

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

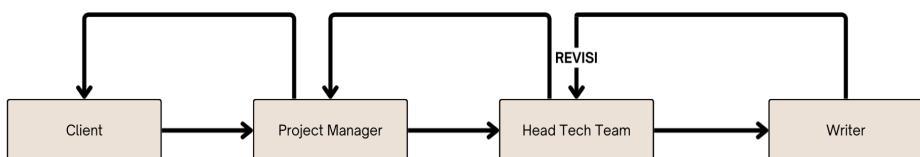
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

Kedudukan disini merupakan kedudukan penulis di perusahaan tempat kerja. Tergantung dari besar kecilnya perusahaan, di bagian ini dapat juga berisi bagan struktur organisasi divisi tempat penulis ditempatkan. Jika perusahaan tempat magang merupakan perusahaan kecil/perusahaan dengan struktur organisasi sederhana, maka bagan cukup diletakkan di poin 2.2.

3.1.2 Koordinasi

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di perusahaan magang. Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

UVIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1-3	Data Entry QC	Fokus pada proses pengecekan kualitas data awal, termasuk verifikasi kesesuaian format, konsistensi penulisan, serta peninjauan hasil input dari tim Data Entry.
4	4	Data Scraping Company Leads	Scraping data perusahaan dan contact lead dilakukan untuk kebutuhan pengembangan database. Hasil scraping divisualisasikan ke dalam format spreadsheet agar dapat digunakan tim selanjutnya.
5	5-6	Project Management Enlight	Penataan struktur task di ClickUp untuk mempermudah tracking pekerjaan tim Enlight serta pengelompokan aktivitas berdasarkan prioritas.
7	7-10	Project Management Lead Generation B2B Alcor Prime	Mulai pengelolaan data hasil scraping event perusahaan, termasuk verifikasi kontak awal dan klasifikasi industri.
11	11-14	OJT GOVOKASI Management	Pengumpulan data peserta OJT per batch melalui Fillout, termasuk identifikasi variabel penting untuk proses analisis.

Selama periode magang, kegiatan diawali dengan keterlibatan dalam proyek Data Entry QC, yaitu melakukan pengecekan kualitas data yang diinput oleh tim Data Entry. Proses ini mencakup verifikasi format, konsistensi penulisan, identifikasi kesalahan berulang, serta penyusunan laporan koreksi mingguan. Aktivitas tersebut memberikan fondasi pemahaman terkait standar kualitas data

yang digunakan oleh perusahaan dalam memastikan kesesuaian antara hasil input dan kebutuhan klien.

Memasuki minggu-minggu berikutnya, fokus pekerjaan bergeser menuju Data Scraping Company Leads, Project Management Enlight, dan Lead Generation B2B Alcor Prime. Pada tahap ini, kegiatan mencakup scraping data perusahaan dan kontak potensial, pengelolaan task operasional melalui ClickUp untuk memantau aktivitas tim Enlight, serta pengolahan database leads untuk kebutuhan outreach perusahaan Alcor Prime menggunakan Respond.io dan Zoho. Rangkaian tugas tersebut menuntut koordinasi rutin, pengelolaan data dalam jumlah besar, serta pemahaman alur komunikasi bisnis B2B.

Pada tahap akhir, kegiatan berfokus pada manajemen dan analisis data Program OJT Govokasi. Aktivitas ini mencakup pengumpulan data responden melalui Fillout, pembersihan data lintas batch, pengelompokan informasi berdasarkan variabel tertentu, hingga pengembangan struktur dashboard analitik awal untuk memantau pelaksanaan program. Seluruh rangkaian pekerjaan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses pengelolaan proyek berbasis data di Govokasi, sekaligus memperkuat pemahaman terkait pentingnya standardisasi data, monitoring sistematis, dan dokumentasi terstruktur dalam mendukung keberhasilan operasional perusahaan.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Bagian ini berupa penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Uraian berfokus pada beberapa bagian pekerjaan yang penulis lakukan. Jumlah bagian dikonsultasikan dengan dosen pembimbing. Penjelasan pada bagian ini harus rinci dan menggambarkan apa yang penulis kerjakan. Foto-foto hasil dan proses pekerjaan yang penulis lakukan dapat ditampilkan pula di bagian ini. Jumlah minimal proses yang dijabarkan adalah 5 proyek/ karya, meliputi proses perancangan dari awal hingga akhir.

3.3.1.1 Data Entry QC

Project Data Entry QC merupakan kegiatan pengolahan dan validasi data kategori yang dilakukan untuk client Playlog. Project ini berlangsung selama 1 Agustus hingga 30 Oktober dan melibatkan dua tim utama, yaitu tim Data Entry sebagai penginput data dan tim Quality Control (QC) sebagai validator akhir sebelum data dikirim ke client.

Dalam pengerjaannya, project ini menggunakan beberapa tools, yaitu Google Sheets sebagai tempat input data, serta Looker Studio sebagai dashboard monitoring untuk melihat progres harian dan mingguan secara real-time.

A. Alur Kerja & Aktivitas Utama

1. Pengisian Data oleh Tim Data Entry

1	A	B	C	D	E	F	G	H
	ads_id	survey_id	Edited_By(Inds)	Date_Edit	industry_name	subindustry_name	Brand_name	subBrand_name
2	371.229	338.272	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.02 Movies & Cinema	1 Cm	1 Cm
3	347.811	315.903	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
4	358.175	325.795	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
5	372.216	339.163	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
6	395.935	361.980	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
7	410.406	375.901	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
8	428.605	393.412	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
9	430.703	395.342	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
10	430.722	395.342	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
11	430.722	395.342	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
12	472.426	435.537	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
13	485.490	448.122	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
14	504.943	467.223	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
15	205.831	184.626	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
16	213.721	191.696	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
17	227.370	203.844	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
18	265.565	252.705	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
19	302.319	272.469	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
20	311.836	281.451	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
21	311.837	281.451	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
22	311.840	281.469	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
23	311.842	281.469	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
24	164.295	147.059	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
25	175.991	157.571	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
26	184.887	165.493	Natnael Hap..	30-Jul-2025	07 APPAREL & PERSONAL CARE	07.03 Unisex Clothing & Fashion	178 Textile	178 Textile
27	386.554	314.693	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.07 Media & Information	2 Sisi	2 Sisi
28	360.195	327.740	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.07 Media & Information	2 Sisi	2 Sisi
29	207.063	185.719	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.07 Media & Information	2 Sisi	2 Sisi
30	216.068	193.799	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.07 Media & Information	2 Sisi	2 Sisi
31	229.403	205.793	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.07 Media & Information	2 Sisi	2 Sisi
32	289.350	259.941	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.07 Media & Information	2 Sisi	2 Sisi
33	191.907	171.877	Natnael Hap..	30-Jul-2025	01 ENTERTAINMENT & APPAREL & PERSONAL CARE	13.07 Media & Information	2 Sisi	2 Sisi

Gambar 3.2 Data Project Data Entry

Pada lima minggu pertama, tim Data Entry melakukan input data berdasarkan kumpulan image URL yang diberikan oleh Playlog. Data yang dimasukkan mencakup:

- industry_name

- subIndustry_name
- Brand_name
- subBrand_name

Data diambil dari interpretasi pada gambar produk, kemudian dimasukkan ke Google Sheets sesuai format standar. Proses ini membutuhkan ketelitian karena volume data mencapai puluhan ribu record.

2. Pengecekan Kualitas Data (Quality Control)

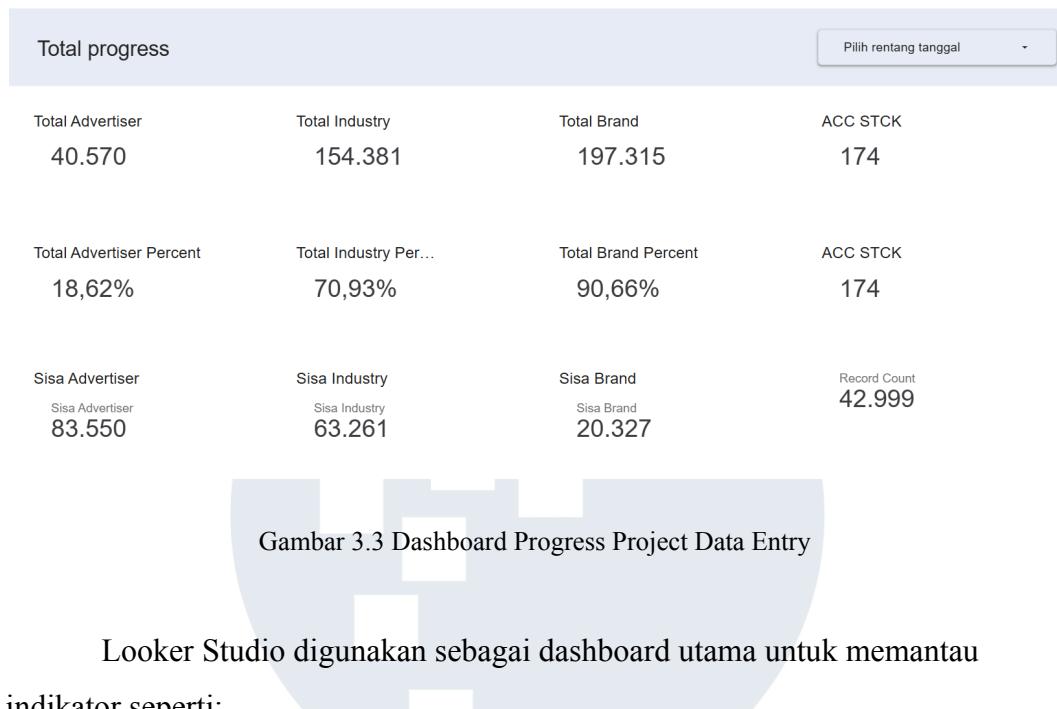
Setelah data diinput, tim QC melakukan verifikasi untuk memastikan ketepatan kategorisasi. Proses QC mencakup:

- Validasi kesesuaian kategori industry & brand.
- Koreksi penamaan yang tidak konsisten.
- Identifikasi kesalahan klasifikasi.
- Memberikan feedback kepada tim Data Entry untuk revisi.

QC mengandalkan dashboard Looker Studio untuk melihat akurasi, jumlah data yang telah dikategorikan, serta sisa data yang harus diproses.



3. Monitoring Progress Menggunakan Looker Studio



Looker Studio digunakan sebagai dashboard utama untuk memantau indikator seperti:

- Total Advertiser, Industry, dan Brand
- Persentase penyelesaian per kategori
- Jumlah data yang tersisa
- Total record yang masuk dan tervalidasi
- ACC STCK (Approved Stock Keeping Category)

Dashboard ini memudahkan QC dalam memonitor perkembangan harian serta menyusun laporan mingguan untuk client. Berdasarkan dashboard yang ditampilkan, total data yang berhasil dihimpun dalam proyek ini mencakup 40.570 data advertiser, 154.381 data industri, dan 197.315 data brand. Data tersebut menunjukkan cakupan yang luas terhadap ekosistem perusahaan yang dianalisis, baik dari sisi pelaku usaha, klasifikasi industri, maupun identitas merek yang terlibat. Selain itu, tercatat sebanyak 174 data ACC STCK yang menandakan jumlah data yang telah melalui proses verifikasi dan dinyatakan valid sesuai dengan kriteria yang ditetapkan.

Dari sisi persentase capaian, data advertiser yang telah diproses mencapai 18,62% dari total target, sementara data industri menunjukkan tingkat ketercapaian sebesar 70,93%. Persentase tertinggi terdapat pada data brand dengan capaian 90,66%, yang mengindikasikan bahwa proses pengumpulan dan validasi data merek telah berjalan secara optimal. Perbedaan tingkat persentase ini mencerminkan variasi kompleksitas dan volume data pada masing-masing kategori.

4. Pelaporan Mingguan ke Client

Setiap minggu, QC memberikan laporan progres kepada Playlog. Laporan ini berisi:

- Data yang telah selesai divalidasi
- Persentase progress keseluruhan
- Temuan error dan revisi yang sudah dilakukan
- Estimasi penyelesaian project
- Perbandingan progress dengan minggu sebelumnya

Pelaporan rutin ini memastikan transparansi dan koordinasi yang baik antara tim QC dan pihak Playlog.

B. Hasil Project

Selama periode 1 Agustus–30 Oktober, project ini berhasil menyelesaikan puluhan ribu data kategori secara akurat dan terstruktur. Dashboard yang dibuat memungkinkan client memantau perkembangan secara langsung, sementara proses QC memastikan kualitas data tetap konsisten sebelum digunakan untuk kebutuhan internal Playlog.

3.3.1.2 Data Scraping Company Leads

Proyek ini merupakan bagian dari persiapan acara besar Capacity Catalyst Summit (CCS) 2025, sebuah konferensi yang dirancang untuk mempertemukan para pemimpin perusahaan, inovator, dan pengambil keputusan strategis dalam satu forum kolaboratif. Fokus utama proyek ini adalah menyusun database kontak calon peserta dengan target utama C-Level Executives, Directors, Owners, dan decision makers dari berbagai perusahaan nasional.

Name	Phone
Fernando Theo D	
Marcia Juvanie C	
Edna Tupas Gabriel	
Dahlia Desi Siregar	
Feshia Wijaya	
Hana Pratiwi	
Hirani Lim	
Ricco Paranusa	
Fidayan Shofwan	
Aldi Felia Harun	
Rico	
is	
Agata Sofia	
Johny Gunawan	
Frans Hanlyo	
Yuhandi	
tony budidjaja	
Carlson Ivanic Jansen	
Teezar firmansyah	
Fransisca Tjong	
Mikhael Salim	
Aryaputra Suhandojo	
Michael Lo	
Pauline Immanuel Supardi	
Sonny Tjahjadi Putra	
Martua Sihaloho	
Ellise madjudin	
Venny Tresia	
Chandra Sutikno Oemarjadi	
INDRA PURA WIJAYA	
Joseph sentoso	
Chai Fung	
Harry K Nugraha	
Ekanutra Suhandain	

Gambar 3.4 Data List nama Peserta CCS 2025

Langkah pertama yang dilakukan adalah menyusun daftar perusahaan yang relevan dengan tema acara. Setelah daftar perusahaan dikurasi, proses dilanjutkan dengan mengidentifikasi individu penting dari tiap perusahaan, seperti CEO, CTO, CFO, COO, Head of Operations, serta jabatan eksekutif lainnya.

Untuk memperoleh data kontak, proyek ini memanfaatkan teknik data scraping menggunakan Google AI Studio. Dengan kemampuan NLP dan pencarian otomatis, tool ini digunakan untuk mengambil data publik seperti nama lengkap, jabatan, perusahaan, serta profil LinkedIn. Hasil scraping kemudian dipadukan dengan data dari Apollo.io, yaitu platform yang menyediakan email profesional dan nomor kontak bisnis.

Setiap entri diperiksa kembali untuk memastikan keakuratannya, terutama pada bagian email dan jabatan, karena informasi tersebut akan menentukan efektivitas invitation outreach. Proses verifikasi dilakukan secara manual melalui LinkedIn, website perusahaan, maupun pengecekan pola email.

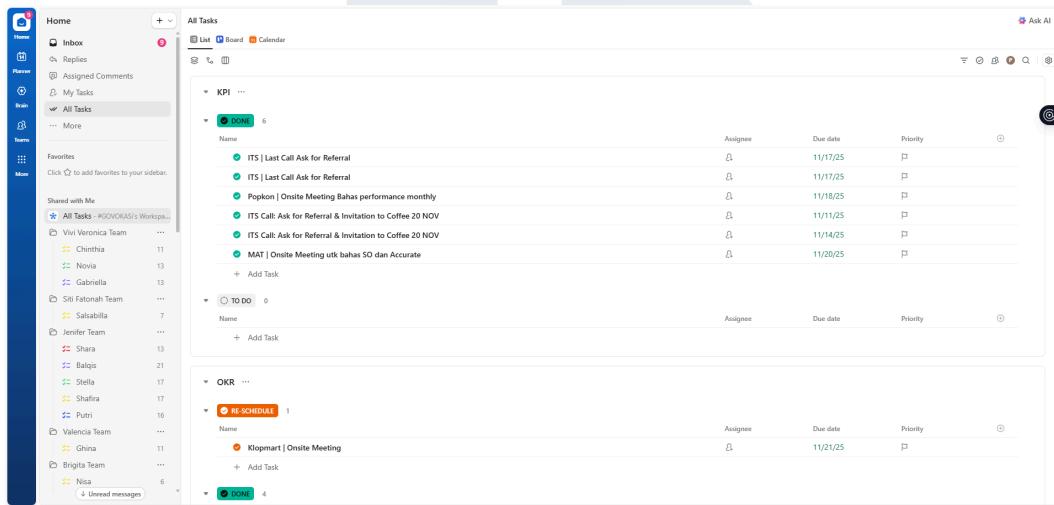
Dataset yang dihasilkan mencakup ratusan individu penting dari berbagai industri. Informasi yang dikumpulkan tidak hanya digunakan untuk distribusi undangan, tetapi juga menjadi dasar perencanaan strategi komunikasi, segmentasi audiens, serta perumusan pendekatan personalisasi kepada perusahaan target.

Selain itu, proyek ini membuka wawasan mengenai bagaimana kegiatan scraping dapat dimanfaatkan dalam konteks profesional, terutama dalam perencanaan event bertaraf nasional. Kegiatan ini menunjukkan pentingnya data berkualitas tinggi untuk memastikan proses networking dan engagement berjalan optimal.

Secara keseluruhan, Data Scraping CCS 2025 menjadi pengalaman signifikan dalam memahami alur kerja lead acquisition, pemanfaatan teknologi AI dalam data collection, serta pentingnya verifikasi manual dalam menjaga akurasi database.

3.3.1.3 Project Management Enlight

Proyek manajemen ini melibatkan kolaborasi langsung dengan Enlight Consulting, sebuah perusahaan di bidang finansial yang membutuhkan sistem monitoring tugas yang rapi, terstruktur, dan dapat diakses oleh seluruh tim internal. Proyek berlangsung dari 13 Oktober hingga 28 November, dengan fokus utama pada pengaturan alur kerja harian, pencatatan progress, dan pembagian tugas.



The screenshot shows the ClickUp interface for the 'Enlight Consulting' project. The left sidebar lists various teams and their members, including 'Vivi Veronica Team', 'Siti Fatonah Team', 'Jenifer Team', 'Valencia Team', and 'Brigita Team'. The main workspace is titled 'All Tasks' and is divided into several sections: 'KPI' (with 6 tasks), 'DONE' (with 6 tasks), 'TO DO' (with 0 tasks), 'OKR' (with 1 task), and 'RE SCHEDULE' (with 1 task). The 'DONE' section contains tasks such as 'ITS | Last Call Ask for Referral', 'ITS | Last Call Ask for Referral', 'Popkon | Onsite Meeting Bahas performance monthly', 'ITS Call: Ask for Referral & Invitation to Coffee 20 NOV', 'ITS Call: Ask for Referral & Invitation to Coffee 20 NOV', 'MAT | Onsite Meeting utk bahas SO dan Accurate', and 'Klopmart | Onsite Meeting'. The 'RE SCHEDULE' section contains the task 'Klopmart | Onsite Meeting'.

Gambar 3.5 Work Space ClickUp

Dalam proyek ini meliputi melakukan pengelolaan kegiatan 14 karyawan Enlight Consulting, yang masing-masing memiliki tugas berbeda bergantung pada job desk dan divisi mereka. Pihak klien menyediakan daftar tugas berdasarkan dua model pengelolaan utama, yaitu task per deadline dan task per activity.

- Task per deadline mencakup pekerjaan yang harus diselesaikan dalam batas waktu tertentu, seperti penyusunan laporan, pengolahan data keuangan, dan dokumentasi administrasi penting.

- Task per activity mencakup pekerjaan berulang yang dilakukan secara rutin, misalnya monitoring saldo klien, pengecekan transaksi, peninjauan dokumen, dan pembaruan data finansial.

Project menggunakan platform ClickUp, yang dipilih karena fleksibilitasnya dalam manajemen proyek, tampilan visual yang jelas, serta kemampuannya dalam mengelompokkan tugas berdasarkan kategori, urgensi, dan tenggat waktu. Struktur tugas diatur menggunakan sistem board dan list, memudahkan tim dalam memahami prioritas harian.

Setiap tugas diperinci menjadi subtask agar setiap anggota tim memahami tanggung jawab masing-masing. Selain itu, fitur komentar pada ClickUp digunakan untuk koordinasi cepat antar anggota tim, terutama untuk memberikan pembaruan, meminta klarifikasi, atau memberikan lampiran dokumen yang diperlukan.

Selain pengelolaan harian, dibuat juga laporan mingguan yang memuat rekapitulasi penyelesaian tugas, capaian penting, dan hambatan yang muncul. Laporan ini diserahkan kepada klien sebagai bentuk dokumentasi progres proyek sekaligus bahan evaluasi.

Proses monitoring harian melibatkan pengecekan status tugas seperti To Do, In Progress, dan Done. Perpindahan tugas antar status ini menjadi indikator visual terhadap produktivitas tim. Selain itu, fitur time tracking pada ClickUp digunakan untuk memantau durasi pengerjaan tugas tertentu.

Proyek ini memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana perusahaan mengelola aktivitas internal menggunakan metode project management modern. Interaksi dengan tim Enlight memungkinkan pemahaman terhadap dinamika kerja profesional serta pentingnya komunikasi yang efektif.

Secara keseluruhan, proyek ini memperkuat pemahaman mengenai koordinasi, penyusunan workflow, serta penerapan tool project management untuk memastikan seluruh aktivitas berjalan sesuai timeline.

3.3.1.4 Project Management Lead Generation B2B Alcor Prime

Project Management Lead Generation B2B untuk Alcor Prime merupakan inisiatif yang berfokus pada pengelolaan proses pencarian, pengolahan, serta pendekatan calon klien (leads) dari perusahaan-perusahaan yang memiliki riwayat penyelenggaraan event bisnis. Alcor Prime, sebagai klien B2B dalam sektor penyedia layanan event dan partnership, memerlukan aliran data leads yang stabil dan berkualitas untuk memperkuat aktivitas pemasaran serta meningkatkan peluang konversi kerja sama. Oleh karena itu, proyek ini menjadi penting sebagai bagian dari strategi ekspansi mereka dalam industri event dan corporate engagement.

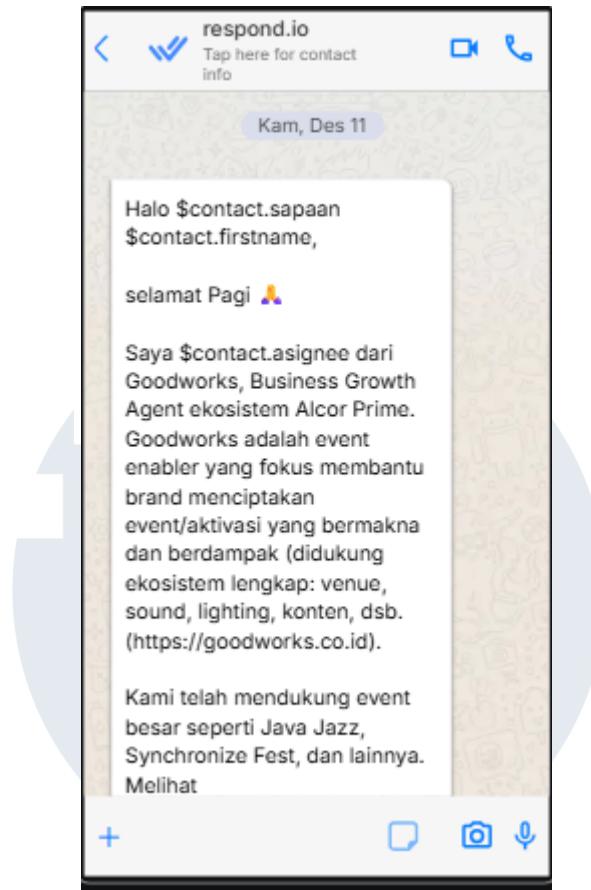
Tahap pertama dalam proyek ini dimulai dari proses data scraping yang dilakukan oleh tim data Govokasi. Setiap hari, tim data memasukkan sekitar 45 entri perusahaan berdasarkan riset event yang pernah dilakukan dalam kurun lima tahun terakhir. Informasi tersebut mencakup berbagai atribut penting seperti PIC (person in charge), nama perusahaan, tanggal riset, kategori event, industri, alamat, website, jumlah event yang pernah diselenggarakan, estimasi range jumlah partisipan, berita/perubahan terbaru terkait event, serta identifikasi decision maker dari masing-masing perusahaan. Data ini kemudian dilengkapi dengan informasi tingkat lanjut seperti LinkedIn, email PIC, email perusahaan, email tindak lanjut, dan nomor WhatsApp untuk keperluan komunikasi.

Setelah data terkumpul, proyek ini berlanjut pada tahap pengelolaan dan verifikasi data menggunakan platform Respond.io dan Zoho. Respond.io digunakan sebagai media utama untuk melakukan blasting pesan kepada para PIC atau decision maker, sementara Zoho digunakan untuk memantau respon, memisahkan leads berdasarkan kategori minat, dan mendokumentasikan seluruh riwayat percakapan. Melalui kedua tools tersebut, manajemen alur komunikasi dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan transparan. Seluruh interaksi mulai dari pesan pertama, follow-up, hingga pengiriman pitch deck terpantau dengan jelas dalam pipeline digital.

Status	Waktu Siaran	Nama	Label	Saluran	Segmen	Penerima	Jumlah Pesan	tindakan
Lengkap	Desember 04, 2025 11:12 AM	GW - Batch 18	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 18	53	53	⋮
Lengkap	Desember 03, 2025 11:00 AM	GW - Batch 17	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 17	42	42	⋮
Lengkap	Desember 02, 2025 11:00 AM	GW - Batch 16	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 16	64	64	⋮
Lengkap	November 27, 2025 11:00 AM	GW - Batch 15	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 15	43	43	⋮
Lengkap	November 26, 2025 11:00 AM	GW - Batch 14	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 14	29	29	⋮
Lengkap	November 25, 2025 11:00 AM	GW - Batch 13	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 13	93	93	⋮
Lengkap	November 20, 2025 11:00 AM	GW - Batch 12	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 12	25	25	⋮
Lengkap	November 19, 2025 11:01 AM	GW - Batch 11	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 11	23	23	⋮
Lengkap	November 18, 2025 11:00 AM	GW - Batch 10	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 10	48	48	⋮
Lengkap	November 13, 2025 11:00 AM	GW - Batch 9	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 9	67	67	⋮
Lengkap	November 11, 2025 11:00 AM	GW - Batch 8	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 8	25	25	⋮
Lengkap	November 07, 2025 3:00 PM	GW - Batch 7	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 7	73	73	⋮
Lengkap	November 05, 2025 11:58 AM	GW - Batch 6 Reupload	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 6 Reupload	39	39	⋮
Lengkap	November 05, 2025 11:00 AM	GW - Batch 6	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 6	83	83	⋮
Lengkap	November 04, 2025 11:00 AM	GW - Batch 5	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 5	47	47	⋮
Lengkap	Okttober 31, 2025 3:30 PM	GW - Batch 4	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 4	70	70	⋮
Lengkap	Okttober 30, 2025	GW - Batch 3	-	WhatsApp Business Pl...	GW - Batch 3	47	47	⋮

Gambar 3.6 Sistem Batching Data Respond.io

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.7 Template Text Blasting via Respond.io

18 Email campaigns in this list		STATUS	OPENED	CLICKED	
<input type="checkbox"/>	EMAIL CAMPAIGNS NAME				
<input type="checkbox"/>	Alcor Lead Gen 4 Des 2025 Sent on Dec 04, 2025 at 11:43 AM WIB	Sent	5	1	⋮
<input type="checkbox"/>	Alcor Lead Gen 3 Des 2025 Sent on Dec 03, 2025 at 11:00 AM WIB	Sent	5	1	⋮
<input type="checkbox"/>	Alcor Lead Gen 2 Des 2025 Sent on Dec 02, 2025 at 11:00 AM WIB	Sent	3	3	⋮
<input type="checkbox"/>	Alcor Lead Gen 27 Nov 2025 Sent on Nov 27, 2025 at 11:00 AM WIB	Sent	3	-	⋮
<input type="checkbox"/>	Alcor Lead Gen 26 Nov 2025 Sent on Nov 26, 2025 at 11:00 AM WIB	Sent	4	1	⋮
<input type="checkbox"/>	Alcor Lead Gen 25 Nov 2025 Sent on Nov 25, 2025 at 11:00 AM WIB	Sent	7	-	⋮
<input type="checkbox"/>	Alcor Lead Gen 20 Nov 2025 Sent on Nov 20, 2025 at 11:00 AM WIB	Sent	4	2	⋮

Gambar 3.8 Tex Blasting via Zoho

Dalam pelaksanaannya, proyek ini memerlukan koordinasi yang erat antara tim data, tim project management, dan pihak Alcor Prime. Tim project management memastikan bahwa seluruh leads yang masuk telah divalidasi sebelum diproses lebih lanjut. Jika terdapat ketidaksesuaian seperti data PIC yang tidak valid, kontak yang tidak aktif, atau link yang tidak relevan, tim project management melakukan koreksi dan memberikan umpan balik kepada tim data agar proses scraping berlangsung lebih akurat di hari-hari berikutnya. Dengan demikian, kualitas leads yang diproses oleh sistem tetap terjaga dan siap digunakan untuk proses pendekatan klien.

Proses blasting menjadi tahapan penting karena menentukan efektivitas dalam menjangkau calon klien. Pesan yang dikirim mencakup perkenalan mengenai Alcor Prime, pengenalan layanan event, serta permintaan untuk mengirimkan pitch deck atau mengatur jadwal meeting. Setelah pesan dikirim, sistem akan menandai setiap respon dan mengelompokkan leads ke dalam kategori yang berbeda seperti Cold, Warm, dan Hot, berdasarkan tingkat ketertarikan calon klien. Klasifikasi ini memudahkan tim Alcor Prime dalam menentukan strategi tindak lanjut dan prioritas follow-up.

Dalam beberapa kasus, respon dari klien menghasilkan permintaan pitch deck atau ajakan untuk diskusi lebih lanjut. Pada tahap ini, Govokasi bertanggung jawab mengkoordinasikan proses penyerahan pitch deck kepada pihak yang tertarik, sekaligus menyampaikan informasi penting kepada Alcor Prime agar mereka dapat mengambil langkah berikutnya dalam membangun hubungan kerja sama. Selain itu, data leads yang belum memberikan respon tetap dicatat dan dimasukkan dalam daftar follow-up berkala untuk memastikan tidak ada potensi kerja sama yang terlewatkan.

Secara keseluruhan, proyek Lead Generation B2B untuk Alcor Prime merupakan aktivitas yang kompleks dan membutuhkan konsistensi, ketelitian, serta komunikasi lintas tim yang baik. Dengan kombinasi proses data scraping harian, validasi data, blasting pesan, dan monitoring respon, proyek ini membantu Alcor Prime memperluas jaringan bisnisnya secara signifikan. Penggunaan tools seperti Respond.io dan Zoho juga memperkuat efektivitas workflow karena memungkinkan perusahaan memonitor perkembangan leads secara real time. Dengan pendekatan yang terstruktur ini, Govokasi mampu memberikan dukungan strategis yang relevan bagi pertumbuhan bisnis Alcor Prime dalam industri event corporate.

3.3.1.5 OJT GOVOKASI Survey Analysis

Program On the Job Training (OJT) di PT Gerbang Govokasi Indonesia merupakan salah satu inisiatif utama perusahaan dalam mempersiapkan talenta muda agar memiliki pengalaman kerja yang relevan sebelum memasuki dunia industri. Program ini dirancang untuk menjadi jembatan antara proses pembelajaran dan praktik lapangan melalui penugasan langsung di perusahaan mitra. Pada periode ini, OJT dimulai pada 15 September dan berjalan selama empat minggu, dengan struktur kegiatan yang disusun secara sistematis agar seluruh peserta memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai alur kerja profesional. Govokasi menempatkan program OJT sebagai fondasi penting dalam strategi pengembangan talent pipeline yang bersifat praktis dan berorientasi pada kebutuhan industri.

Dalam penyelenggaraannya, Govokasi menggunakan platform Fillout sebagai sistem utama untuk melakukan manajemen data peserta. Platform ini berfungsi untuk mengumpulkan data registrasi, mengelola informasi peserta OJT, mencatat progress harian, dan mendistribusikan formulir evaluasi yang harus diisi oleh peserta setelah menyelesaikan program. Seluruh proses administrasi kegiatan mulai dari pendaftaran, konfirmasi, penugasan, hingga survei evaluasi diintegrasikan dalam satu sistem sehingga memudahkan pengawasan dan mengurangi risiko kehilangan data. Dengan pendekatan digital ini, perusahaan memastikan bahwa setiap tahapan berlangsung dengan rapi, terukur, dan dapat dipertanggungjawabkan secara profesional.

Dalam konteks program, peserta OJT ditempatkan pada berbagai divisi sesuai dengan kebutuhan perusahaan mitra. Penempatan divisi ini bertujuan memberikan pengalaman yang benar-benar sesuai dengan bidang minat peserta, sekaligus memastikan bahwa aktivitas yang mereka kerjakan merupakan bagian dari proses operasional nyata di perusahaan tersebut. Melalui pola penugasan ini, peserta dapat memahami bagaimana ritme kerja profesional berjalan, mulai dari komunikasi internal, manajemen tugas, hingga pelaporan. Model pendekatan hands-on seperti ini menjadi ciri khas OJT Govokasi dalam menghasilkan peserta yang lebih siap kerja dari sisi hard skills maupun soft skills.

Secara keseluruhan, Project OJT GOVOKASI ini memiliki ruang lingkup yang mencakup perencanaan program, manajemen peserta, pelaksanaan kegiatan selama empat minggu, pengumpulan data survei, serta persiapan analisis evaluatif. Bagian ini fokus pada pemaparan struktur kegiatan, mekanisme pelaksanaan, serta sistem pengumpulan datanya. Bagian analisis dan interpretasi hasil survei akan disampaikan pada subbab berikutnya setelah seluruh data melalui proses pengolahan yang sistematis.

1. Business Understanding

Tahap Business Understanding dilakukan untuk memahami kebutuhan evaluasi program On the Job Training (OJT) yang diselenggarakan oleh PT Gerbang Govokasi Indonesia. Pada tahap ini, penulis berfokus pada pemahaman tujuan perusahaan dalam mengumpulkan data survei OJT, yaitu untuk mengetahui karakteristik peserta yang mengikuti program, tingkat kepuasan mereka, serta aspek-aspek program yang memberikan dampak terhadap pengembangan kemampuan peserta. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan gambaran mengenai minat peserta terhadap program lanjutan, preferensi terhadap skema OJT berbayar, serta jenis keterampilan yang paling ingin dikembangkan selama mengikuti OJT. Pemahaman terhadap kebutuhan ini menjadi dasar dalam menentukan arah analisis agar hasil yang diperoleh dapat digunakan secara langsung oleh pihak perusahaan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan program OJT pada periode selanjutnya.

2. Data Collection

Setelah masa OJT selesai, Govokasi mewajibkan seluruh peserta untuk mengisi survei evaluasi, yang dikumpulkan untuk menilai kualitas pelaksanaan program. Survei ini berisi berbagai indikator seperti kepuasan peserta terhadap tempat magang, kesesuaian tugas dengan jurusan atau minat, kualitas komunikasi dengan pembimbing lapangan, sejauh mana OJT berkontribusi pada pengembangan skill peserta, dan rekomendasi yang dapat digunakan untuk peningkatan program selanjutnya. Survei disusun dalam bentuk kuisioner terstruktur dan dikumpulkan melalui Fillout agar hasilnya terdokumentasi dengan baik dan dapat dianalisis lebih lanjut.

Dari skala 1-10, seberapa besar minat kamu untuk ikut program OJT?

1 = Tidak tertarik sama sekali

10 = Sangat tertarik

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Skill apa yang menurut kamu paling perlu ditingkatkan agar siap kerja? (Pilih 2)

- Komunikasi & Public Speaking
- Disiplin & Manajemen Waktu
- Teamwork & Kolaborasi
- Analisis & Problem Solving
- Marketing & Sales
- Customer Service
- Leadership & Inisiatif

Jika program OJT berbayar memberikan akses ke pelatihan, sertifikat, dan peluang kerja nyata, apakah kamu bersedia ikut?

<input type="radio"/> Ya, pasti
<input type="radio"/> Tidak

Menurut kamu, apa yang bisa dilakukan GOVOKASI supaya program OJT benar-benar membantu kamu naik level dari "belum siap" jadi "siap kerja"?

--

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Apakah kamu sudah pernah ikut program magang/OJT sebelumnya? Jika ya, di mana dan apa perannya?

Apa yang akan membuat kamu langsung daftar OJT?

Apakah kamu bersedia dihubungi tim GOVOKASI untuk informasi program OJT berikutnya?

- Ya, tentu
- Belum sekarang

Jika OJT ini berbayar berapa range harga yang sesuai menurut kamu *

- 5.000.000 - 7.000.000
- 7.000.000 - 10.000.000
- 10.000.000 - 15.000.000
- Other

Submit



Gambar 3.9 Survey OJT by Fillout

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Data survei yang terkumpul terekam dalam bentuk dataset yang berisi variabel seperti nama peserta, jurusan, gender, usia, tempat magang, supervisor, indikator kepuasan, hingga saran terbuka dari peserta. Dataset ini menjadi sumber utama dalam proses analisis yang akan dilakukan pada bagian selanjutnya. Govokasi menempatkan survei ini bukan hanya sebagai formalitas administrasi, tetapi sebagai alat evaluasi komprehensif untuk menilai efektivitas program OJT dari perspektif peserta. Melalui data ini, perusahaan dapat memahami hal-hal apa saja yang sudah berjalan baik dan aspek mana yang memerlukan pengembangan lebih lanjut.

Selain itu, data survei juga berfungsi sebagai dasar perbaikan sistem pelatihan dan penempatan peserta di batch selanjutnya. Dengan pola analisis yang tepat, survei ini memungkinkan perusahaan mengenali pola-pola tertentu, seperti sektor magang yang paling banyak diminati, aspek yang paling mempengaruhi kepuasan, serta jenis pembelajaran apa yang paling bermanfaat bagi peserta. Pendekatan berbasis data ini membantu Govokasi merumuskan strategi lanjutan untuk meningkatkan kualitas program secara berkelanjutan.

3. Data Understanding

Tahap Data Understanding dilakukan dengan mempelajari struktur dan isi data survei OJT yang diperoleh dari platform Fillout. Data survei dikumpulkan setelah seluruh rangkaian kegiatan OJT selesai dan diekspor dalam bentuk file Excel. Pada tahap ini, penulis melakukan pengecekan awal terhadap jumlah responden, jenis data yang tersedia, serta variabel-variabel yang digunakan dalam kuesioner, seperti data demografis peserta, tingkat minat mengikuti OJT, preferensi harga, pilihan keterampilan, dan penilaian terhadap pelaksanaan program. Selain itu, dilakukan identifikasi awal terhadap data yang tidak lengkap, perbedaan format pengisian jawaban, serta variasi skala penilaian yang digunakan oleh peserta.

- Tingkat minat mengikuti OJT, diukur menggunakan skala 1–10, di mana nilai 1 menunjukkan tidak tertarik sama sekali dan nilai 10 menunjukkan sangat tertarik. Variabel ini digunakan untuk mengukur tingkat ketertarikan awal peserta terhadap program OJT secara kuantitatif.
- Kebutuhan pengembangan keterampilan, yaitu jenis skill yang menurut peserta paling perlu ditingkatkan agar siap kerja. Peserta diminta memilih dua keterampilan utama, sehingga variabel ini bersifat multi-pilihan dan merepresentasikan fokus pengembangan kompetensi peserta.
- Kesediaan mengikuti OJT berbayar, yang menunjukkan apakah peserta bersedia mengikuti program OJT apabila disertai dengan akses pelatihan, sertifikat, dan peluang kerja nyata. Variabel ini bersifat kategorikal dengan pilihan jawaban Ya atau Tidak.
- Saran terhadap pengembangan program OJT, berupa jawaban terbuka yang berisi masukan peserta mengenai hal-hal yang perlu dilakukan Govokasi agar program OJT dapat meningkatkan kesiapan kerja peserta secara lebih optimal.
- Pengalaman mengikuti magang atau OJT sebelumnya, yang menggambarkan apakah peserta telah memiliki pengalaman serupa sebelumnya, termasuk informasi singkat mengenai tempat dan peran yang dijalani.
- Faktor pendorong pendaftaran OJT, yaitu aspek-aspek yang dapat membuat peserta langsung tertarik untuk mendaftar program OJT. Variabel ini memberikan gambaran mengenai daya tarik utama program dari sudut pandang peserta.
- Kesediaan untuk dihubungi kembali, yang menunjukkan apakah peserta bersedia dihubungi oleh tim Govokasi untuk mendapatkan informasi terkait program OJT selanjutnya. Variabel ini digunakan sebagai indikator potensi keterlibatan peserta di masa depan.

- Preferensi range harga OJT berbayar, yaitu kisaran harga yang dianggap sesuai oleh peserta apabila program OJT bersifat berbayar. Data ini awalnya berbentuk teks atau rentang harga dan kemudian diproses menjadi data numerik untuk keperluan analisis lanjutan.

4. Data Preparation

Tahap Data Preparation bertujuan untuk memastikan data survei OJT berada dalam kondisi yang siap dianalisis. Data awal diperoleh dari file Excel yang berisi hasil kuesioner peserta OJT.

Langkah pertama adalah loading data menggunakan library Pandas dan melakukan pengecekan awal terhadap struktur data. Setelah itu, data disalin ke dalam DataFrame baru untuk menjaga keutuhan data asli. Pada tahap ini juga dilakukan identifikasi missing values untuk mengetahui kolom yang memiliki data kosong dan memerlukan penanganan lebih lanjut.

Baris ketiga: Nama 10, seberapa besar minat kamu untuk ikut program OJT? - Tidak tertarik sama sekali 10 = Sangat tertarik					Baris ketiga: Skill apa yang menurut kamu paling perluditingkatkan agar siap kerja? (Pilih 2) OJTBerbayar memberikan kesempelatihan,sertifikat, dan peluang kerjanya, apakah kamu bersedia ikut?	Jika program ini berjalan, apakah kamu akan ikut?	Menurut kamu, apa yang dilakukan GOVKASI pernah ikut supaya program berjalan dengan baik?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?
0 Ananda Gads Valenina Achir Subagio	9.0	Komunikasi & Public Speaking, Teamwork & Kolab...	Ya, pasti	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	Menurut saya, apa yang dilakukan GOVKASI pernah membantu dengan saya?	
1 Muhammad Diga Pratama	10.0	Komunikasi & Public Speaking, Teamwork & Kolab...	Ya, pasti	Memberikan materi-materi yang benar-benar dibutuhkan	Belum pernah	untuk memperoleh real c...	sebagai Quality program	Saya akan langsung men...	Intem di PT United Tr...	
2 A MUJTABA	10.0	Analisis & Problem Solving, Leadership & Insti...	Tidak	Bimbingan untuk merapikan CV	Tidak	Karena kebutuhan hard...	pelatihan	magang, PR	untuk memperoleh real c...	
3 Nadya Astari Suryacahyani	9.0	Analisis & Problem Solving, Marketing & Sales	Tidak	training	Tidak	benefit, opportunity	training	komitmen kota jogja	keses	
4 Rahmad Putra Gaulama	10.0	Disiplin & Manajemen Waktu, Analisis & Problem...	Ya, pasti	Pelatihan dengan case langsung segeri dulu	Data Entry (BAPEPOMA Jateng)	Kesiapan dan ketep...	langsung	langsung	pe	

Gambar 3.10 Data load hasil survei OJT

Selanjutnya dilakukan pembersihan dan transformasi data numerik, khususnya pada kolom minat mengikuti OJT dan preferensi harga OJT berbayar. Data preferensi harga yang awalnya berbentuk teks (misalnya rentang harga atau simbol tertentu) dikonversi menjadi nilai numerik menggunakan pendekatan nilai median. Missing values pada data numerik kemudian diisi menggunakan nilai median agar tidak mempengaruhi hasil analisis.

Agar setiap variabel numerik memiliki skala yang sebanding, dilakukan standarisasi data menggunakan StandardScaler. Standardisasi ini penting untuk menghindari dominasi satu variabel terhadap variabel lainnya pada tahap clustering.

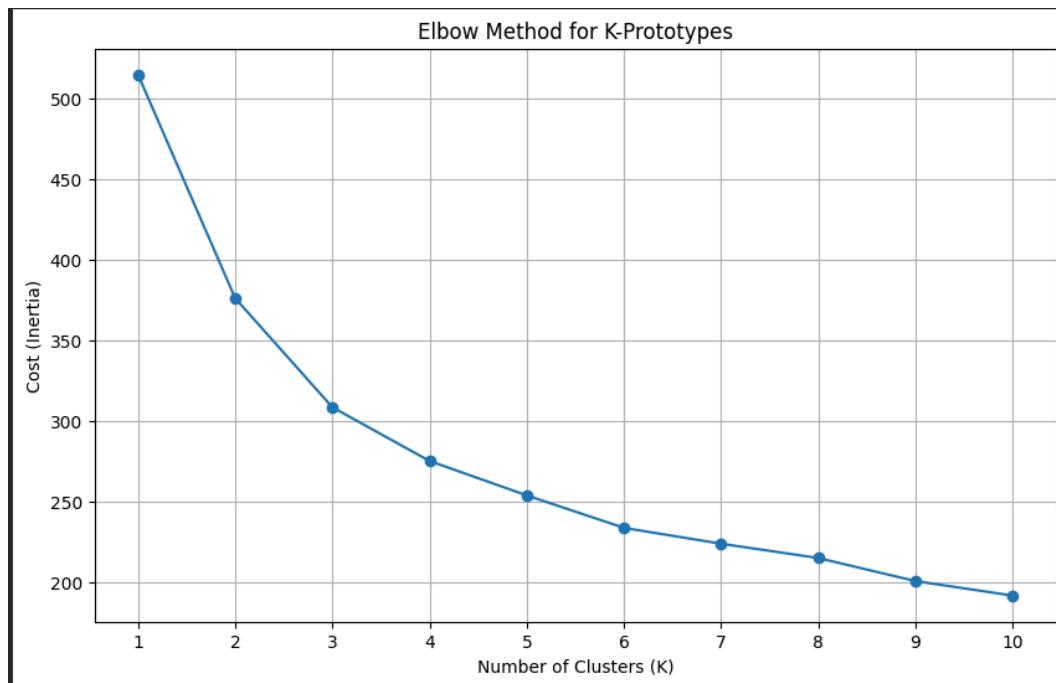
Untuk data kategorikal, dilakukan proses encoding, di mana jawaban berbentuk “Ya” dan “Tidak” dikonversi menjadi nilai biner (1 dan 0). Selain itu, data skill yang dapat dipilih lebih dari satu diproses menggunakan one-hot encoding, sehingga setiap keterampilan direpresentasikan dalam bentuk kolom biner tersendiri. Setelah seluruh proses data preparation selesai, data dipastikan tidak memiliki missing values pada fitur yang digunakan untuk pemodelan.

5. Data Modeling

Tahap Data Modeling dilakukan untuk mengelompokkan responden berdasarkan karakteristik dan preferensi mereka terhadap program OJT. Karena data yang digunakan merupakan gabungan antara data numerik dan kategorikal, algoritma K-Prototypes dipilih sebagai metode clustering yang paling sesuai.

```
for k in range(1, 11):
    try:
        # Initialize a KPrototypes model with the current K value
        kp = KPrototypes(n_clusters=k, init='Cao', n_init=10, random_state=42)
        # Fit the KPrototypes model to the df_processed DataFrame
        kp.fit(X, categorical=categorical_indices)
        # Append the model.cost_ (inertia) to the cost list
        cost.append(kp.cost_)
    except Exception as e:
        print(f"Error fitting KPrototypes for k={k}: {e}")
        cost.append(np.nan)
```

Gambar 3.11 Elbow Method mencari Jumlah Cluster yang sesuai



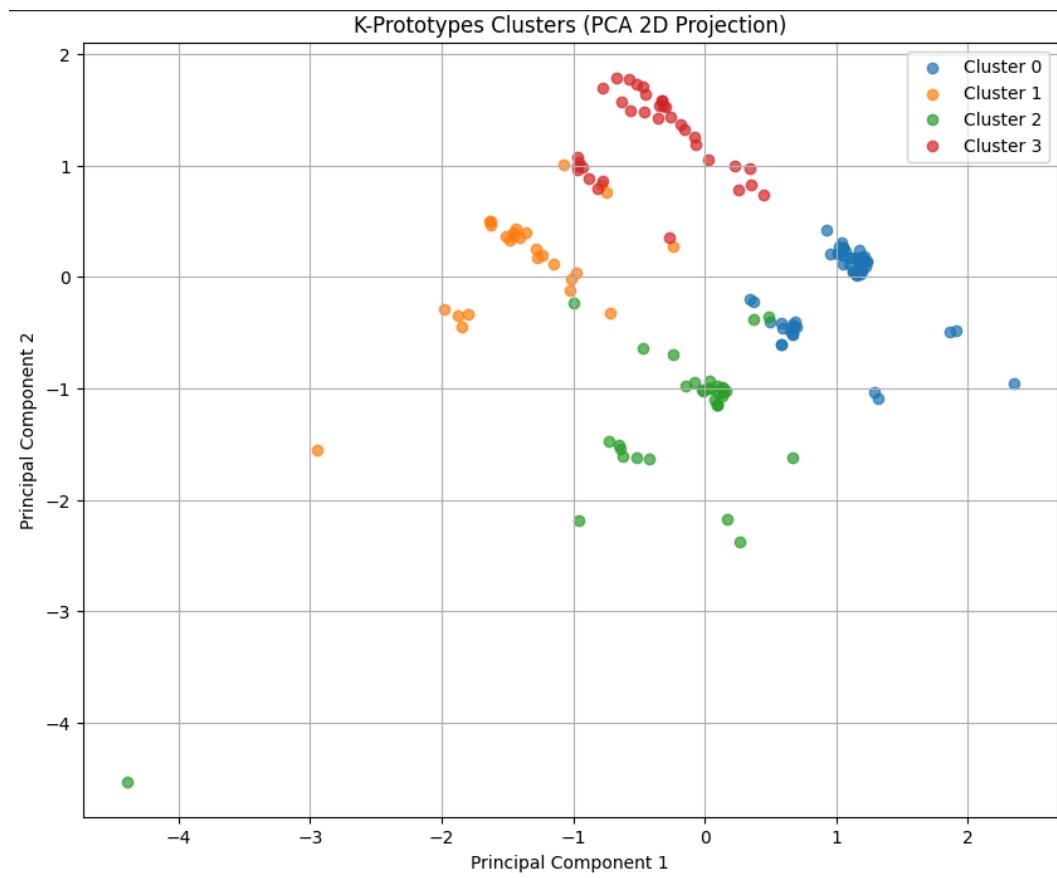
Gambar 3.12 Graph K-Prototype

Sebelum menentukan jumlah cluster, dilakukan analisis menggunakan Elbow Method dengan mencoba beberapa nilai K. Hasil visualisasi menunjukkan adanya titik siku (elbow) pada K = 4, sehingga jumlah cluster optimal ditetapkan sebanyak empat kelompok.

Setelah jumlah cluster ditentukan, algoritma K-Prototypes diterapkan pada data yang telah diproses. Hasil pemodelan ini menghasilkan label cluster untuk setiap responden, yang kemudian ditambahkan ke dalam DataFrame sebagai variabel baru. Dengan demikian, setiap responden memiliki identitas cluster yang merepresentasikan kelompok karakteristiknya.

6. Model Evaluation dan Visualisasi

Untuk membantu memahami hasil clustering, dilakukan visualisasi data menggunakan Principal Component Analysis (PCA). PCA digunakan untuk mereduksi dimensi data menjadi dua komponen utama sehingga hasil clustering dapat ditampilkan dalam bentuk grafik dua dimensi.



Gambar 3.13 Hasil Clustering K-Prototypes

Visualisasi PCA menunjukkan bahwa masing-masing cluster memiliki pola distribusi yang berbeda, yang menandakan bahwa proses clustering berhasil memisahkan responden berdasarkan karakteristik yang relevan. Meskipun PCA tidak digunakan sebagai alat evaluasi utama, visualisasi ini membantu memberikan gambaran intuitif terhadap hasil pengelompokan data.

7. Interpretation dan Cluster Profiling

Tahap terakhir adalah interpretation, yaitu menganalisis karakteristik dari setiap cluster yang terbentuk. Profil cluster dibuat dengan menghitung nilai rata-rata (mean) untuk variabel numerik dan nilai yang paling sering muncul (mode) untuk variabel kategorik pada masing-masing cluster.

Hasil profiling menunjukkan bahwa setiap cluster memiliki karakteristik yang berbeda, baik dari tingkat minat mengikuti OJT, preferensi harga, maupun keterampilan yang ingin dikembangkan. Informasi ini dapat digunakan oleh pihak Govokasi sebagai dasar untuk menyusun strategi pengembangan program OJT yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen peserta.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan program magang di PT Gerbang Govokasi Indonesia, terdapat beberapa kendala yang muncul baik dari sisi teknis, koordinasi, maupun pengelolaan data. Kendala-kendala ini merupakan bagian dari proses adaptasi terhadap alur kerja perusahaan serta karakteristik masing-masing proyek yang berbeda.

- Pada proyek Data Entry QC

Kendala utama yang muncul berkaitan dengan ketidakkonsistenan format data yang diinput oleh tim Data Entry. Perbedaan penulisan seperti variasi kapitalisasi, ejaan, serta ketidaksesuaian kategori brand membuat proses quality control membutuhkan waktu lebih lama. Selain itu, beberapa data gambar (image URL) yang digunakan sebagai acuan juga terkadang tidak dapat diakses sehingga menyulitkan proses verifikasi.

- Pada proyek Data Scraping Company Leads

Terdapat beberapa kendala teknis yang muncul sejak tahap awal penggerjaan. Proses pengumpulan data sebenarnya direncanakan untuk dilakukan menggunakan Python agar scraping dapat berjalan lebih cepat dan sistematis. Namun, metode tersebut tidak dapat dilanjutkan karena beberapa platform penyedia data, seperti Apollo dan LinkedIn, mensyaratkan penggunaan API resmi yang membutuhkan API key berbayar. Keterbatasan akses API membuat proses

scraping otomatis tidak dapat digunakan, sehingga pencarian data harus dialihkan ke pendekatan semi-manual melalui Google AI Studio.

Selain itu, hasil scraping dari beberapa tools juga tidak selalu akurat. Beberapa profil tidak menampilkan informasi kontak secara lengkap, seperti email atau nomor telepon, sehingga masih diperlukan pengecekan ulang yang cukup memakan waktu. Tantangan lain muncul dari keterbatasan kuota harian Google AI Studio, sehingga proses pencarian data tidak dapat dilakukan dalam jumlah besar dalam satu waktu. Variasi format data dari berbagai sumber juga menyebabkan proses konsolidasi membutuhkan perhatian ekstra.

- Project Management Enlight

Kendala yang muncul lebih bersifat operasional, terutama terkait proses sinkronisasi kegiatan 14 karyawan dengan jadwal dan target harian dari pihak client. Perubahan prioritas yang cukup dinamis membuat penyusunan task di ClickUp perlu diperbarui secara berkala. Tidak jarang terjadi miskomunikasi terkait deadline atau detail task, sehingga proses follow-up perlu dilakukan lebih intensif.

- Lead Generation B2B Alcor Prime

Kendala utama terletak pada validitas data leads. Beberapa kontak yang diperoleh dari hasil scraping tidak aktif atau tidak sesuai jabatan. Selain itu, tidak semua perusahaan memberikan respon terhadap blast message yang dikirim melalui Respond.io, sehingga perlu strategi lanjutan untuk follow-up. Kendala teknis seperti email bounce atau nomor WhatsApp tidak terdaftar juga cukup sering ditemukan.

- Pada proyek OJT GOVOKASI Management

Tantangan yang muncul berasal dari variasi kualitas data survey yang dikumpulkan. Beberapa respon tidak lengkap, beberapa survey diisi terburu-buru, dan terdapat kolom yang tidak konsisten isi datanya, sehingga membutuhkan proses pembersihan data (data cleaning) sebelum dapat dianalisis. Selain itu, alur

pengumpulan data dari Fillout juga membutuhkan verifikasi manual agar tidak terjadi duplikasi.

Secara keseluruhan, kendala yang ditemui merupakan bagian dari proses penyesuaian terhadap ritme kerja perusahaan, penggunaan tools baru, serta karakteristik data yang cukup beragam. Kendala-kendala ini menjadi pengalaman penting dalam memahami bagaimana proses bisnis dijalankan dalam konteks dunia profesional.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan program magang memerlukan penanganan yang sistematis agar kegiatan operasional dan penyelesaian proyek tetap berjalan efektif. Oleh karena itu, setiap proyek yang dikerjakan memiliki pendekatan penyelesaian masalah yang berbeda sesuai konteks dan tantangannya masing-masing. Berikut merupakan rangkaian solusi yang diterapkan untuk mengatasi kendala pada setiap proyek.

1. Data Entry QC

Dalam proyek Data Entry QC, sejumlah kendala seperti inkonsistensi format pengisian, kesalahan penulisan, serta keterlambatan update data memerlukan strategi perbaikan yang terstruktur. Solusi yang diterapkan bertujuan memastikan kualitas data tetap terjaga sebelum diserahkan ke klien.

Solusi yang diterapkan:

- Melakukan koordinasi rutin dengan tim Data Entry untuk memastikan kesesuaian standar input sebelum proses QC.
Menerapkan *data validation* sederhana di Google Sheets untuk mengurangi kesalahan penulisan.
- Membuat daftar kesalahan berulang untuk disampaikan ke tim, sehingga perbaikan dapat dilakukan lebih cepat.

- Mengembangkan dashboard Looker Studio yang menampilkan progress mingguan agar pemantauan lebih objektif.
- Menyusun catatan koreksi untuk dikirimkan ke pihak klien (Playlog) sebagai laporan evaluasi.
- Melakukan pengecekan akhir (final QC) sebelum data dikirim untuk memastikan konsistensi format.

2. Data Scraping Contact

Pada proyek Data Scraping Contact untuk kebutuhan acara Catalyst Summit 2025, tantangan utama muncul dari keterbatasan API, ketidaksesuaian data hasil scraping, serta variasi tingkat kelengkapan informasi kontak profesional. Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan sejumlah langkah strategis.

Solusi yang diterapkan:

- Mengalihkan proses scraping dari Python ke Google AI Studio karena keterbatasan API Key.
- Menggunakan kombinasi beberapa sumber data (LinkedIn, hasil scraping AI Studio, dan website perusahaan) untuk meningkatkan akurasi.
- Melakukan validasi kontak secara manual apabila hasil scraping tidak lengkap.
- Menstandarkan format data (nama, jabatan, email, nomor kontak) sebelum masuk ke database.
- Membagi proses scraping ke dalam beberapa batch untuk menghindari limit kuota harian.
- Menggunakan filter khusus untuk memisahkan C-level, Founder, dan Decision Maker agar pencarian lebih terfokus.

3. Project Management Enlight

Dalam pengelolaan proyek Enlight Consulting, kendala utama terkait koordinasi 14 karyawan, perbedaan ritme pekerjaan, serta deadline yang bergerak dinamis. Solusi diterapkan untuk memastikan seluruh tugas tetap terkontrol dan target proyek dapat dicapai tepat waktu.

Solusi yang diterapkan:

- Mengatur sistem pelaporan menggunakan ClickUp untuk memastikan setiap kegiatan tim Enlight dapat di tracking per aktivitas dan per deadline.
- Membuat struktur task yang lebih rapi (To Do – In Progress – Completed) agar alur kerja lebih jelas.
- Melakukan penyelarasan rutin dengan 14 karyawan yang terlibat untuk menyamakan prioritas dan timeline.
- Menambahkan reminder otomatis di ClickUp untuk mencegah adanya tugas yang terlewat.
- Melakukan follow-up harian untuk memastikan setiap deliverable berjalan sesuai rencana.
- Menyusun laporan berkala untuk pihak Enlight agar mereka mendapatkan gambaran progress secara real time.

4. Project Management Lead Generation B2B – Alcor Prime

Proyek Lead Generation untuk Alcor Prime melibatkan volume data yang besar serta kebutuhan untuk memastikan data yang masuk valid sebelum digunakan untuk blasting. Solusi diterapkan untuk menjaga kualitas data sekaligus meningkatkan efektivitas proses pendekatan ke perusahaan target.

Solusi yang diterapkan:

- Membuat template input data agar tim Data Scraping dapat mengisi 45 kontak harian secara konsisten.
- Mengembangkan sistem tracking di Respond.io dan Zoho agar proses blasting dan follow-up terstruktur.
- Mengkategorikan leads berdasarkan PIC, Jabatan, Industri, Jumlah Event, dan relevansi perusahaan terhadap project.
- Melakukan verifikasi email dan nomor WhatsApp sebelum melakukan blasting untuk meminimalkan bounce rate.
- Menyusun flow komunikasi standar untuk memastikan pendekatan lebih profesional dan konsisten.
- Membuat laporan konversi dari data scraping → blasting → response untuk tim Alcor.

5. OJT Govokasi Survey Analysis

Dalam proyek OJT Govokasi, sejumlah tantangan muncul dari variasi kualitas input responden, format data yang beragam, serta kebutuhan untuk menyusun indikator analisis sebelum dashboard dapat dibuat. Solusi diarahkan untuk memastikan data dapat diolah secara sistematis.

Solusi yang diterapkan:

- Mengintegrasikan data dari Fillout ke Google Sheets agar lebih mudah diolah dan divisualisasikan.
- Melakukan data cleaning awal untuk menghilangkan duplikasi dan field yang tidak terisi.
- Mengelompokkan responden berdasarkan batch agar analisis per bulan lebih terstruktur.
- Menentukan metrik evaluasi (kepuasan, aktivitas OJT, tantangan, progress skill) sebelum analisis dimulai.
- Menyusun struktur dashboard analitik sebagai fondasi sebelum melakukan analisis yang lebih mendalam.

- Menyiapkan rencana analisis lanjutan seperti sentiment analysis apabila data memungkinkan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA