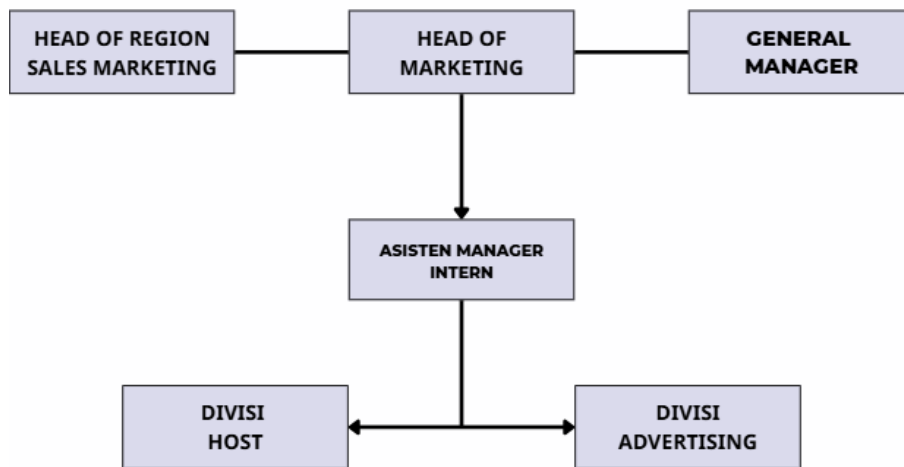


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan dalam konteks organisasi menurut Sari, N. M (2024) adalah posisi atau status yang dimiliki oleh seseorang, yang menentukan bagaimana individu tersebut dipandang dan diperlakukan dalam suatu organisasi. Secara sederhana, kedudukan dalam konteks organisasi diartikan sebagai status yang melekat pada seorang individu, yang berada dalam organisasi tertentu. Adapun dalam organisasi atau perusahaan Genusa Inovasi Indonesia, penulis berkedudukan sebagai asisten manager intern, yang berada dibawah naungan *head of marketing* sebagai supervisor dan direktur sebagai atasan dari manajer (kepala divisi marketing). Dimana dalam praktiknya, penulis memainkan peran signifikan dalam meningkatkan produktivitas divisi *host* dan *advertising*, yaitu melalui keterlibatan langsung dalam berbagai kegiatan operasional, promosi, serta pengembangan sumber daya manusia pada divisi tersebut. Secara sederhana dalam struktur organisasi PT Genusa Inovasi Indonesia, posisi asisten manager intern berada dibawah *head of marketing* dan berkoordinasi langsung dengan divisi *host & advertising*, serta secara aktif bersama dengan supervisor, tim *human resource*, tim *live operator*, dan tim *affiliate marketing*. Maka melalui peran asisten manager intern, penulis dituntut untuk memiliki kemampuan analisis, koordinasi, komunikasi, dan kepemimpinan yang baik, sehingga seluruh aktivitas dapat dilakukan dan berjalan dengan efektif, serta sesuai dengan visi perusahaan, yaitu "*Agar Semua Anak-Anak di Indonesia Memakai BombBear*".



Gambar 3.1.1 : Koordinasi Head of Marketing
Pada PT Genusa Inovasi Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Melalui jabatan sebagai asisten manager intern, penulis bertanggung jawab dalam memantau performa *live streaming* di dashboard TikTok BombBear, yaitu penulis membaca tren, menganalisis data performa, dan menyusun strategi melalui data yang dimiliki, secara *real-time* sesuai situasi pada *dashboard*. Adapun melalui hasil analisis, penulis dapat memberikan rekomendasi pada *head of marketing*, terkait waktu tayang terbaik (untuk live), jenis produk yang perlu ditonjolkan (untuk *e-commerce*), dan strategi promosi seperti pemberian voucher, discount code, hingga flash sale, yang berguna untuk meningkatkan *gross merchandise value (GMV)* selama sesi *live streaming* berlangsung. Adapun terkait *GMV*, Adieb, M. (2025) secara sederhana menjelaskan bahwa *GMV* merupakan akumulasi nilai pembelian yang dilakukan oleh pengguna melalui situs atau aplikasi dalam periode tertentu, yang dalam konteks ini diartikan sebagai total pembelian pengguna, selama sesi *live streaming* pada platform TikTok. Akhir kata, peningkatan *GMV* merupakan bentuk keberhasilan strategi pemasaran, yang sebagian masih menjadi tanggung jawab penulis. Yaitu penulis memberikan rekomendasi strategi, baik itu dalam jangka panjang maupun jangka pendek, yang pada akhirnya akan dipertimbangkan oleh head of marketing selaku supervisor.

Dalam bidang pemasaran digital, yaitu bidang ilmu yang dipelajari penulis

selama di universitas, penulis terlibat dalam pembuatan voucher dan diskon khusus selama periode *live*, selain itu penulis terlibat dalam pengelolaan iklan, pengembangan, dan pemeliharaan hubungan dengan affiliate atau influencer, melalui proses negosiasi dan komunikasi berkelanjutan. Adapun terkait affiliator, Pratiwi dan Putri (2024) menjelaskan affiliate sebagai pihak atau individu yang bertugas mempromosikan suatu barang atau jasa, dengan mekanisme pembayaran berupa komisi atau upah per satuan produk yang terjual. Dimana dalam praktiknya, affiliate berbeda dengan pegawai tetap milik perusahaan, yaitu affiliate cenderung berkedudukan sebagai pihak ketiga dan ikatan kerja berdasarkan kontrak komisi atau upah. Penulis dalam kesehariannya, tidak hanya berkoordinasi dengan anggota dalam divisi marketing, namun juga dengan anggota divisi lain. Yaitu penulis membangun koordinasi dengan supervisor, dalam tugas mendampingi untuk proses wawancara calon *host*, *co-host*, dan *sales canvasser*. Melalui bantuan tim *human resource* sebagai *user representative*, penulis memastikan kualitas sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan divisi, yaitu memiliki keterampilan dalam bidang pemasaran digital. Namun perlu diperhatikan bahwa pemilihan sumber daya manusia masih dalam cakupan tim *human resource*, yaitu penulis hanya memberikan rekomendasi sesuai penilaian objektif, terkait terpilih atau tidaknya kandidat masih menjadi cakupan *human resource*.

Selain berkoordinasi dalam divisi pemasaran, penulis juga membangun koordinasi dengan *general manager*, khususnya terkait aspek operasional. Dalam prakteknya, penulis bertanggung jawab atas kelancaran aktivitas *live in-house*, yang meliputi penyusunan jadwal *host*, melakukan evaluasi performa bersama *manager* dan *live operator*, serta mengkoordinasikan seluruh elemen pendukung dalam kegiatan *live*. Terkait elemen pendukung yang dimaksud adalah seluruh peralatan *live*, seperti kamera, mikrofon, lighting, tripod atau holder, dan jaringan internet. Adapun setiap sesi *live* selesai akan dilakukan evaluasi, yang mengikutsertakan *manager* dan *live operator*. Sholihin, N. N (2024) menjelaskan bahwa evaluasi merupakan proses sistematis yang menganalisis suatu aktivitas, guna menjelaskan kemajuan dari aktivitas tersebut. Dimana dalam ruang lingkup perusahaan, evaluasi menjadi salah satu aktivitas penting, guna menjabarkan kekurangan dan merumuskan solusi dari aspek yang dirasa kurang. Secara sederhana pada PT Genusa Inovasi Indonesia, penulis melakukan evaluasi dengan metode kuantitatif,

yaitu melihat jumlah penonton (*views*), tanda suka (*likes*), komentar (*comment*), dibagikan (*share*), dan durasi penonton (*viewers time*). Akhir kata, hasil evaluasi dari penulis akan digunakan sebagai dasar untuk penyusunan strategi berikutnya, yang meliputi perencanaan akan pelatihan bagi host, sehingga mampu tampil dengan lebih komunikatif dan persuasif.

Melalui kedudukan dan koordinasi yang jelas antara *head of region sales marketing*, *head of marketing*, dan *general manager*, penulis mendapatkan tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam mengelola seluruh kegiatan divisi *host* dan *advertising*. Yaitu penulis memastikan kegiatan secara terstruktur, efisien, dan selaras dengan target perusahaan. Secara sederhana dapat diartikan bahwa keberadaan penulis dalam posisi asisten manager intern, khususnya untuk *head of marketing*, tidak hanya memberikan dukungan dalam kelancaran operasional harian, namun juga berkontribusi langsung akan pengembangan strategi promosi, peningkatan efektivitas *live commerce*, dan penguatan citra merek BombBear Indonesia, sebagai salah satu brand fashion anak terdepan di Indonesia. Akhir kata, secara keseluruhan peran asisten manager intern pada PT Genusa Inovasi Indonesia mencerminkan perpaduan antara kemampuan manajerial, analisi, dan kreativitas, dengan pengetahuan akan *digital marketing*, yang semuanya diarahkan untuk mencapai produktivitas tinggi dalam divisi *host* dan *advertising*. Yaitu melalui koordinasi yang solid, tanggung jawab lintas divisi, dan penerapan strategi promosi secara digital yang efektif, posisi asisten manager intern menjadi elemen penting dalam mendukung pertumbuhan PT Genusa Inovasi Indonesia, menuju visi besarnya di pasar fashion anak nasional.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam periode magang, yaitu selama enam bulan, 80 hari, dan 640 jam, penulis memilih PT Genusa Inovasi Indonesia sebagai perusahaan tempat bekerja. Adapun selama bekerja, penulis dipercayakan sejumlah tugas dalam upaya mendukung pertumbuhan perusahaan. Tugas yang dimaksud telah penulis cantumkan pada daily task, dengan rincian sebagai berikut;

3.2.1 Tugas Magang

Tabel 3.2.1 : Tugas Magang yang Dilakukan Penulis

Minggu	Tugas Magang	Deskripsi Tugas	Koordinasi	Output (Kuantitatif)
Pertama	Menjadi penerjemah bahasa mandarin dalam wawancara bersama supervisor dan <i>human resource</i> .	Dalam proses rekrutmen tim, penulis mendampingi supervisor selama sesi wawancara dengan calon <i>host</i> , <i>co-host</i> , dan <i>sales canvasser</i> . <i>Human resource</i> bertindak sebagai <i>user</i> , sementara penulis membantu menilai kemampuan komunikasi, performa, karakter, dan kecocokan kandidat sesuai kebutuhan divisi <i>host & advertising</i> .	<i>Head of marketing</i> , Bapak Luo Xuanao	<p>> Membantu 25+ sesi <i>interview</i></p> <p>> Menilai 15+ kandidat <i>host</i></p> <p>> Menilai 6+ kandidat <i>co-host</i></p> <p>> Menilai 6+ kandidat <i>sales canvasser</i></p> <p>> Membantu penerimaan 10+ kandidat <i>interview</i></p>
Pertama	Mempersiapkan gudang baru	Persiapan gudang baru PT Genusa Inovasi Indonesia, yang dimulai dari kondisi kosong hingga siap digunakan. Adapun tugas mencakup survei kebutuhan, pembelian peralatan operasional, koordinasi dengan tukang dan pihak penyedia jasa, guna memastikan seluruh fasilitas yang dibutuhkan tersedia dan siap digunakan.	<i>Head of marketing</i> , Bapak Luo Xuanao	<p>> Gudang selesai disiapkan dalam waktu 14 hari dan langsung siap operasional</p> <p>> Menangani pengadaan barang (<i>procurement</i>) 20+ jenis peralatan operasional</p>
Pertama	Melakukan <i>canvassing</i> pada	Menganalisis potensi pasar di beberapa	<i>Head of marketing</i> ,	> Melakukan survei lapangan di 10 titik

	daerah potensial	daerah, seperti Tangerang dan Bogor. <i>Canvassing</i> mencakup pengamatan kondisi demografis, perilaku konsumen, ketersediaan kompetitor, dan peluang distribusi barang secara offline.	Bapak Luo Xuanao	lokasi pada kota Tangerang, Jakarta, Bandung, dan sekitarnya > Menganalisis 3 kompetitor > Menghasilkan laporan berisi 5 rekomendasi lokasi potensial
Kedua	Membuat voucher dan diskon untuk BombBear selama periode <i>live</i>	Merancang dan mengatur voucher, diskon, dan promo khusus selama periode <i>live streaming</i> . Adapun tugas mencakup analisis kebutuhan promo, penentuan jenis dan besaran diskon, hingga implementasi pada platform <i>e-commerce</i> .	<i>Head of marketing</i> , Bapak Luo Xuanao	> 30+ kupon voucher diterbitkan > 15+ bentuk diskon diterbitkan > 20+ klaim voucher oleh pengguna selama periode <i>live</i>
Kedua	Memantau <i>live dashboard</i> TikTok BombBear dan menyusun strategi <i>live streaming</i>	Tugas ini meliputi pemantauan performa <i>live streaming</i> melalui dashboard TikTok BombBear secara real-time, untuk mengumpulkan data analisis. Selanjutnya penulis menyusun strategi <i>live streaming</i> , seperti pemilihan produk yang di unggulkan, penentuan waktu tayang, hingga	<i>Head of marketing</i> , Bapak Luo Xuanao	> Memantau 120+ sesi <i>live</i> > Meningkatkan <i>average GMV</i> per <i>live</i> sebesar 10% > Meningkatkan jumlah rata-rata penonton sebesar 15%

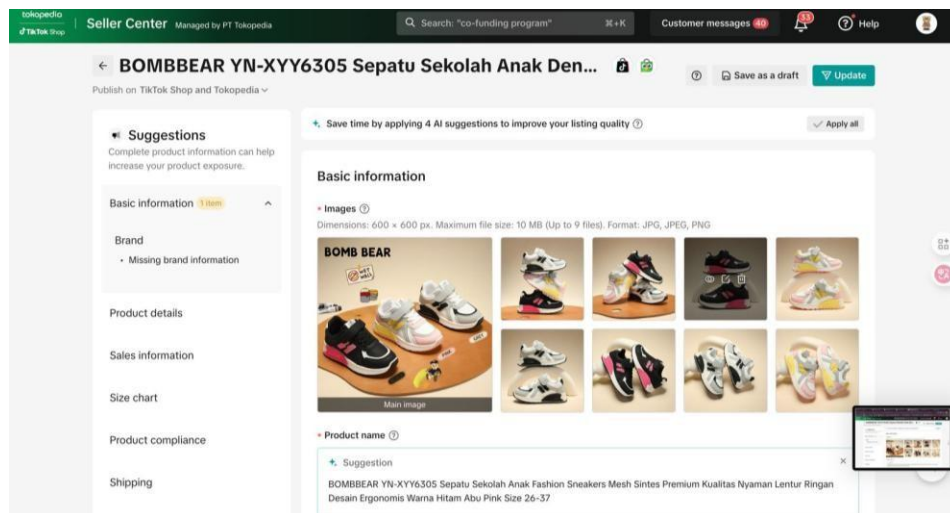
		penggunaan voucher dan sebagainya.		
Ketiga	Mencari affiliator dan melakukan dealing dengan affiliate/influencer	Penulis aktif mencari affiliator dan influencer potensial melalui platform media sosial. Tugas ini mencakup proses seleksi, komunikasi awal, negosiasi <i>benefit</i> dan skema kerja sama, hingga penyusunan kesepakatan untuk memastikan kolaborasi dapat berjalan efektif serta memberikan dampak positif bagi penjualan BombBear.	<i>Head of marketing,</i> Bapak Luo Xuanao	> Menghubungi 150+ affiliator/influencer potensial > Mencapai kerja sama dengan 20+ affiliator
Ketiga	Melakukan <i>maintenance relationship</i> dengan affiliate yang telah bekerjasama	Penulis bertanggung jawab menjaga hubungan baik dengan affiliator melalui komunikasi rutin, pemberian informasi terbaru mengenai produk, promo, atau jadwal <i>live</i> , serta memastikan kebutuhan affiliator terpenuhi untuk mendorong performa mereka secara berkelanjutan.	<i>Head of marketing,</i> Bapak Luo Xuanao	> Melakukan komunikasi secara rutin dengan 40+ affiliator
Keempat	Melakukan <i>ADS GMV max</i> , serta <i>flash sale</i> untuk produk yang akan ditayangkan oleh affiliate	Penulis mengelola <i>Ads GMV Max</i> dan promo <i>flash sale</i> untuk mendukung penjualan produk yang dibawa oleh affiliator. Tugas ini meliputi persiapan	<i>Head of marketing,</i> Bapak Luo Xuanao	> Mengatur 30+ kampanye <i>ads GMV max</i> > Menjalankan 20+ program <i>flash sale</i>

		iklan, pemilihan produk unggulan, penjadwalan promosi, serta optimasi agar setiap tayangan affiliator mampu menghasilkan peningkatan penjualan yang signifikan.		> Peningkatan <i>GMV max</i> sebesar 20%
Keempat	Membuat jadwal <i>host</i>	Penulis menyusun jadwal kerja <i>host</i> secara teratur untuk memastikan kelancaran sesi <i>live in-house</i> BombBear. Penyusunan jadwal mempertimbangkan ketersediaan <i>host</i> , kebutuhan konten, jadwal produk, serta target <i>live</i> harian agar <i>operasional live</i> berjalan tertib dan efisien.	<i>Head of marketing</i> , Bapak Luo Xuanao	> Menyusun jadwal <i>host</i> untuk 20+ sesi <i>live</i> > Persentase jadwal bentrok < 10% > Persentase <i>host live</i> tampil tepat waktu > 80%
Keempat	Melakukan evaluasi <i>host</i> bersama <i>manager</i> dan <i>live operator</i>	penulis melakukan evaluasi performa <i>host</i> secara rutin bersama <i>Manager</i> dan <i>Live Operator</i> . Evaluasi mencakup kemampuan komunikasi <i>host</i> , penyampaian informasi produk, interaksi dengan penonton, hingga pencapaian <i>GMV</i> . Adapun hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan performa dan strategi <i>live</i> ke depannya.	<i>Head of marketing</i> , Bapak Luo Xuanao	> Melakukan 25+ sesi evaluasi performa <i>host</i>

3.2.2 Uraian Tugas Magang

1. Tugas Memantau *Live Dashboard* TikTok BombBear dan Menyusun Strategi *Live Streaming*

Tugas memantau *live dashboard* TikTok BombBear dan menyusun strategi *live streaming* merupakan salah satu tanggung jawab utama dalam mendukung peningkatan performa penjualan melalui kanal *live commerce*. Tugas memantau dilakukan secara rutin setiap sesi *live streaming*, kemudian dilanjutkan dengan tugas analisis, yang juga dilakukan secara *real time* terhadap berbagai indikator performa. Dalam pelaksanaannya, penulis selaku asisten manager intern melakukan pemantauan langsung pada *dashboard* TikTok Seller Center, maupun Creator Center yang menampilkan metrik penting seperti jumlah penonton aktif, jumlah *add to cart*, jumlah *checkout*, performa produk yang sedang ditayangkan, interaksi penonton, dan efektivitas promo yang berjalan selama *live*. Adapun melalui pembacaan data secara *real time*, penulis berperan cenderung memberikan saran yang akan mempengaruhi jalannya *live streaming*, seperti saran akan ritme *host*, mengubah susunan produk, menambah promo atau voucher, memberikan arahan kepada operator, dan masukan akan gestur, tempo bicara, hingga cara komunikasi dari sang *host*. Selain itu, strategi *live streaming* juga disusun berdasarkan pola data histori yang dikumpulkan, yaitu berbagai *live streaming* sebelumnya. Secara spesifik, penulis mengidentifikasi jam tayang terbaik, produk dengan performa tertinggi, dan tipe promo yang paling sesuai. Secara sederhana, data tersebutlah yang digunakan untuk menyusun rekomendasi. Akhir kata, tugas memantau dan menyusun strategi berguna untuk memastikan bahwa setiap sesi *live* BombBear dapat berjalan dengan optimal dan konsisten secara terus-menerus.



Gambar 3.1 : *Dashboard* TikTok BombBear

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

2. Mempersiapkan Gudang Baru

Tugas mempersiapkan gudang baru merupakan salah satu upaya dalam mendukung perluasan operasional PT Genusa Inovasi Indonesia. Adapun proses ini dimulai dari mencari kondisi bangunan yang masih kosong, hingga akhirnya menjadi gudang yang siap digunakan untuk aktivitas penyimpanan, sortir, dan pengiriman produk. Dalam praktiknya, PT Genusa Inovasi Indonesia yang termasuk dalam perusahaan penyedia barang jadi (*finished goods*), membutuhkan gudang sebagai tempat penyimpanan. Adapun kebutuhan akan gudang diselesaikan oleh asisten manager intern, yang secara langsung terlibat dalam rangkaian persiapan, yaitu dari tahap perencanaan hingga eksekusi di lapangan. Pada tahap perencanaan, penulis melakukan survei akan kebutuhan operasional, yaitu mengidentifikasi fasilitas apa saja yang diperlukan oleh gudang baru. Survei yang dimaksud meliputi kebutuhan akan rak penyimpanan, meja sortir, sistem pencahayaan, area pengepakan, sistem keamanan (*fire extinguisher*), dan peralatan pendukung lainnya. Dimana hasil survei kemudian disusun menjadi daftar kebutuhan dan diteruskan pada general manager, untuk mencari lokasi yang paling sesuai dengan spesifikasi kebutuhan. Adapun setelah general manager mendapatkan kandidat lokasi, penulis akan melaksanakan survei lapangan, yaitu melihat tempat yang akan dijadikan gudang perusahaan. Secara sederhana, setelah penulis melakukan survei dan disetujui oleh general manager, pengadaan

gudang akan membutuhkan tanda tangan direktur sebagai pihak yang mengetahui. Dari situ, general manager akan melaksanakan pembelian peralatan operasional, sesuai daftar yang sebelum dikumpulkan oleh penulis. Dimana dalam prakteknya, penulis selaku asisten manager intern akan melakukan koordinasi dengan tukang dan penyedia jasa, yaitu memastikan pemasangan dan penataan ruang akan sesuai dengan kebutuhan divisi marketing. Akhir kata, seluruh proses ini diselesaikan dalam waktu yang ketat, sehingga diperlukan kemampuan manajemen waktu, pengambilan keputusan cepat, serta ketelitian yang tinggi. Hasil akhirnya adalah sebuah gudang yang telah siap digunakan, lengkap dengan peralatan yang tertata rapi.



Gambar 3.2 : Gudang Perusahaan Sesuai Hasil Survei Penulis
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)



Gambar 3.3 : Gudang Perusahaan yang Sudah Siap Pakai
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

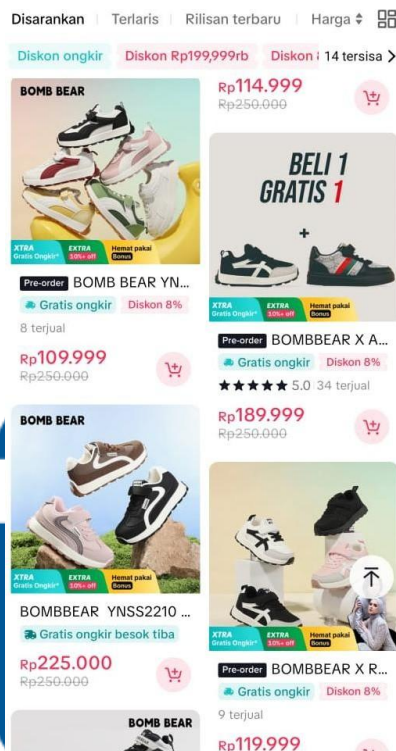
3. Melakukan *Canvassing* Pada Daerah Potensial

Tugas melakukan *canvassing* merupakan bagian dalam strategi perluasan cakupan perusahaan, selain tugas mempersiapkan gudang baru. Adapun melalui tugas *canvassing*, PT Genusa Inovasi Indonesia bertujuan untuk mengidentifikasi peluang penjualan, mencoba memahami karakteristik pasar lokal, dan memetakan mitra potensi, yaitu affliator atau influencer yang dapat diajak bekerja sama. Dalam praktiknya, tugas *canvassing* memiliki cakupan di sekitar wilayah perusahaan, yaitu Tangerang. Namun tidak menutup kemungkinan untuk perusahaan memperluas cakupannya, yaitu diluar daerah kekuasaan perusahaan, seperti daerah Bogor. Proses *canvassing* sendiri diawali dengan penentuan wilayah prioritas, berdasarkan data demografis, tingkat kepadatan penduduk, keberadaan pusat perbelanjaan, serta potensi konsumen berupa anak-anak sebagai target pasar BombBear. Adapun setelah wilayah ditentukan, asisten manager intern akan melakukan kunjungan lapangan bersama manager dan supervisor, guna mengamati secara langsung kondisi pasar dan situasi *real-time*. Dalam prakteknya, penulis bertugas untuk melakukan pengamatan (observasi) menyeluruh, terkait lingkungan bisnis, yang meliputi jumlah kompetitor, harga jual produk pesaing, daya tarik visual,

dan aktivitas pemasaran yang sedang berlangsung. Observasi yang dilakukan berguna untuk menilai apakah daerah tersebut cukup potensial, untuk membuat *sales point* baru atau melakukan kerja sama *reseller*. Akhir kata, kegiatan canvassing juga mencakup interaksi dengan pemilik toko, tenant, atau calon mitra, yang dilakukan untuk menggali informasi akan kebutuhan pasar setempat, minat produk berupa sepatu anak, dan peluang kerja sama.

4. Membuat Voucher dan Diskon untuk BombBear Selama Periode Live

Dalam upaya membuat voucher dan diskon untuk PT Genusa Inovasi Indonesia, penulis melakukan analisis performa pada *live* sebelumnya. Yaitu penulis melihat jumlah penonton, tingkat *add-to-cart*, produk terlaris, serta waktu dengan aktivitas tertinggi. Berdasarkan data tersebut, penulis menentukan jenis dan besar diskon yang paling efektif, baik itu dalam bentuk voucher, potongan harga, gratis ongkir, *flash sale*, maupun diskon *bundling* (beli satu gratis satu). Adapun setelah rancangan strategi voucher dan diskon disusun, penulis menambahkan voucher dan diskon tersebut pada dashboard TikTok seller center, yang mencakup pengaturan nominal diskon, jumlah voucher, masa berlaku, minimum pembelian, dan target audiens. Dalam pengaturan nominal diskon, penulis memberikan harga yang tidak genap, seperti Rp189.999, Rp109.000, dan sejenisnya. Strategi penetapan nominal yang tidak genap, dijelaskan oleh Jahja, Nabil (2023), yaitu konsumen akan merasa harga jual suatu produk lebih murah, dengan melihat nominal awal dan bukan keseluruhan nominal. Contoh barang atau jasa dengan harga Rp11.900 akan dinilai setara dengan Rp11.000, meskipun nyatanya lebih mendekati Rp12.000. Maka dalam upaya mewujudkan strategi voucher dan diskon tersebut, penulis membangun koordinasi dengan supervisor, live operator, dan manager divisi *host & advertising*, untuk memastikan kesesuaian voucher atau diskon. Selain membuat, penulis juga bertugas dalam mengawasi performa penggunaan voucher dan diskon secara *real-time*, yaitu apakah sudah digunakan, apakah penjualan akan meningkat, dan apakah penonton merespons secara positif dari promosi yang diberikan.



Gambar 3.4 : Nominal Diskon Pada Produk Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

5. Menemani Supervisor dalam *Interview Calon Host, Co-host, dan Sales Canvasser, dengan Human Resource sebagai User*

Tugas ini merupakan bagian dari proses rekrutmen pada PT Genusa Inovasi Indonesia, khususnya terkait posisi yang berhubungan langsung dengan aktivitas *live streaming* dan penjualan. Adapun penulis selaku asisten manager intern berperan dalam mendampingi supervisor dalam keseluruhan proses interview, bersama dengan tim *human resource (HR)*, yang berfungsi sebagai user utama. Proses dimulai sebelum sesi interview, yaitu dengan meninjau kebutuhan tenaga kerja berdasarkan jadwal *live*, jumlah *host* aktif, performa *host* sebelumnya, dan kebutuhan ekspansi sales *canvassing*. Dimana penulis akan memberikan pernyataan berupa kebutuhan tambahan tenaga kerja pada supervisor dan supervisor akan berdiskusi dengan *HR* untuk menentukan jumlah kandidat yang harus direkrut, kriteria dalam garis besar, serta kemampuan yang wajib dimiliki oleh kandidat pelamar. Adapun saat interview berlangsung, penulis memiliki tugas untuk membantu supervisor dalam melakukan penilaian kompetensi kandidat, terkhususnya aspek-aspek

yang berkaitan dengan operasional live dan kemampuan sales. Pada calon *host* dan *co-host*, penulis menetapkan penilaian terkait kemampuan *public speaking*, improvisasi, intonasi, penguasaan produk, dan kemampuan dalam mengikuti arahan *live operator*. Sementara pada calon *sales canvasser*, penulis menetapkan penilaian terkait kemampuan komunikasi secara langsung, pengalaman *canvassing*, pemahaman *market segmentation*, dan kesiapan untuk kerja di lapangan (survei langsung). Akhir kata, penulis juga bertugas untuk melakukan pencatatan hasil evaluasi, terkait kelebihan, kekurangan, dan nilai kandidat. Namun perlu diperhatikan bahwa pemilihan kandidat untuk lolos atau tidak masih berada di tangan supervisor dan *HR*, sebagai pihak yang berwenang.



Gambar 3.5 : Persiapan Sebelum Wawancara Kandidat

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

6. Mencari, Melakukan *Dealing*, dan Menjaga Hubungan dengan Affiliator/Influencer

Pada PT Genusa Inovasi Indonesia yang berorientasi dalam penjualan produk berupa sepatu anak-anak, aktivitas pemasaran menjadi kebutuhan utama. Adapun dalam upaya memenuhi kebutuhan akan aktivitas pemasaran, perusahaan menggunakan affiliate atau influencer sebagai agen pemasaran. Terkait kecenderungan perusahaan dalam menggunakan affiliate atau

influencer, menurut Jatmiko dan Rosyidah (2024), karena publik figure memiliki jangkauan yang luas dan pengaruh yang kuat, yaitu masyarakat khususnya pengikut setia, akan cenderung menyesuaikan perilaku sesuai rekomendasi sang affiliate atau influencer. Maka dalam upaya menghasilkan aktivitas pemasaran yang efektif, penulis mendapatkan tugas untuk mencari publik figur dan melakukan dealing atau kontrak. Dalam prakteknya, penulis melakukan riset untuk menemukan publik figur yang relevan dengan target audiens BombBear, yang dilakukan dengan mengamati jumlah pengikut, engagement rate, gaya dan kualitas konten, relevansi audiens dengan produk BombBear, dan potensi konten. Setelah kandidat diperoleh, penulis melakukan komunikasi awal dengan menghubungi kandidat melalui media sosial, yaitu *direct message*. Adapun komunikasi dilakukan dengan membawa nama BombBear Indonesia, yaitu penulis mewakili perusahaan. Pada kandidat yang membalas, penulis akan menyampaikan maksud dan tujuan dari pesan, menjelaskan mekanisme dan keuntungan dari tawaran affiliate, serta negosiasi akan kontrak kerja. Secara sederhana, kandidat yang menyetujui tawaran akan menjalin kerja sama, yang ditandai dengan penandatanganan kontrak (*taken contract*). Akhir kata, peran dan tugas penulis dalam mencari publik figur dan melakukan dealing tidak hanya sampai terbentuknya kontrak, namun setelah masa kontrak (jangka panjang). Dimana penulis memiliki tugas lanjutan untuk menjaga hubungan dengan publik figur, sebagai upaya mempertahankan dan memperpanjang kerja sama.



Gambar 3.7 : Kolaborasi Bersama Arnold Leonard Part I

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)



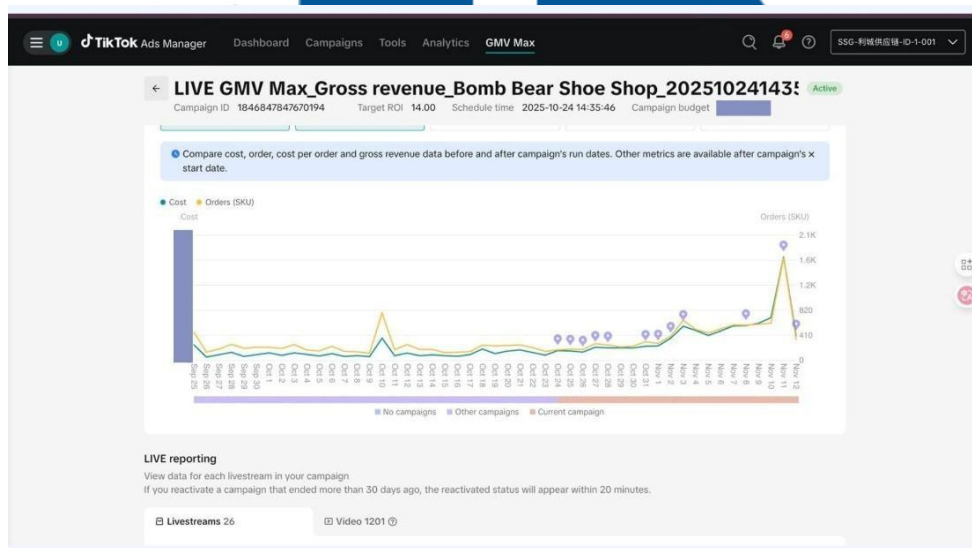
Gambar 3.8 : Kolaborasi Bersama Arnold Leonard Part II

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

7. Melakukan *ADS GMV Max*, Serta *Flash Sale* untuk Produk yang akan Ditayangkan oleh Affiliate

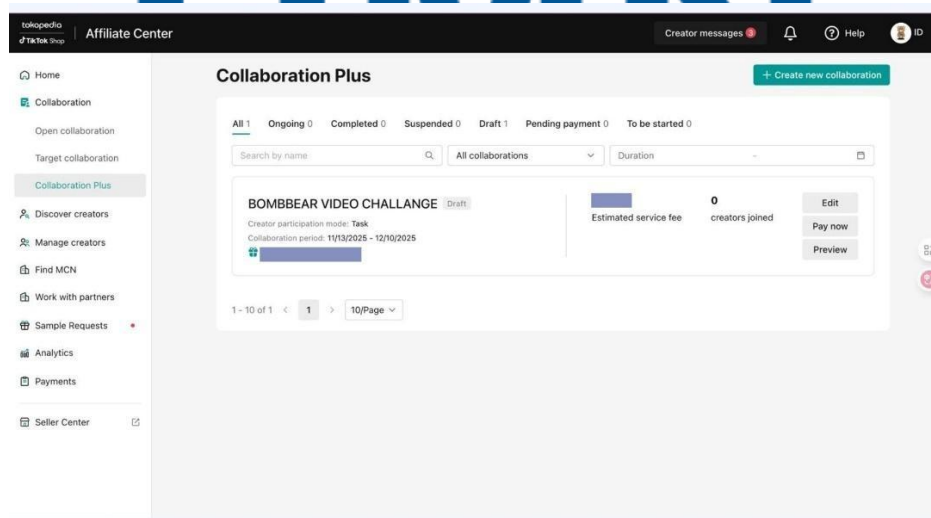
Oliver, A (2024) mendefinisikan iklan berbayar (*ADS*) sebagai strategi perusahaan dalam menjangkau khalayak, yaitu dengan menggunakan iklan khusus, yang berdasarkan pada minat, tujuan, dan interaksi masa lampau khalayak. Secara sederhana iklan berbayar dapat diartikan sebagai iklan khusus, yang menyasar khalayak tertentu. Adapun pada PT Genusa Inovasi Indonesia, strategi iklan berbayar dan program promosi khusus, merupakan upaya perusahaan dalam mendukung performa affiliate. Yaitu penulis diberikan tugas untuk mengelola kampanye *ADS GMV Max*, yang diartikan sebagai pengaturan iklan dengan orientasi berupa peningkatan *gross merchandise value (GMV)*, mulai dari pemilihan produk unggulan, penentuan target audiens, hingga monitoring performa secara harian, untuk memastikan biaya iklan menghasilkan pengembalian yang maksimal (balik modal). Dalam

prosesnya, penulis mengembangkan kemampuan analisis data yang cepat dan akurat untuk membaca pola penjualan, memprediksi jam tayang terbaik, serta melakukan penyesuaian budget ketika performa iklan berada dibawah target. Selain iklan berbayar, upaya pemasaran dari PT Genusa Inovasi Indonesia juga berupa program *flash sale*, yang menjadi tanggung jawab penulis. Yaitu penulis mendapatkan tugas untuk menentukan harga promo, stok barang yang dialokasikan untuk promo, batas waktu, serta jenis insentif yang tepat.



Gambar 3.9 : GMV MAX Pada PT Genusa Inovasi Indonesia

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)



Gambar 3.10 : Flash Sale Berbasis Collaboration

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

8. Membuat Jadwal *Host*

Terkait penyusunan jadwal kerja *host* dan *co-host*, proses dimulai dengan mengumpulkan informasi mengenai ketersediaan *host*, performa masing-masing *host*, serta kebutuhan live harian berdasarkan target *GMV*, durasi siaran, dan tipe konten yang dibawa. Penulis memastikan jadwal tersusun secara efektif agar setiap sesi *live* diisi oleh *host* yang paling sesuai dengan karakter produk dan target *audiens*. Penjadwalan dilakukan dengan mempertimbangkan peak time TikTok, performa *host* pada jam tertentu, serta permintaan khusus dari supervisor maupun *live operator*. Selama proses penyusunan, koordinasi rutin dilakukan dengan supervisor *live*, *live operator*, dan tim *human resource* untuk memastikan *host* yang dijadwalkan benar-benar siap dari sisi kehadiran dan penguasaan materi. Setelah jadwal selesai disusun, penulis menginformasikan jadwal tersebut kepada seluruh *host* dan memastikan tidak terjadi miskomunikasi. Selain itu, penulis juga menyiapkan ruang untuk revisi jika terjadi perubahan mendadak, seperti *host* yang berhalangan hadir.

9. Melakukan Evaluasi *Host* Bersama *Manager* dan *Live Operator*

Dalam aktivitas pemasaran PT Genusa Inovasi Indonesia, terdapat proses evaluasi yang mengukur efektivitas pemasaran. Adapun evaluasi dilakukan secara berkala, bersama manager divisi *host & advertising*, serta *live operator* untuk memastikan performa *host* selalu berada pada standar yang ditetapkan perusahaan, sekaligus mendukung peningkatan *GMV* dan *engagement* selama *live* berlangsung. Dalam prakteknya, evaluasi dilakukan untuk mengetahui kekurangan selama proses *live streaming* dan upaya perbaikan yang dilakukan untuk mengatasi kekurangan tersebut. Proses evaluasi sendiri dimulai dengan mengumpulkan data performa setiap *host*, mencakup metrik seperti jumlah penonton, tingkat interaksi (*chat*, *like*, dan *share*), jumlah produk terjual, konsistensi penonton saat *live*, dan pembawaan *host* yang menyesuaikan dengan SOP *live streaming*. Selain berfokus pada data teknis, evaluasi juga mempertimbangkan aspek non-teknis, seperti sikap *host*, tindakan profesionalitas, komunikasi, pengetahuan akan produk, serta keterampilan *host* dalam membangun dan mempertahankan suasana *live* yang menarik bagi

penonton. Selain itu, *live operator* juga berkewajiban memberikan pandangan terkait kendala teknis yang dapat terjadi, yang sebagaimana menyebabkan penurunan performa *host*, seperti kendala pada sarana dan prasarana. Akhir kata, hasil evaluasi akan dicatat sebagai data di masa mendatang, yang berguna untuk menentukan jadwal *host*, penempatan sesi *live* tertentu, dan keputusan lanjutan terkait kontrak *host*.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Definisi kendala menurut Putri, T. D (2023) adalah segala faktor, batasan, atau aspek yang dapat membatasi dan menghambat suatu aktivitas, dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam konteks perusahaan, kendala dapat bersumber dari ruang lingkup internal atau external. Dalam ruang lingkup internal, kendala berasal dari sumber daya perusahaan, sistem, hingga ketidakmampuan individu. Sementara dalam ruang lingkup external, kendala berasal dari kompetitor, regulasi pemerintah, hingga faktor tidak terduga seperti bencana alam. Adapun penulis selama melakukan program kerja magang pada PT Genusa Inovasi Indonesia, yaitu selama enam bulan, 80 hari, dan 640 jam, telah menjumpai serangkaian kendala. Dimana kendala yang dimaksud adalah sebagai berikut;

3.3.1 Kesalahan Set Komisi untuk Influencer

Affiliate dan influencer yang merupakan agen pemasaran PT Genusa Inovasi Indonesia, melakukan aktivitas pemasaran dengan kontrak kerja. Kontrak kerja menurut Kirana (2024) adalah serangkaian perjanjian antar dua pihak yang akan menjalin kerja sama, yaitu perusahaan sebagai pihak pertama dan individu atau karyawan sebagai pihak kedua. Adapun terkait serangkaian perjanjian yang dimaksud, meliputi masa kerja, bidang kerja, upah hingga kompensasi. Dalam praktiknya, PT Genusa Inovasi Indonesia pernah mengalami kendala akan pembagian set komisi, yaitu terdapat kesalahan set komisi untuk influencer. Permasalahan ini terjadi akibat input nilai komisi yang salah (*mis-entry*), saat membuat rencana alokasi pembayaran untuk influencer. Hal ini mengakibatkan perusahaan yang kurang bayar, yaitu sebesar Rp25.000.000, yang kemudian harus ditransfer kembali pada influencer. Selain itu perusahaan juga dinilai kurang profesional, yang memberikan dampak lanjutan berupa rusaknya kepercayaan dan

hubungan kerja sama, antara PT Genusa Inovasi Indonesia dengan influencer tersebut. Secara sederhana, penyebab dari kesalahan set komisi untuk influencer dapat berasal dari human error, seperti kesalahan memasukan angka nol, desimal, atau satuan. Penyebab kesalahan juga bisa berasal dari sistem atau mekanisme verifikasi yang dirasa kurang, yaitu tidak dilakukan dalam dua pihak (*dual approval*).

3.3.2 Kelalaian Pada *Ads* Saat Influencer akan *Live*

Kendala ini terjadi karena kelalaian divisi host dan advertising, yang tidak mengaktifkan iklan TikTok (*Ads*, *GMV Max*, atau *Ads exposure*), tepat sebelum sesi *live* dimulai. Sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya, iklan berbayar merupakan upaya perusahaan dalam meningkatkan pengunjung iklan, yaitu semakin jauh jangkauan iklan dapat muncul di beranda khalayak. Adapun kelalaian divisi *host* dan *advertising* yang tidak mengaktifkan iklan, mengakibatkan sesi *live* berlangsung tanpa dorongan trafik berbayar, yaitu performa penonton rendah, *engagement* minim, dan rendahnya potensi pembelian oleh konsumen (sebagaimana minimnya penonton). Kesalahan ini juga merugikan influencer, karena mereka tidak mendapatkan performa *live* yang optimal, yang pada akhirnya mempengaruhi hasil evaluasi. Yaitu ketika traffic tidak masuk, impresi pada influencer akan menjadi buruk, karena *live* yang dianggap tidak didukung secara maksimal oleh brand (PT Genusa Inovasi Indonesia). Adapun jika masalah ini terus berlanjut, influencer pada akhirnya akan menilai hubungan kerja sama tidak profesional, yang berujung pada pemberhentian kontrak oleh pihak kedua.

Dalam prakteknya, kelalaian terkait ads cukup sering terjadi, salah satunya adalah *ads* yang dibuka terlalu besar saat sesi *live streaming*. Adapun maksud dari dibuka terlalu besar, yaitu budget iklan yang diaktifkan terlalu tinggi, bila dibandingkan dengan kebutuhan dan kapasitas penjualan saat itu. Hal ini terlihat dari budget harian iklan yang diatur terlalu tinggi, semua *campaign* diaktifkan sekaligus, dan tidak adanya batas pengeluaran (*spending cap*), sehingga sistem terus membelanjakan dana tanpa kontrol. Pada akhirnya, biaya iklan mengalir terlalu cepat, sementara penjualan tidak sebanding dengan pengeluaran, khususnya ketika performa *host* rendah, stok produk terbatas, atau pembelian iklan pada produk

dengan minat rendah.

3.3.3 Tidak Adanya *PID* atau Keterangan Produk Spesial

Tidak adanya *PID* atau keterangan produk spesial, diartikan sebagai produk yang ditayangkan, dipromosikan, atau dijual saat live, tidak memiliki identifikasi khusus yang jelas, yaitu tidak adanya *product ID (PID)*, label, maupun keterangan tambahan yang membedakan produk tersebut dari produk lainnya. Hal ini mengakibatkan influencer kesulitan dalam memastikan produk mana yang akan di *highlight*, mana yang memiliki harga spesial, bundling, atau promo tertentu. Secara sederhana, ketika tidak ada *PID* atau penanda produk spesial, risiko miskomunikasi akan meningkat, seperti salah menyebut harga, salah melampirkan link produk, hingga salah dalam mencatat performa penjualan. Adapun pada akhirnya, proses evaluasi juga akan terhambat, karena kesalahan yang terus terjadi.

3.3.4 Hambatan dalam Proses Pendaftaran Shopee Mall dan TikTok Mall

Proses pendaftaran PT Genusa Inovasi Indonesia ke platform Shopee Mall dan TikTok Mall cenderung sulit secara administratif, khususnya terkait persyaratan dokumen dan legalitas yang kompleks. Dalam prakteknya, platform menuntut kelengkapan dokumen seperti sertifikat HAKI (Hak Kekayaan Intelektual), surat kuasa merek, legalitas perusahaan, dan dokumen pelengkap lainnya. Adapun perusahaan mendapatkan kendala dalam menyusun, verifikasi, dan tanda tangan pihak berwenang. Akhir kata, proses pendaftaran sering kali juga membutuhkan pengacara untuk verifikasi, yang secara sederhana menambah besarnya beban biaya.

3.4 Solusi Terkait Kendala yang Ditemukan

Solusi menurut Susanto, S. C (2021) adalah hasil akhir dari proses memahami atau memecahkan suatu masalah, tantangan, dan hambatan, yang berfungsi sebagai penyelesaian. Adapun berdasarkan kendala yang telah dijabarkan, penulis merumuskan sejumlah solusi sebagai berikut;

3.4.1 Solusi Terkait Kesalahan Set Komisi untuk Influencer

Dalam upaya mencegah kembali terjadinya salah input nominal komisi influencer,

penulis memberikan solusi berupa penerapan sistem verifikasi dua tahap (*dual approval*), sebelum pembayaran dilakukan. Nantinya setiap pengajuan komisi harus diverifikasi oleh minimal dua pihak, misalnya finance dan manajer marketing, agar human error berupa salah ketik angka nol, desimal, atau satuan dapat diminimalisir. Selain itu penulis menyarankan untuk membuat template standar, terkait perhitungan komisi yang secara otomatis menggunakan *Microsoft Excel* atau *Google spreadsheet*. Dalam upaya memaksimalkan solusi yang dirumuskan, penulis juga memberikan rekomendasi untuk meningkatkan hubungan, sebagaimana upaya memperbaiki kerja sama dengan influencer, salah satunya adalah pemberian kompensasi berupa bonus tambahan.



Sales Representatives	Base Salary	Subsidies/ Deductions	Sales Amount	Commission Amount	Net Salary
Kushagra	\$3,637.00	-	\$48,700.00	\$1,779.56	\$5,416.56
Vinayak	\$3,502.00	-	\$53,704.00	\$2,186.05	\$5,688.05
Jordie	\$3,171.00	\$500.00	\$44,804.00	\$1,866.51	\$5,537.51
Manan	\$3,449.00	-\$30.00	\$43,690.00	\$1,847.05	\$5,266.05
Akshat	\$3,624.00	\$10.00	\$40,504.00	\$1,450.85	\$5,084.85
Karan	\$3,548.00	-	\$37,703.00	\$1,504.74	\$5,052.74
Archie	\$3,481.00	-	\$54,443.00	\$2,070.93	\$5,551.93
Vipin	\$3,722.00	\$70.00	\$59,501.00	\$2,438.09	\$6,230.09
Abhinav	\$3,729.00	-\$55.00	\$35,146.00	\$1,182.93	\$4,856.93
Srini	\$3,077.00	\$10.00	\$35,243.00	\$1,467.17	\$4,554.17

Sales Description	Sales Rep	Date won	Sales Amount	Commission Rate	Commission Amount
Glitter Gala Balloons for Jack Smith	Kushagra	03/27/2023	\$1,100.00	2.00%	\$22.00
Enchanted Forest Table Runners for Sarah . Kushagra		12/09/2020	\$1,646.00	6.00%	\$98.76

Gambar 3.4.1 : Ilustrasi Template Standar Perhitungan Komisi

Sumber: superjoin (2025)

3.4.2 Solusi Terkait Kelalaian Pada *Ads* Saat Influencer akan *Live*

Solusi utama dalam mengatasi kelalaian aktivitas *ads* adalah menerapkan sistem reminder dan *check list* khusus, sebelum aktivitas *live* dimulai. *Check list* yang dimaksud meliputi pengecekan *host*, stok, *script*, dan status *ads*, yang nantinya akan disetujui oleh *PIC* terkait. Selain itu, perlu dibuat *auto-schedule* ads di TikTok *Ads* Manager, sehingga iklan otomatis aktif sebelum *live* dimulai. Adapun dalam upaya mencegah kerugian akibat pembukaan *ads* yang terlalu besar, penulis menyarankan perusahaan untuk menetapkan *spending cap* dan menentukan batas

maksimal budget *live*, dengan mempertimbangkan metode *CBO (Campaign Budget Optimization)*, sebagai dasar perhitungan. Akhir kata, evaluasi terkait performa iklan juga harus dilakukan secara harian, sebagai upaya mendeteksi adanya pemborosan.

3.4.3 Solusi Terkait Tidak Adanya *PID* atau Keterangan Produk Spesial

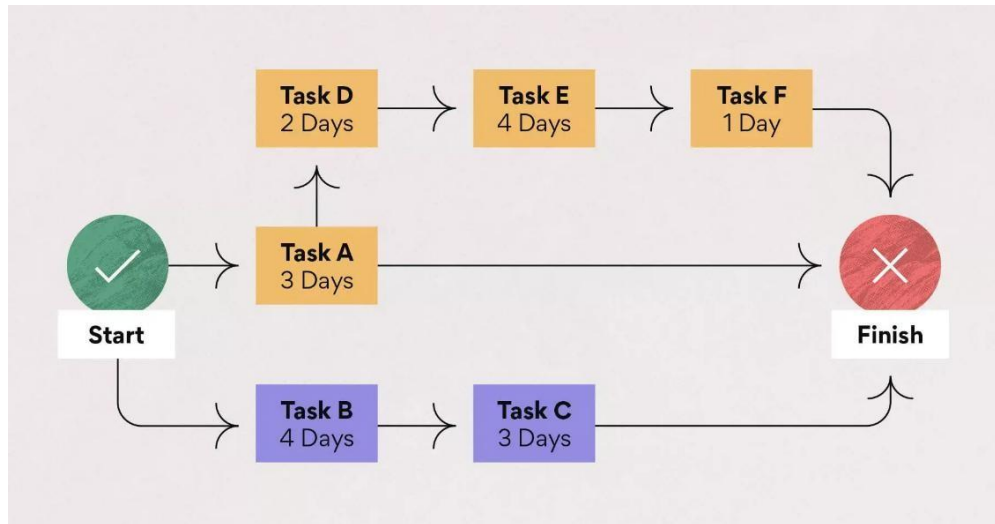
Terkait kendala tidak adanya *PID* atau keterangan produk spesial, penulis merumuskan solusi berupa pembuatan sistem labeling produk secara baku. Yaitu setiap produk yang ditayangkan harus memiliki *PID* khusus, label harga untuk *special live*, dan link khusus selama *live*, guna memastikan tidak ada barang yang tercampur dengan harga toko (*non-live*). Nantinya *PID* wajib dicantumkan pada *briefing* untuk influencer, *script host*, dan daftar produk yang diberikan pada admin, dengan mengikutsertakan gambar. Akhir kata, selama *live* penulis juga menyarankan agar perusahaan membuat *product showcase* dengan nama berbeda, seperti *showcase "Produk Live Only"*.

3.4.4 Hambatan dalam Proses Pendaftaran Shopee Mall dan TikTok Mall

Dalam upaya mengatasi hambatan pada proses pendaftaran Shopee Mall dan TikTok Mall, penulis merumuskan solusi berupa penyusunan roadmap yang mencantumkan seluruh dokumen yang diperlukan, mulai dari sertifikat HAKI, surat kuasa merek, legalitas perusahaan, hingga dokumen pendukung lainnya. Perumusan solusi ini mengambil inspirasi metode *CPM (critical path method)*, yang menjabarkan suatu aktivitas dari awal hingga akhir, dengan mengikutsertakan aspek-aspek yang dibutuhkan. Selain itu penulis merekomendasikan perusahaan untuk menunjuk satu *PIC* khusus yang bertanggung jawab atas kelengkapan dokumen guna memastikan proses berjalan lebih terkoordinasi.

Akhir kata, dalam upaya menekan biaya khususnya biaya penggunaan jasa pengacara, penulis menyarankan untuk membentuk hubungan kerja sama berbasis timbal balik, di mana PT Genusa Inovasi Indonesia dapat memberikan promosi atau eksposur bagi pihak pengacara, sementara pengacara dapat memberikan potongan harga atau diskon jasa. Secara sederhana melalui sistem penataan

dokumen yang lebih sistematis dan kolaborasi strategis tersebut, diharapkan proses pendaftaran dapat berlangsung lebih cepat, sekaligus mengurangi biaya operasional.



Gambar 3.4.4 : Ilustrasi Metode CPM

Sumber: asana (2025)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA