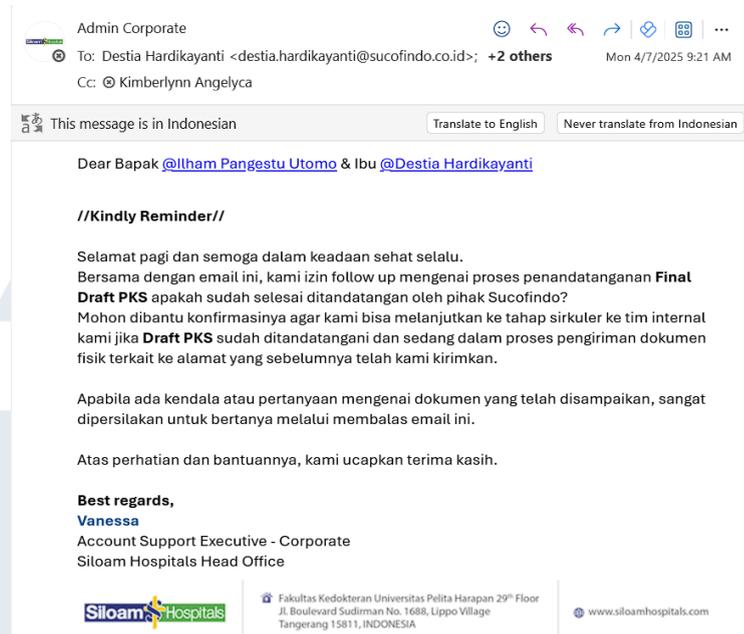
*client* melalui *email*, sebagai bagian dari strategi *Customer Relationship Management (CRM)* yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas *client*.



Gambar 3.3 *Mailing client*

Sumber : Arsip Penulis





Gambar 3.4 Mailing client

Sumber : Arsip Penulis

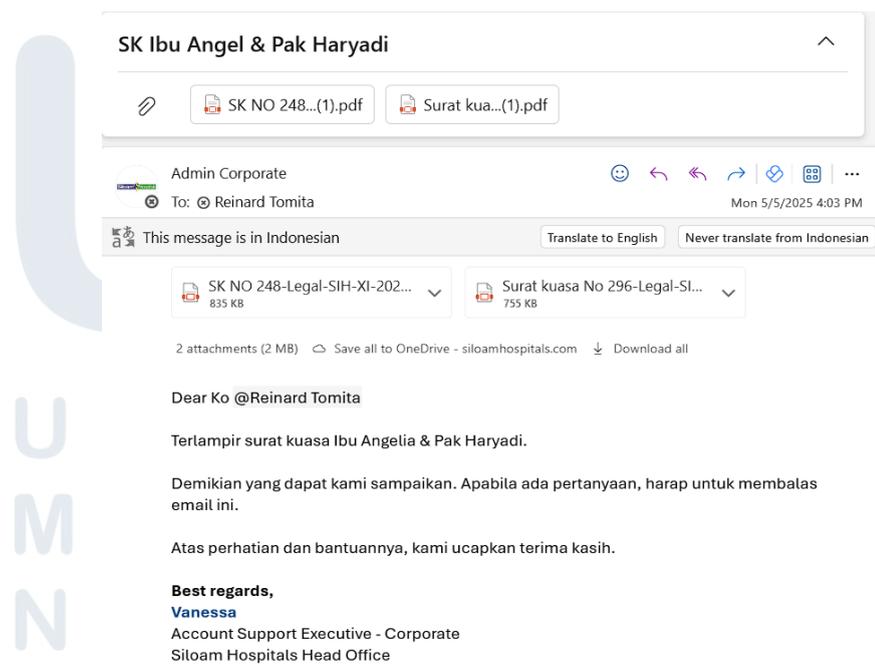
### 3. *Maintaining Effective Communication with Corporate Sales and Related Division*

Dalam perannya sebagai *Account Support Intern*, penulis berfungsi sebagai penghubung utama antara tim *Corporate Sales* dan berbagai divisi pendukung seperti *Legal, Finance, dan Marketing*. Tanggung jawab ini mencakup memastikan kelancaran komunikasi lintas divisi guna mempercepat penyelesaian dokumen administratif seperti *MoU*, mulai dari pengumpulan legalitas dokumen hingga proses finalisasi *MoU*. Dengan menjaga komunikasi yang terstruktur dan profesional, penulis turut mencegah potensi miskomunikasi serta menjamin setiap proses berjalan sesuai standar dan waktu yang ditentukan.

Selain menjembatani komunikasi eksternal, penulis juga secara aktif menjaga efektivitas komunikasi internal di dalam tim *Corporate Sales* itu sendiri. Penulis membantu kebutuhan *Account Executive* maupun *Head of Department*, seperti menyiapkan dokumen pendukung, melakukan *follow-up* administratif kepada *client* dan divisi lain, serta

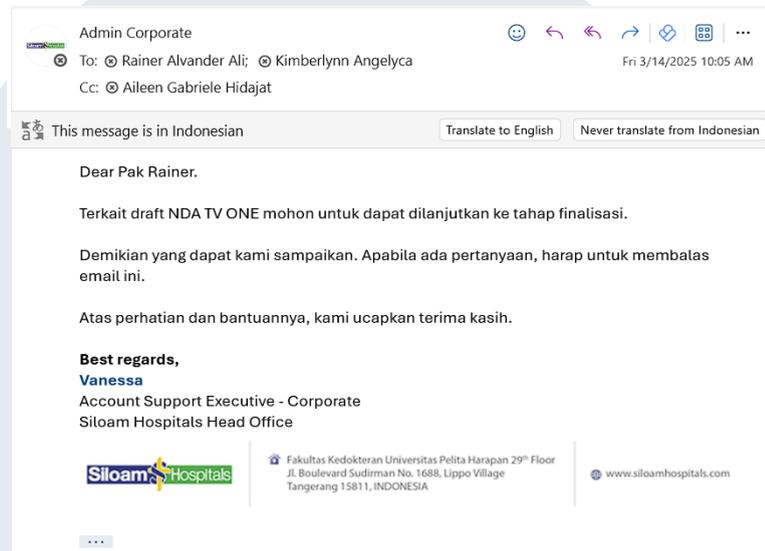
memastikan setiap kebutuhan informasi dapat disampaikan dan ditindaklanjuti dengan cepat.

Melalui mata kuliah *Effective Persuasive Communication* dan *Internal Communication and Corporate Culture*, penulis dapat mempelajari dan mengimplementasikan inti pembelajaran dari mata kuliah tersebut ke dalam kerja magang. Seperti cara dalam menyampaikan dan membuat pesan/informasi kepada tim *internal corporate sales, client*, maupun divisi lain secara hati-hati dan terstruktur. Tujuannya adalah agar pesan yang dikirim dapat dipahami secara akurat oleh penerima, meminimalisir potensi miskomunikasi, serta memastikan tidak ada informasi yang rancu. Selain itu, melalui mata kuliah *Internal Communication and Corporate Culture*, penulis juga memahami bahwa setiap komunikasi yang dilakukan, baik secara lisan maupun tertulis, turut mencerminkan citra perusahaan. Oleh karena itu, dalam setiap mengirimkan, penulis selalu berupaya menjaga profesionalisme dan berhati-hati dalam menyampaikan pesan demi menjaga nama baik dan reputasi Siloam sebagai institusi pelayanan kesehatan yang terpercaya.



Gambar 3.5 *Support Internal Team Corporate Sales*

Sumber : Arsip Penulis



Gambar 3.6 *Mailing other Division (Legal Division)*

Sumber : Arsip Penulis

#### 4. *Create Competitor Analysis (MCU)*

Salah satu target strategis penting lainnya adalah melakukan riset pasar dan analisis komparatif yang mendalam mengenai penawaran pelayanan *Medical Check Up (MCU)* terbaru dari rumah sakit-rumah sakit pesaing di daerah BSD, Gading Serpong, Tangerang, Karawaci yang memiliki segmen pasar serupa dengan *Siloam Hospitals Group*, seperti EMC, Bethsaida, dan Eka *Hospitals*. Hasil analisis ini penulis sajikan dalam format *SWOT Analysis* untuk memberikan wawasan kompetitif yang berharga bagi tim, mendukung perumusan strategi penjualan. Berikut ini adalah *SWOT Analysis* dari *competitor analysis (MCU)* :

### **COMPETITOR ANALYSIS MEDICAL CHECK UP**

Analisis kompetitor layanan *Medical Check Up (MCU)* ini disusun untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari beberapa rumah sakit yang beroperasi di wilayah BSD, Gading Serpong, Tangerang, dan Karawaci yang merupakan area yang juga menjadi cakupan utama pelayanan Siloam *International Hospitals Tbk*, khususnya Siloam *Hospitals Lippo Village*.

Fokus analisis ini adalah membandingkan Siloam Hospitals Lippo Village dengan tiga kompetitor utama dalam faktor area, yaitu :

1. Bethsaida Hospitals (Gading Serpong)
2. Eka Hospital BSD
3. EMC Hospital Tangerang

Analisis dilakukan dalam format *SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)* untuk memberikan gambaran menyeluruh terhadap posisi masing-masing rumah sakit dalam menyediakan layanan *MCU*.

#### **Siloam Hospitals Lippo Village (SHLV)**

- Target Pasar:

Individu kelas menengah ke atas, ekspatriat, dan pasien *corporate*. Perusahaan besar yang membutuhkan hasil *MCU* yang akurat dan bisa digunakan secara resmi, termasuk untuk ekspor tenaga kerja, migrasi, dan asuransi internasional.

- Strengths (Kekuatan):

- a. Akreditasi JCI & KARS : Menunjukkan standar layanan internasional, kepercayaan lebih tinggi dari *client corporate* dan individu.
- b. Fasilitas *MCU* sangat lengkap : *MRI 3 Tesla*, *CT Scan* canggih, *Gamma Knife* (untuk neurologi), *USG 4D*, *Cath Lab*.
- c. Dukungan spesialisasi lengkap : Tersedia *onsite* dokter spesialis berbagai bidang seperti jantung, neurologi, ortopedi, sehingga *MCU* bisa ditindaklanjuti langsung bila ditemukan abnormalitas.

- d. Laboratorium skala besar & otomatisasi : Memungkinkan pengolahan hasil yang cepat, akurat, dan masif.
- Weaknesses (Kelemahan):
  - a. Kurangnya informasi terbuka soal paket dan harga MCU : Menurunkan minat calon pasien yang sensitif terhadap harga atau ingin membandingkan.
  - b. Persepsi biaya tinggi: Meskipun teknologinya mumpuni, harga dianggap “premium,” sehingga kurang bersaing bagi pasien dengan *budget* menengah.
- Opportunities (Peluang):
  - a. Digitalisasi pemesanan & *pre-consult* : Bisa membuka pasar generasi muda atau karyawan perusahaan yang ingin akses praktis dan cepat.
  - b. Ekspansi partnership korporasi dan asuransi : Bisa menjadi pilihan MCU resmi yang memenuhi standard compliance BPJS & swasta.
- Threats (Ancaman):
  - a. Munculnya rumah sakit dengan layanan lebih fleksibel dan transparan harga, contoh: Bethsaida dengan *Healthcation*-nya.
  - b. Segmentasi terlalu sempit : Fokus *premium* membuat SHLV kurang fleksibel menghadapi pasar *middle-class* Indonesia yang besar.

### **Bethsaida Hospitals Gading Serpong**

- Target Pasar:  
Individu & *corporate* yang mencari pengalaman MCU nyaman, praktis, serta harga transparan. Pasien dengan preferensi gaya hidup dan kenyamanan (*wellness-driven health check*).
- Strengths:
  - a. Harga dan paket transparan : Mulai dari Rp 680 ribu sampai Rp 21 juta (*Healthcation*), sehingga mudah diakses oleh berbagai segmen.

- b. Konsep *Healthcation* unik : *MCU* dilakukan sambil menginap di kamar SVIP/President Suite, menargetkan pasar *wellness* dan kenyamanan.
- c. Teknologi visualisasi tinggi : *CT Scan 512 slice* dengan *AI, USG 4D HD Live*.
- d. *Website user-friendly* dengan *detail* paket lengkap: Meningkatkan konversi melalui *digital channel*.
- *Weaknesses* :
  - a. Belum memiliki akreditasi internasional (JCI) : Bisa menurunkan kepercayaan perusahaan multinasional dan pasien yang memprioritaskan standar internasional.
  - b. Jumlah spesialis mungkin lebih terbatas dibanding rumah sakit rujukan besar seperti SHLV atau Eka.
- *Opportunities* :
  - a. Menarik segmen muda & keluarga urban : Khususnya yang mencari *experience* lebih dari sekadar pemeriksaan.
  - b. Kampanye *digital* berfokus pada *self-care & preventive health* : Selaras dengan *trend health-conscious lifestyle*.
  - c. Bermitra dengan *hospitality* : Memperluas pengalaman pasien yang ingin check-up sambil *staycation*.
- *Threats* :
  - a. Dianggap terlalu santai dan kurang ketat untuk perusahaan yang butuh *MCU* standar operasional ketat.
  - b. Bersaing dengan RS besar yang memiliki rujukan nasional seperti Eka & Siloam.

### **Eka Hospital BSD**

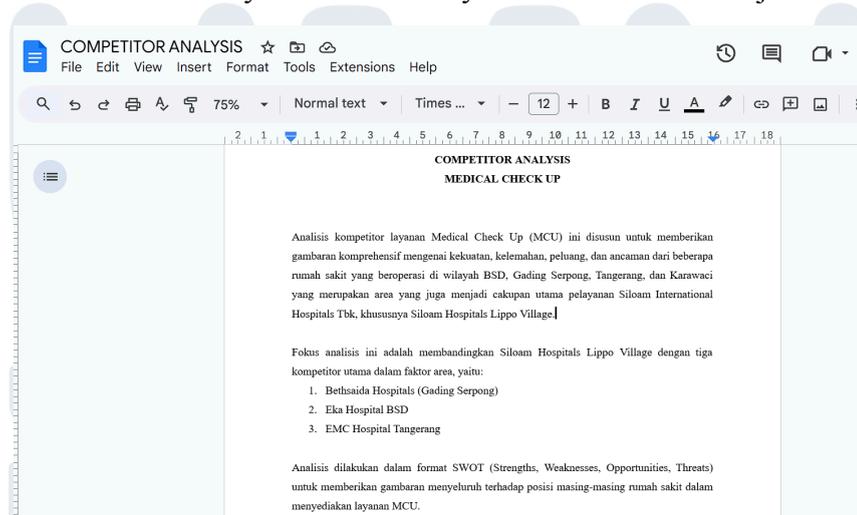
- *Target Pasar* :  
Pasien individu dan korporasi kelas menengah ke atas yang mengutamakan efisiensi, akurasi, dan integrasi digital. Perusahaan dengan kebijakan *medical record tracking &* standar internasional.

- Strengths :
  - a. Akreditasi JCI dan KARS : Mendukung kredibilitas sebagai RS rujukan *corporate*.
  - b. Teknologi terkini : *MRI, CT Scan*, Endoskopi, dengan tenaga medis senior.
  - c. Rekam medis elektronik terintegrasi : Memudahkan pengelolaan data kesehatan pasien jangka panjang.
  - d. Paket *MCU* fleksibel & terjangkau: Mulai dari Rp 300 ribu, juga tersedia paket *Diamond* lengkap.
- Weaknesses :
  - a. Kurangnya diferensiasi promosi *MCU* dibanding RS lain : Fokus komunikasi lebih keperawatan penyakit dibandingkan *check-up*.
  - b. Kurang menonjolkan *value* tambahan seperti program *Healthcation* atau personalisasi sesuai keinginan individu.
- Opportunities :
  - a. Meningkatkan *channel digital* dan *appointment system online*.
  - b. Menawarkan layanan korporasi berbasis bundling atau langganan tahunan.
  - c. Kolaborasi dengan asuransi digital dan *startup health-tech*.
- Threats :
  - a. Tidak memiliki *positioning lifestyle* atau *wellness* seperti Bethsaida.
  - b. Persaingan dengan RS yang lebih gencar promosi *digital*.

### **EMC Hospital Tangerang**

- Target Pasar :  
Pasien umum dan karyawan lokal di sekitar Tangerang, Gading Serpong. Menargetkan efisiensi dan akses cepat dengan harga yang kompetitif.
- Strengths :
  - a. Teknologi diagnostik *modern* : *MRI 1.5T, MSCT 128 Slice, USG, Fluoroskopi*.

- b. Lokasi strategis dekat area perumahan elit dan kawasan bisnis.
  - c. Tenaga spesialis cukup lengkap untuk kebutuhan *MCU* dasar hingga menengah.
- *Weaknesses* :
    - a. Kurangnya informasi terbuka tentang paket *MCU* dan harga.
    - b. Belum memiliki akreditasi JCI.
    - c. Promosi digital lemah dan tidak menampilkan layanan *MCU* sebagai fokus utama.
  - *Opportunities* :
    - a. Mengembangkan paket *MCU* terjangkau untuk pasar lokal & pelajar.
    - b. Menggandeng institusi pendidikan atau UKM untuk layanan *check-up* berkala.
    - c. Menjadikan *EMC* sebagai 'gateway' *check-up* cepat sebelum rujukan.
  - *Threats* :
    - a. Mudah tersisih oleh RS besar dengan daya tarik lebih tinggi (Eka, Siloam).
    - b. Tidak adanya diferensiasi layanan atau fitur menonjol.



Gambar 3.7 *Competitors Analysis (MCU)*

Sumber : Arsip Penulis

## 5. Other Tasks

Di luar tanggung jawab utama, penulis juga berperan dalam berbagai tugas pendukung untuk memastikan kelancaran operasional tim *Corporate Sales*. Salah satu kontribusinya adalah membuat *Minutes of Meeting (MoM)* untuk setiap *weekly internal meeting* maupun pertemuan lainnya. Dokumen ini meringkas *poin-poin* penting, *action items*, pembagian tugas, dan *timeline* sehingga seluruh anggota tim memiliki acuan yang jelas terkait hasil rapat dan langkah selanjutnya.

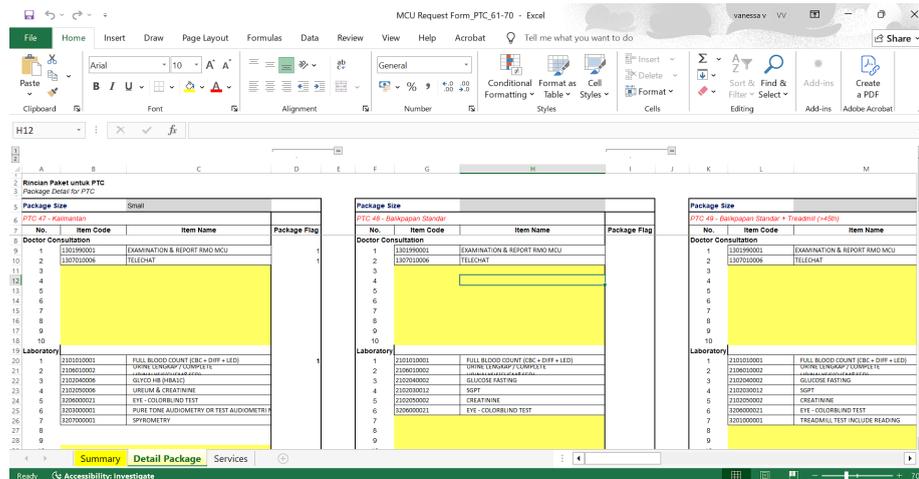
Selain itu, penulis juga memberikan dukungan kepada *Account Executive (AE)*, termasuk membantu pengisian *Medical Check-Up (MCU)* Request Form untuk *client corporate*. Dengan kontribusi ini, penulis turut mendukung efisiensi proses administrasi dan kelancaran kerja sama antara Siloam Hospitals dan *client corporate sales*.

No.	Discussion Topics	Description	Action Plan	PIC	Timeline
1	MCU	Dalam pemeriksaan MCU, team AE perlu untuk cross check ke masing-masing HU terkait ketersediaan fasilitas yang diperlukan oleh client apakah memadai atau tidak	Make sure ke HU	ALL AE	ALL TIME
2	KIMIA FARMA	Menunggu submit KYC Form dan request sign Legal Siloam	Follow up Kimia Farma		
3	YAKES PERTAMINA	Follow up terkait pembayaran outstanding	Follow up Yakes Pertamina	Jeanitha	W2 APRIL
4	SURI TANI	Pindah ke COB BPJS, semua PKS diubah ke COB BPJS dan remind untuk legal documents nya Suri Tani	Membuat pks baru cob bpjs	Jeanitha	APRIL
5	SOHO	Mengirimkan list HU untuk unit MCU	Send to SOHO	Jeanitha	W2 APRIL
6	ASTRA INFRA	Negosiasi pricing MCU sudah di approve Pak Hary, akan diskusi lebih lanjut	Diskusi lebih lanjut terkait MCU	Reinard	W2 APRIL
7	BUMA	Discuss dengan Bu Angel	Discuss as soon as possible	Jeanitha	W4 MARCH
8	SALES FORCE	Selalu masukin di SF apabila ada update terbaru	Update Sales Force	ALL AE	ALL TIME
9	PHE	Sudah mengirim commercial termnya, menunggu dan follow up ke PHE untuk mengirimkan balik ke Siloam	Follow up ke PHE	Irwandi	W4 MARCH
10	BPJS TK	Surabaya sudah email, ko Wandri segera hubungi Denpasar untuk meeting lagi agar bisa di make sure sebelum meeting dengan Pak Sumanta	Scheduling meeting with SHDP	Irwandi	W4 MARCH

Gambar 3.8 MoM Weekly Meeting Corporate Team

Sumber : Arsip Penulis

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.9 Medical Check-Up (MCU) Request Form

Sumber : Arsip Penulis

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani magang sebagai *Account Support Intern* di divisi *Corporate Sales Siloam Hospitals*, penulis menemukan sejumlah kendala yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan prinsip teori komunikasi. Dalam konteks *Network Theory*, alur komunikasi antar divisi seperti *Legal*, *Finance*, dan *Marketing* belum berjalan dengan optimal. Hal ini ditandai dengan adanya keterlambatan respons, miskomunikasi terkait dokumen, serta tidak sinkronnya *update* yang berdampak pada keterlambatan proses administratif. Jika dikaitkan dengan *Model Komunikasi Shannon & Weaver*, hambatan tersebut termasuk dalam *noise* komunikasi, baik berupa gangguan teknis maupun ketidaktepatan penyampaian informasi. Dari sisi eksternal, pendekatan *behavioral CRM* juga belum berjalan maksimal karena adanya *client corporate* yang lambat merespons dan tidak memiliki satu *platform* komunikasi *internal* yang terbuka, sehingga terkadang memperlambat proses finalisasi dokumen seperti *MoU*.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis menerapkan beberapa langkah strategis yang sesuai dengan teori komunikasi. Dalam konteks *internal*, penulis secara aktif melakukan *follow-up* melalui *email* maupun *whatsapp*, memastikan bahwa setiap informasi tersampaikan dengan jelas dan tepat sasaran sesuai prinsip *clarity* dalam *4C Framework*. Penulis juga menyusun pesan yang informatif dan konsisten guna membangun *credibility* serta memperkuat *connectivity* antar tim. Sementara itu, untuk mengelola kendala dengan *client external*, penulis menyusun *tracking worksheet* menggunakan *Google Sheets* guna memantau progres dokumen dan waktu respons, sekaligus menjaga konsistensi komunikasi berdasarkan pendekatan *behavioral CRM*. Langkah-langkah ini bukan hanya menjadi solusi praktis, tetapi juga merupakan bentuk adaptasi teori ke dalam praktek kerja nyata yang mendorong efektivitas komunikasi dan koordinasi.

