

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

##### 3.1.1 Kedudukan

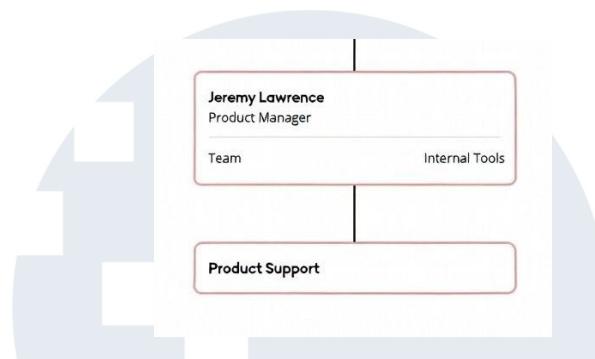
Di Luxehouze, posisi mahasiswa magang berada pada tim *Product Support* yang bernaung di bawah divisi Product. Tim *Product Support* memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran operasional sistem *internal* perusahaan serta memastikan seluruh proses berbasis teknologi dapat berjalan secara optimal. Peran ini menjadi penghubung antara kebutuhan operasional harian dengan pengembangan produk dan sistem *internal* yang digunakan oleh berbagai divisi di Luxehouze.

Secara umum, tim *Product Support* berfokus pada dukungan terhadap penggunaan *internal tools*, *CRM*, serta alur kerja *digital* yang menunjang aktivitas bisnis Luxehouze sebagai *marketplace* barang mewah. Keberadaan tim ini memastikan bahwa kendala teknis, kebutuhan penyesuaian sistem, serta proses operasional yang melibatkan data dan *platform* dapat ditangani secara cepat dan terstruktur. Dengan demikian, tim *Product Support* berkontribusi langsung dalam menjaga efisiensi kerja *internal* dan kualitas layanan kepada pelanggan.

Secara struktural, tim *Product Support* berada di bawah koordinasi *Product Manager*, yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengembangan sistem *internal* perusahaan. Dalam hierarki organisasi, divisi *Product* sendiri berada di bawah pengawasan manajemen tingkat atas yang mengarahkan strategi produk dan teknologi Luxehouze secara keseluruhan. Kedudukan ini menempatkan *Product Support* sebagai bagian integral dari proses pengembangan dan pemeliharaan sistem *digital* perusahaan.

Struktur tim *Product Support* dirancang secara ringkas dan fleksibel agar mampu beradaptasi dengan kebutuhan bisnis yang dinamis. Tim ini

terdiri dari anggota dengan peran pendukung teknis dan operasional, termasuk mahasiswa magang, yang berkolaborasi langsung dengan *Product Manager* serta tim lintas fungsi lainnya. Gambaran kedudukan tim *Product Support* dalam struktur organisasi Luxehouze dapat dilihat pada Gambar 3.1.



**Gambar 3.1 Struktur Tim *Product Support* Luxehouze**

Dalam pelaksanaan tugasnya, tim *Product Support* menjalankan fungsi sebagai fondasi operasional sistem *internal*. Tim ini menangani berbagai aktivitas seperti membantu pemeliharaan data pada sistem *CRM*, mendukung alur kerja *internal tools*, serta melakukan koordinasi terkait kebutuhan sistem yang muncul dari tim *Sales*, Operasional, dan Merchandising. Melalui peran tersebut, *Product Support* memastikan bahwa sistem yang digunakan tetap selaras dengan kebutuhan bisnis dan mampu mendukung pengambilan keputusan yang efektif.

Sebagai bagian dari divisi *Product Support*, mahasiswa magang mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses kerja profesional yang berkaitan dengan sistem dan teknologi perusahaan. Pengalaman ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana sebuah *marketplace* barang mewah mengelola sistem *internalnya*, serta bagaimana koordinasi antar divisi dilakukan untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan.

### 3.1.2 Koordinasi

Koordinasi kerja di Luxehouze, khususnya pada tim *Internal Product Support*, dilakukan melalui kombinasi sistem ticketing, komunikasi informal, dan meeting rutin untuk memastikan setiap kebutuhan operasional dapat ditangani secara efektif dan tepat waktu. Pola koordinasi ini dirancang agar alur kerja tetap terstruktur, namun tetap fleksibel mengikuti dinamika kebutuhan bisnis.

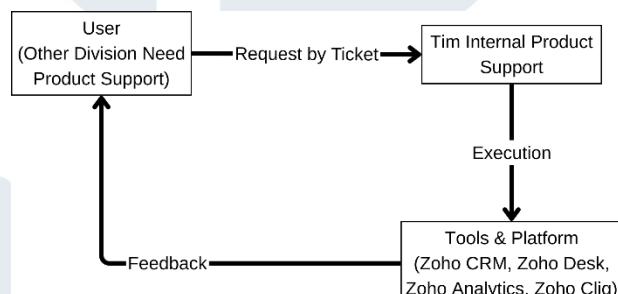
Proses koordinasi dimulai ketika user dari divisi lain, seperti *Sales*, *Operations*, atau *Merchandising*, membutuhkan dukungan terkait sistem atau data. User akan mengajukan permintaan secara resmi melalui *Zoho Desk* dalam bentuk tiket. Sistem ticketing ini berfungsi sebagai sarana utama untuk mencatat seluruh permintaan, memantau status pekerjaan, serta memastikan tidak ada permintaan yang terlewat. Setiap tiket yang masuk akan berisi deskripsi kebutuhan, tingkat urgensi, serta konteks permasalahan yang dihadapi oleh user.

Setelah tiket dibuat, tiket tersebut akan diterima oleh tim *Internal Product Support* dan dialokasikan kepada anggota tim yang bertanggung jawab sesuai dengan jenis dan kompleksitas tugas. Selain melalui *Zoho Desk*, koordinasi juga dilakukan secara aktif melalui *WhatsApp Group internal* tim. Kanal ini digunakan untuk diskusi cepat, klarifikasi kebutuhan *user*, *update* progres pekerjaan, serta penyampaian informasi yang bersifat mendesak agar respons dapat diberikan dengan lebih cepat.

Dalam pelaksanaannya, tim *Internal Product Support* menggunakan berbagai *tools* dan *platform* pendukung, seperti *Zoho CRM*, *Zoho Desk*, *Zoho Analytics*, dan *Zoho Cliq*, untuk mengeksekusi pekerjaan sesuai dengan permintaan tiket. *Tools* tersebut dimanfaatkan untuk mengelola data pelanggan, menangani kendala sistem, memonitor alur kerja otomatis, serta menyusun laporan yang dibutuhkan oleh *user*. Selama proses penggerjaan, tim juga dapat berkoordinasi langsung dengan *user* apabila diperlukan penyesuaian atau klarifikasi tambahan.

Selain koordinasi berbasis tiket dan komunikasi melalui WhatsApp, tim juga mengadakan meeting secara berkala. *Meeting* ini bertujuan untuk membahas tiket yang sedang berjalan, mengevaluasi kendala yang muncul, menyelaraskan prioritas pekerjaan, serta merencanakan tindak lanjut ke depannya. Melalui meeting, seluruh anggota tim dapat memiliki pemahaman yang sama terhadap kondisi operasional dan kebutuhan lintas divisi.

Setelah pekerjaan selesai, hasil pengkerjaan akan dikonfirmasikan kembali kepada *user* sebagai bentuk *feedback*. Apabila solusi yang diberikan telah sesuai, tiket akan ditutup di *Zoho Desk*. Jika masih terdapat kekurangan, tiket dapat diperbarui kembali untuk penyesuaian lanjutan. Alur koordinasi ini memastikan proses kerja berjalan transparan, terdokumentasi dengan baik, serta mendukung kolaborasi yang efektif antara tim *Internal Product Support* dan divisi lain di Luxehouze seperti pada gambar 3.2.



Gambar 3.2 Alur kerja *product Support* Luxehouze

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pelaksanaan program magang di Luxehouze mencakup berbagai aktivitas yang relevan dengan posisi *Product Support Intern*. Pekerjaan yang dilakukan tidak hanya terbatas pada tugas operasional harian, tetapi juga mencakup pengembangan dan pemeliharaan sistem *internal*, pengelolaan data, serta implementasi otomatisasi yang mendukung proses bisnis lintas divisi. Seluruh aktivitas kerja didokumentasikan secara terstruktur untuk memantau progres, memastikan akurasi hasil, serta memenuhi tanggung jawab magang yang telah ditetapkan.

Tabel 3.1 berikut menyajikan rincian kegiatan yang dilaksanakan selama periode magang beserta deskripsi tugas dan *tools* yang digunakan. Daftar pekerjaan tersebut dikelompokkan ke dalam beberapa kategori utama, antara lain *Onboarding* dan *System Understanding*, *Ticketing* dan *Internal Support*, *CRM* dan *Data Management*, *Automation* dan *Workflow Development*, serta *Dashboard* dan *Documentation*. Tabel ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai cakupan dan kontribusi pekerjaan yang dijalankan selama periode magang di Luxehouze.

**Tabel 3.1 Rincian Kegiatan serta Waktu Pelaksanaan Magang**

No	Kegiatan / Tugas	Deskripsi Pekerjaan	Tools / Platform	Divisi Terkait
1	<i>Onboarding</i> dan Pembelajaran Sistem	Mempelajari alur kerja dan sistem <i>internal</i> perusahaan, termasuk <i>service ticketing</i> , <i>workflow</i> , serta pengisian data new joiner melalui webform. Mengikuti pembelajaran mandiri Agile dan Jira.	Zoho CRM, Zoho Desk, Jira, Udemy	<i>Product Support</i>
2	Pengelolaan Tiket <i>Internal</i>	Menangani tiket dari divisi <i>internal</i> terkait penambahan brand, input dan pembaruan data <i>CRM</i> , serta kendala sistem.	Zoho Desk	<i>Sales</i> , <i>Operations</i> , CX
3	Transisi Sistem Penugasan ke Jira	Mendukung proses migrasi dan adaptasi sistem penugasan ke Jira agar	Jira	<i>Product Support</i>

		selaras dengan metode <i>Agile</i> .		
4	Otomatisasi Notifikasi Pelanggan	Mengembangkan otomatisasi notifikasi berbasis waktu untuk ulang tahun pelanggan, permintaan review, survei kepuasan, dan follow-up pasca pembelian.	Zoho <i>Cliq</i> , Zoho <i>CRM</i>	<i>Sales, CX</i>
5	Pengembangan <i>Custom Function</i>	Membuat <i>custom function</i> untuk memperbarui status pengiriman dan mengirim notifikasi otomatis ke pihak terkait.	Zoho <i>CRM</i>	<i>Operations</i>
6	Pengelolaan Data <i>Grading</i> Produk	Menambahkan dan menyinkronkan <i>field</i> New <i>Grading</i> dan Final <i>Grading</i> serta klasifikasi produk (New Old Stock, Unworn).	Zoho <i>CRM</i>	Merchandising
7	Pembuatan <i>Dashboard Data completeness</i>	Membuat <i>Dashboard monitoring</i> kelengkapan data pelanggan untuk mendukung tim CX.	Zoho <i>Analytics</i>	CX
8	Pembuatan <i>Form</i> Input Data Terintegrasi	Mengembangkan <i>Form</i> terintegrasi dengan <i>CRM</i> agar tim <i>Sales</i> dapat melengkapi data pelanggan tanpa edit langsung di sistem.	Zoho <i>Form</i> , Zoho <i>CRM</i>	<i>Sales</i>
9	Validasi dan Otomasi <i>Form</i> Data	Menerapkan validasi format data (misalnya nomor telepon) dan integrasi <i>Form</i> ke <i>CRM</i> .	Zoho <i>Form</i>	<i>Sales</i>
10	Dokumentasi dan Panduan Penggunaan	Menyusun dokumentasi dan panduan step-by-step penggunaan sistem bagi tim <i>internal</i> sesuai SOP.	Google <i>Slides</i> , Google <i>Docs</i>	<i>Sales, CX</i>

(Sumber olahan peneliti, 2025)

Seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas, tanggung jawab pekerjaan selama program magang di Luxehouze mencakup lingkup yang beragam dalam mendukung operasional sistem dan proses *internal* perusahaan. Terdapat tugas-

tugas yang bersifat berkelanjutan, seperti pengelolaan tiket *internal*, pemeliharaan data pada sistem *CRM*, serta pembaruan dokumentasi dan panduan penggunaan sistem, yang dilakukan secara rutin sepanjang periode magang. Selain itu, mahasiswa juga terlibat dalam berbagai aktivitas pengembangan dan perbaikan sistem yang bertujuan meningkatkan efisiensi kerja lintas divisi.

Di sisi lain, terdapat pula penugasan berupa proyek-proyek spesifik dengan tujuan dan tenggat waktu yang jelas, seperti penyusunan *Product Requirements Document* (PRD) untuk pengembangan fitur *internal*, implementasi otomatisasi notifikasi berbasis waktu melalui Zoho, pembuatan *Dashboard monitoring* kelengkapan data pelanggan, serta pengembangan validasi dan *Form* terintegrasi untuk pengisian data *CRM*. Ragam pekerjaan tersebut memberikan pengalaman praktis yang komprehensif, baik dari sisi teknis maupun pemahaman alur bisnis perusahaan.

Penjelasan yang lebih mendalam dan rinci mengenai proses pelaksanaan beberapa proyek utama tersebut akan diuraikan pada bagian Uraian Pelaksanaan Kerja. Pada bagian tersebut akan dijelaskan tahapan penggerjaan setiap proyek, mulai dari identifikasi kebutuhan, perancangan solusi, implementasi sistem, hingga proses evaluasi dan dokumentasi hasil pekerjaan.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Sebagai *Product Support Intern* di Luxehouze, fokus utama pekerjaan adalah mendukung kelancaran operasional sistem *internal* perusahaan yang berkaitan dengan pengelolaan data, automasi proses, serta koordinasi lintas divisi, khususnya tim *Sales*, *Operations*, dan *Customer Experience* (CX). Peran ini menuntut pemahaman menyeluruh terhadap alur kerja sistem *digital* yang digunakan perusahaan agar setiap proses bisnis dapat berjalan secara efisien, akurat, dan terdokumentasi dengan baik. Pengelolaan data dilakukan secara berkesinambungan untuk memastikan informasi pelanggan, produk, dan transaksi selalu mutakhir dan dapat dimanfaatkan secara optimal oleh tim terkait.

Aktivitas utama meliputi pengelolaan dan penanganan tiket permintaan *internal* yang masuk melalui sistem Zoho *Desk*, baik berupa permintaan penambahan data, pembaruan informasi pada *CRM*, maupun kendala operasional sistem. Selain itu, mahasiswa juga terlibat dalam proses transisi dan adaptasi penggunaan Jira sebagai sistem manajemen penugasan berbasis *Agile*, sehingga alur koordinasi antar tim menjadi lebih terstruktur dan transparan. Setiap tiket yang ditangani dikomunikasikan secara aktif melalui WhatsApp *Group* dan dibahas lebih lanjut dalam sesi meeting rutin untuk memastikan kebutuhan pengguna *internal* dipahami dengan jelas.

Dalam mendukung pengelolaan data, mahasiswa berperan dalam pengembangan dan pemeliharaan struktur data pada Zoho *CRM*, termasuk penambahan *field* baru, sinkronisasi data *grading* produk, serta validasi data pelanggan. Upaya ini dilakukan untuk menjaga kualitas data, meminimalkan kesalahan input, dan memastikan informasi yang tersimpan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, pembuatan dan pemeliharaan *Form* terintegrasi juga dilakukan agar tim *Sales* dapat melengkapi data pelanggan secara mandiri tanpa harus melakukan perubahan langsung pada sistem *CRM*.

Berbagai *tools* pendukung digunakan untuk menunjang pekerjaan tersebut. Platform Zoho *CRM*, Zoho *Desk*, Zoho *Analytics*, Zoho *Form*, dan Zoho *ClIQ* menjadi sistem utama dalam pengelolaan data, tiket, *Dashboard*, serta automasi notifikasi. Jira digunakan untuk pencatatan dan pemantauan progres tugas, sementara Google *Workspace* dimanfaatkan untuk dokumentasi, penyusunan *Product Requirements Document* (PRD), dan pembuatan panduan penggunaan sistem. Seluruh aktivitas kerja dicatat dan didokumentasikan secara rapi agar dapat ditelusuri kembali dan memudahkan proses evaluasi.

Di samping tugas operasional harian, mahasiswa juga terlibat dalam beberapa proyek pengembangan sistem yang bertujuan meningkatkan efisiensi kerja *internal*. Proyek-proyek tersebut meliputi pembuatan *Dashboard monitoring* kelengkapan

data pelanggan, implementasi otomatisasi notifikasi berbasis waktu untuk kebutuhan follow-up pelanggan, serta penyusunan PRD sebagai acuan pengembangan fitur *internal*. Seluruh pekerjaan dilakukan dengan pendekatan kolaboratif dan terdokumentasi dengan baik, sehingga tidak hanya mendukung kebutuhan operasional saat ini, tetapi juga berkontribusi pada perbaikan proses bisnis Luxehouze secara berkelanjutan.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Pada proses pelaksanaan kerja magang sebagai *Product Support Intern* di Luxehouze, setiap aktivitas diawali dengan penerimaan kebutuhan dari pengguna *internal*, terutama dari divisi *Sales*, *Operations*, dan *Customer Experience* (CX). Kebutuhan tersebut umumnya disampaikan melalui sistem ticketing *Zoho Desk*, grup komunikasi *internal* WhatsApp, maupun dibahas dalam sesi meeting rutin. Setiap permintaan yang masuk kemudian diklasifikasikan berdasarkan tingkat urgensi dan kompleksitas pekerjaan sebelum ditindaklanjuti.

Setelah kebutuhan teridentifikasi dengan jelas, proses pengeraaan dilanjutkan dengan analisis sistem dan data yang terlibat. Pada tahap ini, mahasiswa melakukan pengecekan struktur data di *Zoho CRM*, validasi informasi yang sudah ada, serta penyesuaian *workflow* apabila diperlukan. Untuk permintaan yang bersifat pengembangan sistem atau perubahan fitur, mahasiswa turut menyusun *Product Requirements Document* (PRD) sebagai acuan agar solusi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna *internal* dan standar operasional perusahaan.

Tahap implementasi mencakup pengelolaan data, pembuatan atau penyesuaian *field* pada *CRM*, pengembangan *Form* terintegrasi, serta penerapan otomatisasi notifikasi menggunakan *Zoho Cliq* dan *custom function*. Selain itu, mahasiswa juga terlibat dalam pembuatan *Dashboard monitoring* menggunakan *Zoho Analytics* untuk membantu tim terkait memantau kelengkapan dan kualitas data secara *real-time*. Seluruh proses

implementasi dilakukan secara bertahap dan diuji terlebih dahulu sebelum digunakan secara penuh oleh pengguna *internal*.

Setelah pekerjaan selesai, dilakukan proses dokumentasi dan pelaporan. Setiap tugas yang telah dikerjakan dicatat pada sistem penugasan Jira atau Zoho Desk, serta dilengkapi dengan dokumentasi pendukung seperti panduan penggunaan atau catatan teknis. Apabila diperlukan, hasil pekerjaan dipresentasikan atau dijelaskan kembali kepada tim terkait melalui meeting atau komunikasi *internal* untuk memastikan solusi yang diberikan dapat dipahami dan dimanfaatkan secara optimal.

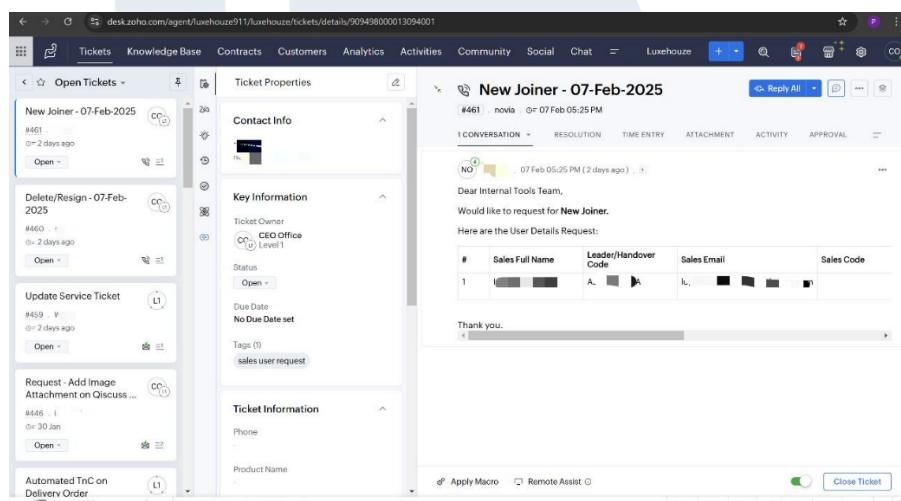
Proses pelaksanaan kerja ini berlangsung secara berulang dan berkesinambungan selama periode magang. Dengan alur kerja yang terstruktur, koordinasi yang intensif, serta dokumentasi yang rapi, proses pelaksanaan magang tidak hanya mendukung kelancaran operasional harian Luxehouze, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi sistem dan kualitas proses bisnis perusahaan.

### **3.3.1.1 *Onboarding* dan Pembelajaran Sistem**

Mahasiswa magang mengikuti proses *Onboarding* bersama pembimbing dan tim *Product Support* untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai alur kerja, struktur organisasi, serta sistem *digital* yang digunakan di Luxehouze. Tahap awal *Onboarding* difokuskan pada pengenalan budaya kerja perusahaan, peran masing-masing divisi, serta bagaimana *Product Support* berfungsi sebagai penghubung antara kebutuhan bisnis dan sistem *internal*. Pada tahap ini, mahasiswa juga diperkenalkan dengan standar komunikasi, alur koordinasi, serta ekspektasi kinerja yang harus dipenuhi selama masa magang.

Tahap selanjutnya adalah pembelajaran sistem dan tools utama yang digunakan dalam operasional sehari-hari. Mahasiswa mempelajari penggunaan Zoho *CRM* sebagai sistem utama

pengelolaan data pelanggan, produk, dan transaksi. Pembelajaran ini mencakup pemahaman struktur data, penggunaan *field*, relasi antar modul, serta alur pembaruan data sesuai dengan kebutuhan tim *Sales*, *Operations*, dan *Customer Experience* (CX). Mahasiswa juga diperkenalkan dengan Zoho Desk sebagai *platform service ticketing* untuk menangani permintaan dan kendala *internal*, termasuk pemahaman status tiket seperti pada gambar 3.3, prioritas penugasan, dan proses eskalasi masalah.



Gambar 3.3 Tampilan Tiket Permintaan dari divisi lain

Pada tahap ini, mahasiswa melakukan eksplorasi lebih mendalam terhadap *workflow* yang diterapkan pada sistem Zoho untuk memahami bagaimana proses bisnis Luxehouze dijalankan secara terstruktur dan terotomatisasi. Eksplorasi ini mencakup pemahaman alur persetujuan (approval flow) antar peran, penerapan automasi dasar untuk mengurangi proses manual, serta integrasi antar modul dalam Zoho agar data dapat mengalir secara konsisten tanpa perlu input berulang. Melalui proses ini, mahasiswa memperoleh gambaran menyeluruh mengenai bagaimana sebuah perubahan data

pada satu modul dapat berdampak langsung pada modul lainnya dalam sistem.

Salah satu aktivitas penting dalam tahap ini adalah mempelajari secara langsung proses pengisian data new joiner melalui *Webform* Luxehouze, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.4. *Webform* ini dirancang sebagai pintu masuk utama untuk pencatatan data karyawan baru agar seluruh informasi yang dibutuhkan dapat dikumpulkan secara seragam dan terdokumentasi dengan baik. Mahasiswa mempelajari struktur *field* yang digunakan, aturan pengisian data, serta mekanisme integrasi *webform* dengan sistem *CRM*, sehingga data yang masuk dapat langsung tersimpan dan digunakan oleh divisi terkait tanpa perlu proses input ulang.

Melalui aktivitas tersebut, mahasiswa memahami bahwa standarisasi data dan validasi input sejak awal proses memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kualitas data jangka panjang. Kesalahan kecil pada tahap awal pengisian data dapat berdampak pada proses operasional berikutnya, seperti pelaporan, *monitoring*, maupun automasi sistem. Oleh karena itu, pemahaman terhadap *workflow* dan *webform* ini menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk mendukung pengelolaan data yang rapi, konsisten, dan dapat diandalkan selama pelaksanaan kerja magang di Luxehouze.

### UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

**Gambar 3.4 Proses input new Joiner pada webform Luxehouze**

Selain sistem Zoho, Jira juga dipelajari sebagai alat manajemen tugas dan proyek yang menerapkan metodologi Agile. Pada tahap ini, mahasiswa diperkenalkan dengan konsep-konsep dasar Agile, seperti backlog, *task*, dan sprint, yang menjadi kerangka utama dalam pengelolaan pekerjaan di lingkungan *Product Support* yang dipelajari

adalah bagaimana setiap kebutuhan atau permintaan *internal* diterjemahkan menjadi *task* yang terdefinisi dengan jelas, kemudian dikelompokkan berdasarkan prioritas dan tingkat urgensinya.

Pembelajaran Jira juga mencakup pemahaman alur kerja penugasan, mulai dari pembuatan tiket, pengaturan status pekerjaan, hingga proses penyelesaian dan evaluasi tugas. Melalui sistem ini, mahasiswa mempelajari cara mencatat setiap aktivitas kerja secara terstruktur, memantau progres penggeraan secara *real-time*, serta mengidentifikasi hambatan yang mungkin muncul selama proses penggeraan. Visualisasi progres pekerjaan dalam Jira, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.5, membantu mahasiswa memahami kondisi beban kerja tim secara keseluruhan dan memastikan tidak ada tugas yang terlewat.

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-195 Improve CRM Customer Data for Retention Program	<input type="button" value="+"/>	<input type="button" value="..."/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-72 [#418] Request to Add New Fields in CRM for Customer Information	<input type="button" value="TO DO"/>	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-205 After-Sales Pulse Check - D+3 Customer Satisfaction Check	<input type="button" value="TO DO"/>	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-206 After-Sales Pulse Check - D+30 Exclusive Offers & Marketing Updates	<input type="button" value="TO DO"/>	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-207 After-Sales Pulse Check - D+90 Voucher Utilization Reminder	<input type="button" value="TO DO"/>	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-208 After-Sales Pulse Check - D+365 Service & Maintenance Reminder	<input type="button" value="TO DO"/>	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-209 Automated Customer Reminder - On Purchase Date, CSAT & Google Review Reminder	<input type="button" value="TO DO"/>	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	BT-210 Automated Customer Reminder - On Customer Birthday with Personalized Greeting	<input type="button" value="TO DO"/>	

Gambar 3.5 Tampilan Jira

Pemahaman terhadap penggunaan Jira menjadi aspek yang sangat penting karena sebagian besar pekerjaan *Product Support* di Luxehouze dikelola melalui sistem penugasan berbasis prioritas. Dengan adanya Jira, koordinasi antar anggota tim menjadi lebih transparan dan akuntabel, serta memudahkan proses evaluasi kinerja dan perencanaan pekerjaan selanjutnya. Melalui tahap ini, mahasiswa tidak hanya memahami penggunaan tools secara teknis, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai pola kerja kolaboratif dan disiplin

kerja yang terstruktur sesuai dengan prinsip *Agile* yang diterapkan di perusahaan.

Untuk memperkuat pemahaman teoritis dan praktis, mahasiswa juga melakukan pembelajaran mandiri melalui kursus *Agile* dan *Jira* pada *platform* Udemy. Pembelajaran ini membantu mahasiswa memahami best practice dalam pengelolaan proyek, kolaborasi tim, serta alur kerja yang efisien dalam lingkungan kerja *digital*. Dengan kombinasi antara pembelajaran langsung di lingkungan kerja dan pembelajaran mandiri, tahap *Onboarding* menjadi fondasi penting bagi mahasiswa untuk dapat beradaptasi dengan cepat dan menjalankan tugas secara mandiri pada tahap-tahap selanjutnya selama program magang berlangsung.

### 3.3.1.2 Otomasi Notifikasi dan *Workflow*

Dalam rangka meningkatkan konsistensi dan kualitas pelayanan pasca-penjualan (*after-sales*), Luxehouze melakukan pengembangan dan implementasi otomasi notifikasi serta *workflow* pada sistem Zoho CRM yang terintegrasi dengan Zoho *Cliq* dan WhatsApp. Inisiatif ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan perusahaan untuk menjaga standar layanan yang tinggi, mengingat karakteristik produk Luxehouze yang memiliki nilai transaksi tinggi serta siklus pembelian yang relatif panjang, seperti jam tangan mewah dan barang koleksi eksklusif lainnya. Pada konteks tersebut, tindak lanjut yang tepat waktu dan konsisten menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Sistem otomasi ini dirancang sebagai solusi untuk mengurangi ketergantungan pada proses manual dalam aktivitas *after-sales*, yang berpotensi menimbulkan keterlambatan atau ketidakkonsistensi tindak lanjut. Dengan memanfaatkan integrasi antara Zoho CRM sebagai pusat pengelolaan data pelanggan, Zoho *Cliq* sebagai kanal

komunikasi *internal*, dan WhatsApp sebagai media komunikasi eksternal dengan pelanggan, seluruh proses tindak lanjut dapat berjalan secara lebih terstruktur, terjadwal, dan terdokumentasi dengan baik. Setiap tahapan interaksi dirancang untuk memastikan bahwa pelanggan tetap mendapatkan perhatian yang berkelanjutan setelah transaksi, sekaligus membantu tim *Sales* dalam mengelola relasi pelanggan secara lebih efektif.

Melalui penerapan otomasi ini, perusahaan tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja tim *internal*, tetapi juga memperkuat kualitas pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Pendekatan yang sistematis dan berbasis waktu memungkinkan Luxehouze untuk menjaga kesinambungan komunikasi pasca-penjualan, mendekripsi potensi permasalahan lebih awal, serta membuka peluang *re-engagement* dan *upselling* secara strategis sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pelanggan.

Sistem secara otomatis mengirimkan notifikasi melalui Zoho *Cliq* kepada tim *Sales* tiga hari setelah pelanggan mengisi Pulse Check. Reminder ini berfungsi sebagai pengingat awal agar tim *Sales* dapat segera melakukan tindak lanjut secara personal, memastikan tingkat kepuasan pelanggan, serta mengidentifikasi potensi kendala yang mungkin muncul pada tahap awal pasca-transaksi.

Secara teknis, pengiriman reminder ini dibangun dengan memanfaatkan *workflow* seperti pada gambar 3.6 automation pada Zoho *CRM* yang terhubung dengan *custom function*. *Workflow* diatur untuk berjalan berdasarkan parameter waktu tertentu yang dihitung sejak tanggal pengisian *Pulse Check* oleh pelanggan.

**Gambar 3.6 Tampilan *Workflow Notification After Pulse Check* D+3**

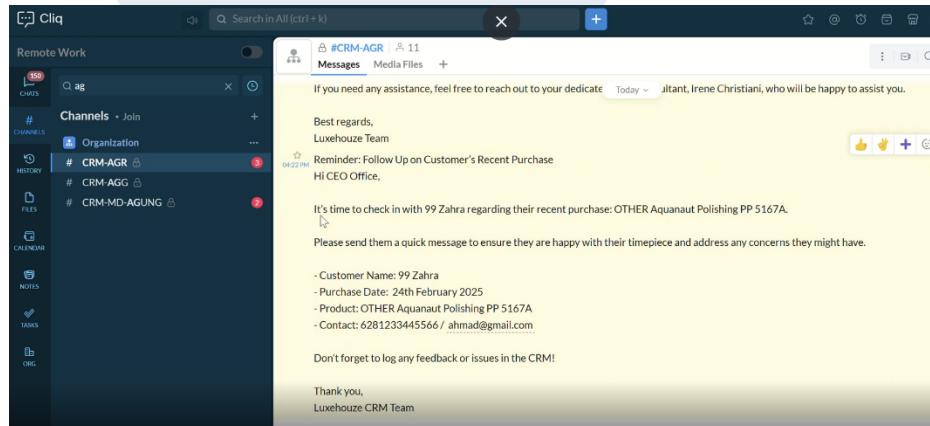
Ketika seluruh kondisi yang telah ditetapkan terpenuhi, sistem secara otomatis mengeksekusi *custom function* sebagaimana ditunjukkan pada *Gambar 3.7*. *Custom function* ini dikonfigurasikan untuk mengirimkan pesan notifikasi ke kanal komunikasi internal *Zoho Cliq* yang digunakan oleh tim terkait. Mekanisme ini memungkinkan informasi mengenai status proses atau perubahan data tertentu dapat langsung diteruskan kepada pihak yang berwenang secara *real-time*.

Gambar 3.7 Tampilan *Function Notification After Pulse Check* D±3

Melalui penerapan alur kerja ini, proses penyampaian informasi tidak lagi bergantung pada pemantauan manual oleh pengguna, melainkan dijalankan secara sistematis oleh sistem *CRM*. Notifikasi yang dikirim bersifat konsisten baik dari segi format maupun waktu pengiriman, sehingga meminimalkan risiko keterlambatan komunikasi serta potensi terlewatnya informasi penting. Dengan

demikian, koordinasi antar divisi dapat berlangsung lebih efektif, respons terhadap perubahan kondisi inventaris menjadi lebih cepat, dan proses operasional dapat dijalankan secara lebih terkontrol dan terdokumentasi.

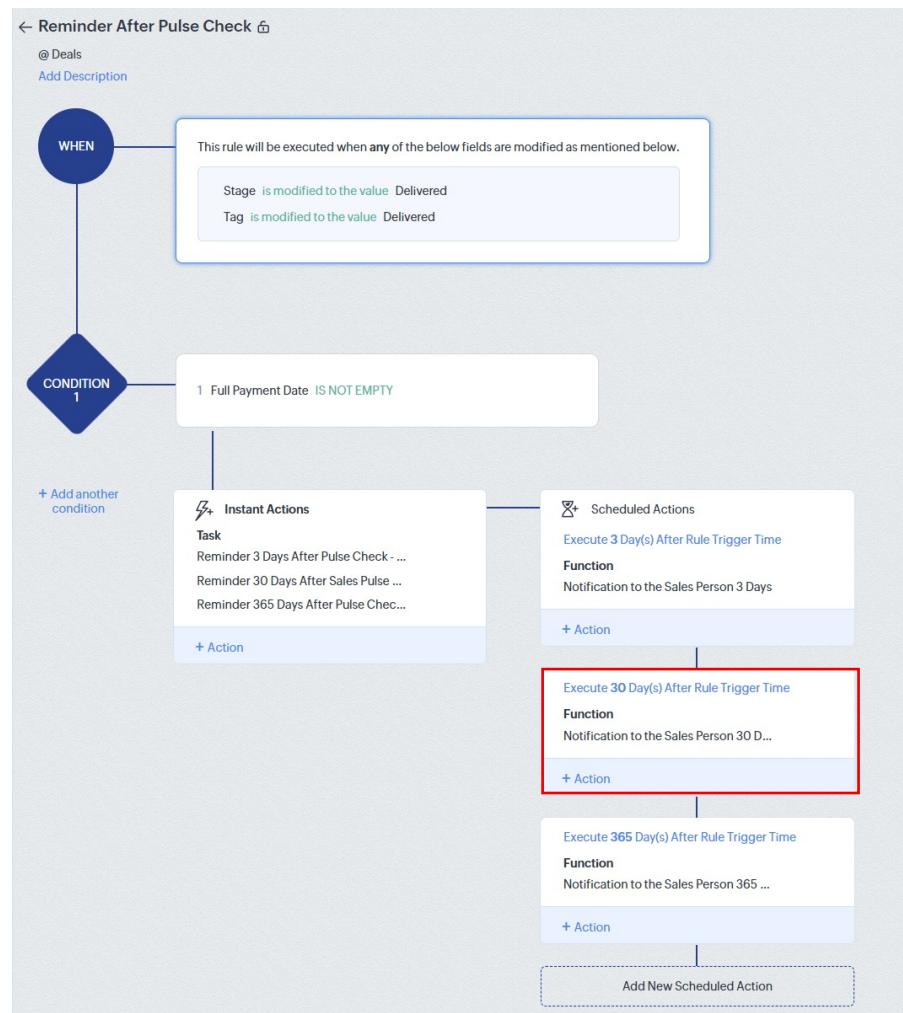
Penerapan mekanisme ini membantu tim *Sales* dalam mengelola proses tindak lanjut pelanggan secara lebih terstruktur dan mendapat notifikasi *reminder* pada Zoho *Cliq* di Gambar 3.8. Selain meningkatkan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, sistem otomasi ini juga memastikan bahwa setiap aktivitas *after-sales* terdokumentasi dengan baik dan dapat ditelusuri kembali melalui sistem, sehingga kualitas layanan Luxehouze tetap terjaga secara berkelanjutan.



Gambar 3.8 Tampilan Notifikasi *After Pulse Check* D+3

Pada hari ke-30 setelah pelanggan mengisi *Pulse Check*, sistem kembali mengirimkan notifikasi otomatis kepada tim *Sales* melalui Zoho *Cliq*. Reminder ini berfungsi sebagai pengingat lanjutan agar tim *Sales* dapat melakukan evaluasi terhadap kondisi pelanggan setelah periode penggunaan produk yang lebih panjang. Pada tahap ini, *Sales* diharapkan dapat memastikan bahwa pelanggan tidak

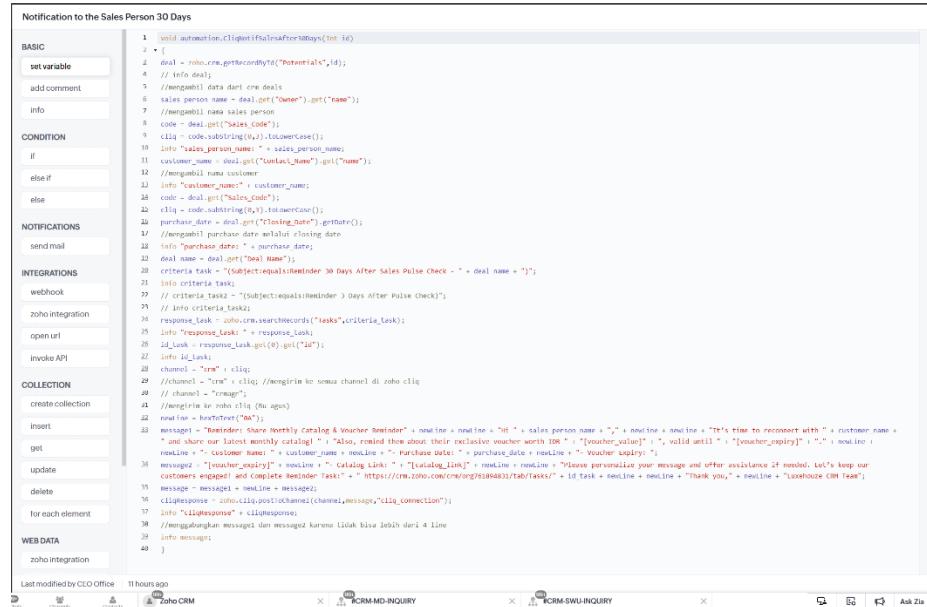
mengalami kendala lanjutan, sekaligus menjaga komunikasi agar hubungan yang telah terbangun tetap terpelihara dengan baik.



Gambar 3.9 Tampilan Workflow Notification After Pulse Check D+30

Secara teknis, pengiriman notifikasi ini diatur melalui *workflow automation* pada Zoho CRM yang dijalankan berdasarkan perhitungan waktu sejak tanggal Pulse Check. *Workflow* tersebut terhubung dengan *custom function* pada gambar 3.10 yang berfungsi untuk mengirimkan pesan pengingat ke Zoho Cliq secara otomatis. Dengan pengaturan ini, sistem dapat memastikan bahwa reminder dikirimkan

tepatt pada waktunya tanpa memerlukan pemantauan manual dari tim *Product Support* maupun *Sales*.



```

Notification to the Sales Person 30 Days

1 void automation.ClipboardIfSalesAfter30Days(Int id)
2 {
3     deal = zoho.crm.getRecordById("Potential", id);
4     //merambah data dari CRM deal
5     sales_person_name = deal.get("Owner").get("name");
6     //merambah nama sales person
7     code = deal.get("Sales_code");
8     cliq = code.substring(0,1).toLowerCase();
9     Info "sales_person_name" = sales_person_name;
10    customer_name = deal.get("Contact_Name").get("name");
11    //merambah nama customer
12    deal_name = deal.get("Deal_Name");
13    deal_code = deal.get("Sales_code");
14    code = deal.get("Sales_code");
15    cliq = code.substring(0,1).toLowerCase();
16    purchase_date = deal.get("Closing_date").getRate();
17    //merambah purchase date selah closing date
18    Info "purchase_date" = purchase_date;
19    deal_name = deal.get("Deal_Name");
20    criteria_task = "ObjectEqualInNameUnder 30 Days After Sales Pulse Check - " + deal_name + ")";
21    Info criteria_task;
22    // criteria_task = "ObjectEqualInNameUnder 3 Days After Pulse Check";
23    Info criteria_task;
24    response_task = zoho.crm.searchRecords("task", criteria_task);
25    Info "response_Task" = response_Task;
26    Id_Task = response_Task.get(0).get("id");
27    Info Id_Task;
28    cliq = "CRM" + cliq;
29    //channel = "CRM" + cliq; //mengirim ke semua channel di zoho cliq
30    // channel = "CRM";
31    //merambah ke zoho CRM (No apps)
32    newline = hardBreak("n");
33    message1 = "Reminder: Share Monthly Catalog & Voucher Remider." + newline + newline + "id " + sales_person_name + " " + newline + newline + "It's time to reconnect with " + customer_name + " and share our monthly catalog!" + "Also, remind them about their exclusive voucher code: " + "({voucher_value})" + ", valid until " + "({voucher_expiry})" + "." + newline + "Customer Name: " + sales_person_name + " " + newline + "Purchase Date: " + purchase_date + newline + "Voucher Code: " + voucher_code;
34    message2 = "[voucher_expiry]" + newline + " " + catalog_Link + " (" + catalog_Link + ")" + newline + newline + "Please personalize your message and offer assistance if needed, let's keep our customers engaged! and complete nextnode Task!" + " " + "https://rm.zoho.com/crmorg/91394831/tasks?x=10 task" + newline + "Thank you," + newline + "Luxehouze CRM Team";
35    message = message1 + newline + message2;
36    cliqResponse = zoho.crm.post("Channel", channel, message, "cliq_connection");
37    Info "cliqResponse" = cliqResponse;
38    //mengabaikan message dan message2 karena tidak bisa lebih dari 4 line
39    Info message;
40 }

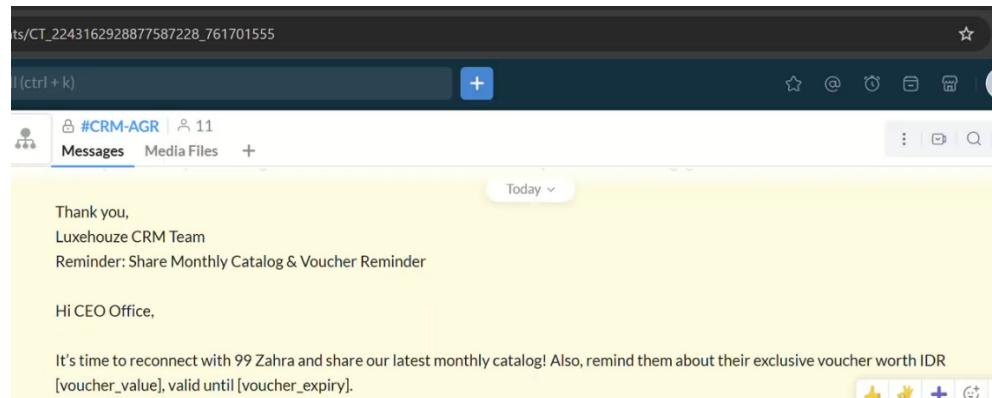
```

Last modified by CEO Office 11 hours ago

Zoho CRM CRM-MD-INQUIRY CRM-SWU-INQUIRY Ask Zia

Gambar 3.10 Tampilan Function Notification After Pulse Check D+30

Penerapan reminder pada hari ke-30 ini memiliki peran penting dalam proses *after-sales* jangka menengah, khususnya untuk produk dengan nilai tinggi seperti jam tangan mewah. Dengan adanya pengingat yang terjadwal, tim *Sales* dapat secara proaktif melakukan tindak lanjut, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta menjaga kualitas pengalaman pelanggan secara konsisten. Selain itu, seluruh aktivitas yang dilakukan pada tahap ini tercatat di dalam sistem, sehingga memudahkan proses *monitoring* dan evaluasi layanan pasca-penjualan di Luxehouze.



**Gambar 3.11 Tampilan Notification After Pulse Check D+30**

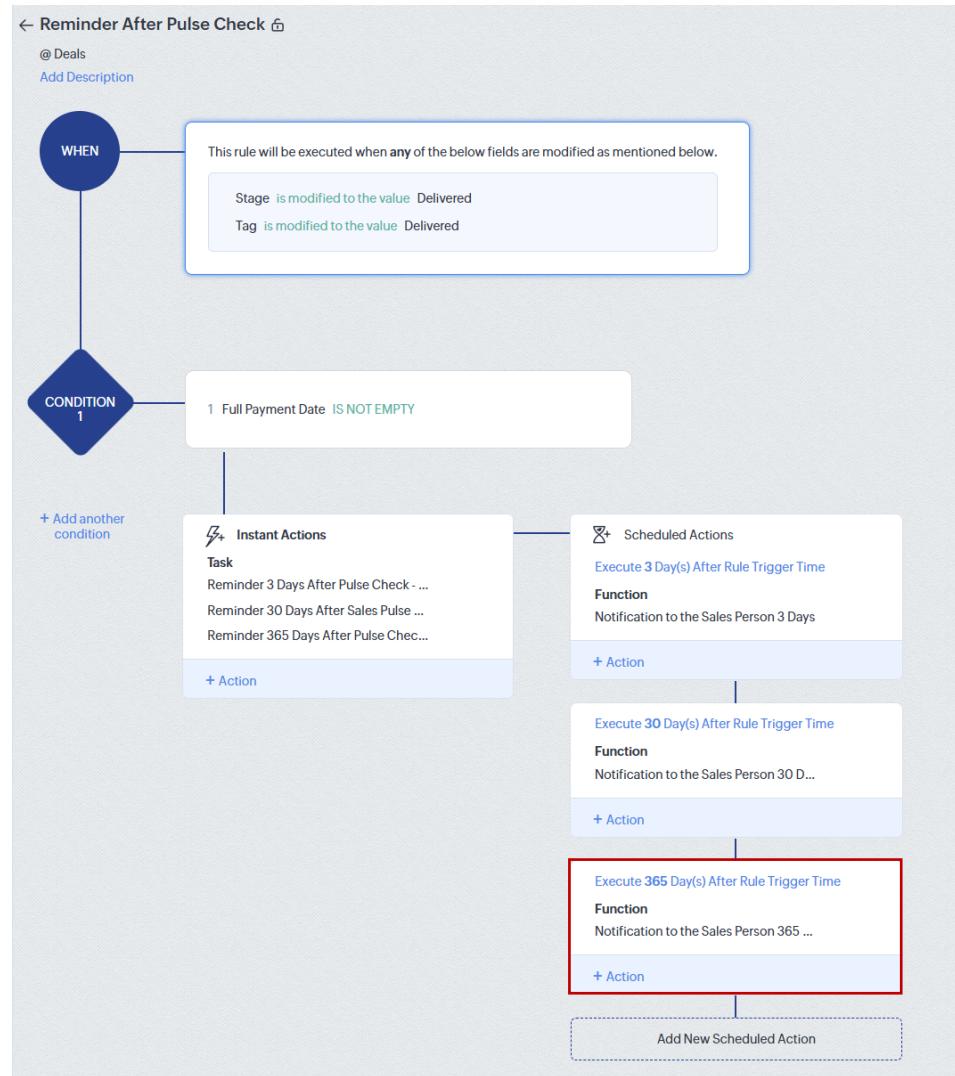
Pada hari ke-365 setelah pelanggan mengisi *Pulse Check*, sistem kembali menjalankan mekanisme *automation* untuk mengirimkan notifikasi lanjutan sebagai bagian dari strategi *long-term after-sales engagement*. Notifikasi ini dirancang untuk mengingatkan tim Sales agar melakukan tindak lanjut setelah satu tahun masa kepemilikan produk, yang umumnya menjadi momen penting dalam siklus penggunaan produk bernilai tinggi seperti jam tangan mewah dan barang koleksi.



**Gambar 3.12 Tampilan Notification After Pulse Check D+365**

Notifikasi yang dikirimkan pada tahap ini berfungsi sebagai pengingat strategis bagi tim Sales untuk melakukan komunikasi ulang dengan pelanggan, baik dalam rangka memastikan kepuasan jangka panjang, menawarkan layanan lanjutan seperti *servicing* atau

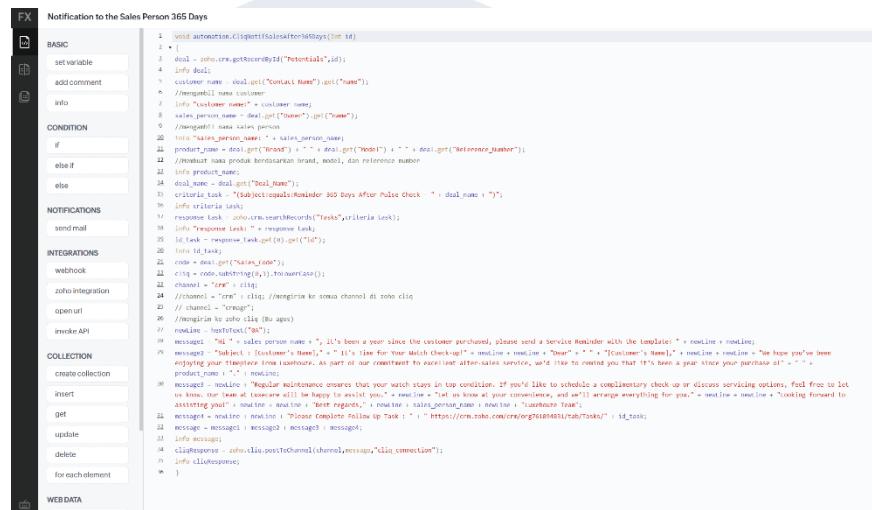
*maintenance*, maupun membuka peluang *repeat purchase* dan *upselling*. Dengan pendekatan ini, hubungan dengan pelanggan tidak berhenti pada transaksi awal, tetapi terus dipelihara secara berkelanjutan.



Gambar 3.13 Tampilan Workflow Notification *After Pulse Check* D+365

Secara teknis, pengiriman notifikasi hari ke-365 dikonfigurasikan melalui *workflow automation* pada *Zoho CRM* yang dijalankan berdasarkan perhitungan waktu sejak tanggal *Pulse Check*. Workflow ini terintegrasi dengan *custom function* sebagaimana

ditampilkan pada Gambar 3.13, yang bertugas mengirimkan pesan notifikasi secara otomatis ke kanal komunikasi internal *Zoho Cliq*. Pengaturan ini memastikan bahwa notifikasi tetap dikirimkan secara konsisten dan tepat waktu, tanpa memerlukan pengawasan manual dari tim Product Support maupun Sales.



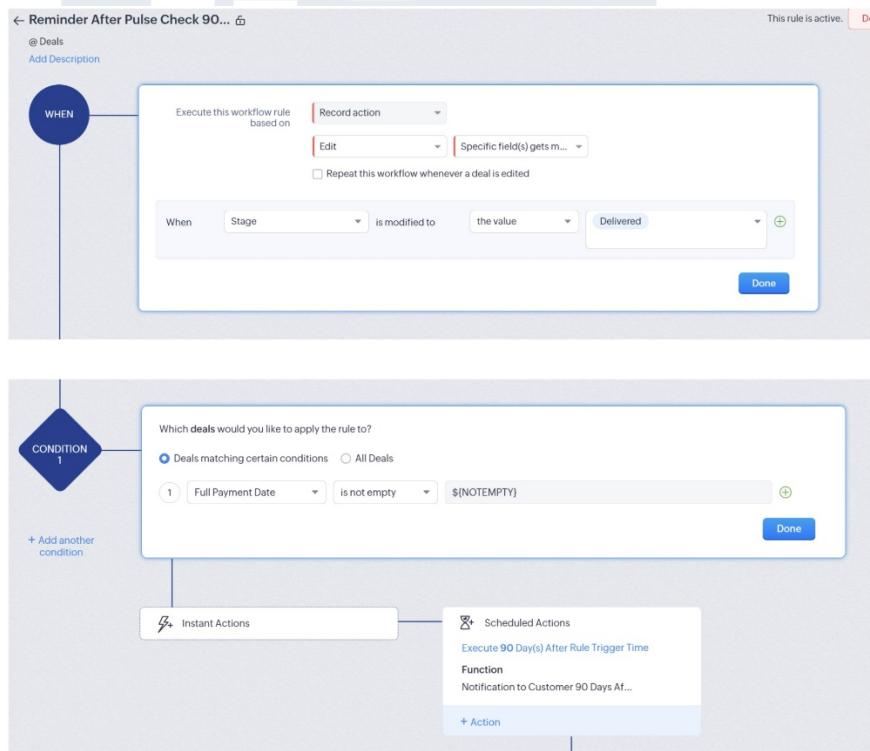
**Gambar 3.14 Tampilan Function Notification *After Pulse Check* D+365**

Penerapan *reminder* pada hari ke-365 ini berperan penting dalam menjaga kesinambungan layanan pasca-penjualan jangka panjang. Seluruh aktivitas tindak lanjut yang dilakukan oleh tim Sales pada tahap ini tercatat di dalam sistem, sehingga memudahkan proses monitoring, evaluasi performa layanan, serta pengambilan keputusan strategis terkait hubungan pelanggan di Luxehouze. Dengan demikian, kualitas layanan dan loyalitas pelanggan dapat terus dipertahankan secara berkelanjutan.

Pada hari ke-90 setelah pelanggan mengisi *Pulse Check*, mekanisme tindak lanjut dibuat berbeda dibandingkan tahap sebelumnya karena notifikasi tidak lagi ditujukan kepada tim *Sales* melalui *Zoho Cliq*, melainkan dikirim langsung kepada pelanggan melalui WhatsApp. Pendekatan ini dipilih untuk menciptakan

interaksi yang lebih personal dan relevan dengan pelanggan, sekaligus menjaga hubungan jangka panjang setelah fase awal pasca-pembelian terlewati.

Pada tahap ini, *workflow* pada gambar 3.15 pada Zoho CRM dikonfigurasikan untuk berjalan secara otomatis berdasarkan selisih waktu 90 hari setelah tanggal *Pulse Check* pelanggan. *Workflow* ini berfungsi sebagai pemicu utama yang memastikan sistem melakukan pengecekan waktu secara berkala hingga kondisi yang ditentukan terpenuhi. Ketika syarat waktu tercapai, *workflow* akan mengeksekusi proses lanjutan tanpa memerlukan intervensi manual dari tim.



Gambar 3.15 Tampilan *Workflow After Pulse Check D+90*

Setelah *workflow* pada gambar aktif, sistem menjalankan *custom function* yang telah dibuat untuk mengirimkan pesan otomatis kepada pelanggan melalui WhatsApp. *Custom function* seperti pada gambar 3.16 ini mengambil data pelanggan yang relevan dari Zoho

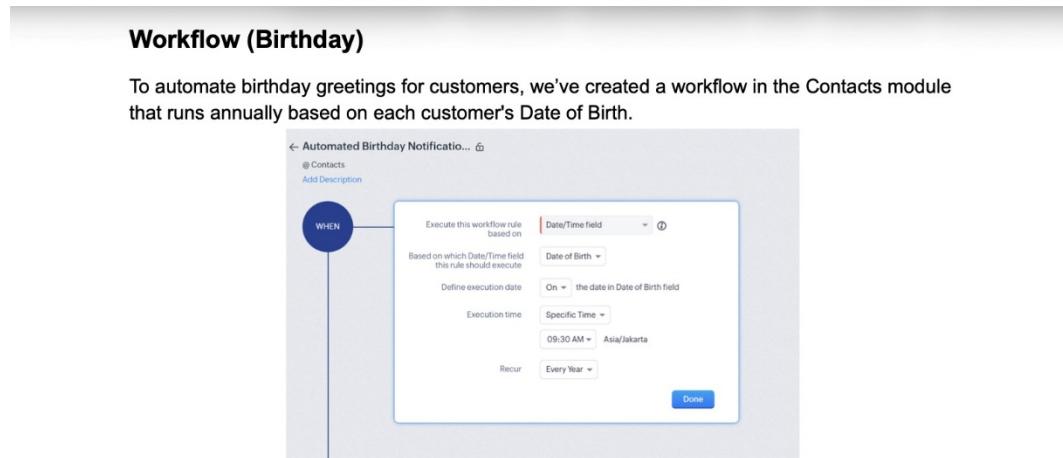
CRM, seperti nama pelanggan dan nomor kontak, kemudian menyusunnya ke dalam format pesan yang telah ditentukan. Mekanisme pengiriman pesan ini disesuaikan dengan standar komunikasi Luxehouze agar tetap bersifat personal namun konsisten.

```
Notification to Customer 90 Days After
1 void automation.NotifCustomer90DaysAfter1(Int id)
2 {
3     deal = zoho.crm.getRecordById("Potentials",id);
4     info deal;
5     //mengambil data dari crm deals
6     sales_person_name = deal.get("Owner").get("name");
7     //mengambil nama sales person
8     info "sales_person_name: " + sales_person_name;
9     customer_name = deal.get("Contact_Name").get("name");
10    //mengambil nama customer
11    info "customer_name:" + customer_name;
12    newLine = hexToText("0A");
13    message1 = "Friendly Reminder - Don't Let Your Voucher Expire!" + newLine + newLine + "Dear " + customer_name + "," +
14    newLine + newLine + "Just a quick reminder that your exclusive voucher worth IDR [Voucher Value] is expiring soon! This
15    is a great opportunity to explore our latest collection and find your next favorite timepiece.";
16    message2 = newLine + newLine + "If you need any assistance, feel free to reach out to your dedicated Sales Consultant,
17    " + sales_person_name + ", who will be happy to assist you." + newLine + newLine + "Best regards," + newLine +
18    "Luxehouze Team";
19    message = message1 + message2;
20    info message;
21    // -----
```

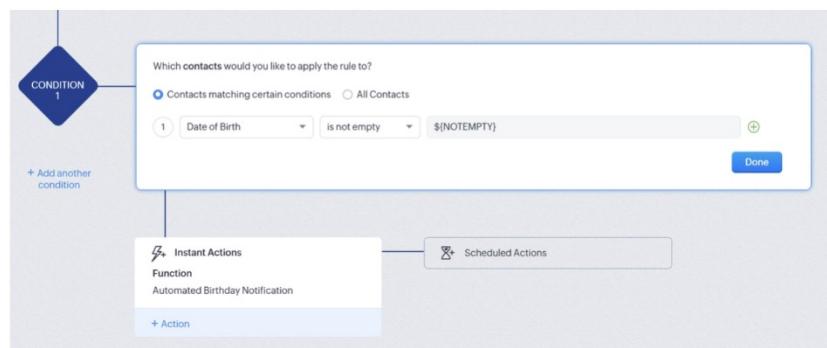
Gambar 3.16 Tampilan Function After Pulse Check D+90

Dengan diterapkannya sistem ini, pelanggan secara otomatis menerima pesan pengingat pada hari ke-90 setelah *Pulse Check* tanpa perlu tindak lanjut manual dari tim *Sales*. Pendekatan ini membantu menjaga hubungan jangka menengah dengan pelanggan, meningkatkan peluang komunikasi lanjutan, serta mendukung strategi *re-engagement* dan *upselling* secara lebih terstruktur dan efisien.

*Workflow* birthday notification pada gambar 3.17 juga dirancang untuk berjalan berdasarkan **tanggal lahir pelanggan** yang tersimpan di Zoho CRM. Sistem secara otomatis memeriksa data tanggal lahir setiap hari dan akan mengaktifkan *workflow* ketika tanggal tersebut sesuai dengan tanggal berjalan. Mekanisme *workflow* ini serupa dengan pengaturan waktu pada reminder Day +90, namun menggunakan parameter tanggal tahunan.



This workflow is set up in the Contacts module and is configured to run **every year at 9:30 AM**, based on the **Date of Birth** field.



**Gambar 3.17 Tampilan Workflow Customer Birthday Notification**

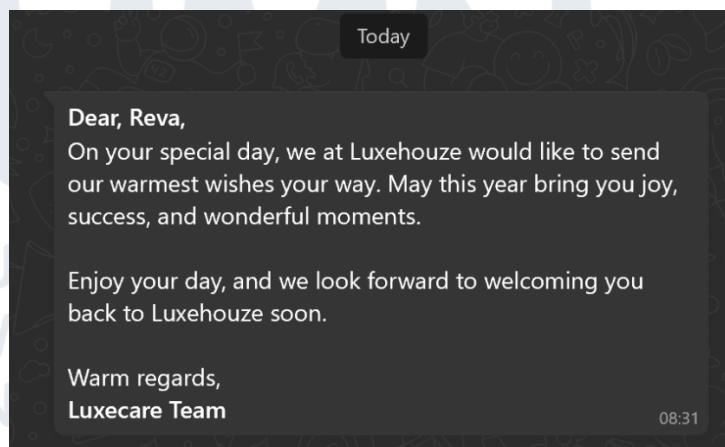
*Custom function* pada birthday notification bertugas untuk mengirimkan pesan ucapan ulang tahun kepada pelanggan melalui WhatsApp. *Function* ini memanfaatkan data personal pelanggan, seperti nama dan tanggal lahir, sehingga pesan yang dikirimkan terasa lebih personal dan relevan. Selain sebagai ucapan, pesan ini juga dapat disertai ajakan interaksi ringan sesuai dengan pendekatan layanan Luxehouze.

#### Automated Birthday Notification

```
1 void automation.AutomatedBirthdayNotification1(Int id)
2 {
3     contact = zoho.crm.getRecordById("Contacts",id);
4     info contact;
5     CustomerName = contact.get("Full_Name");
6     // code = contact.get("Sales_Code");
7     // cliq = code.substring(0,3).toLowerCase();
8     // channel = "crmagr";
9     //mengirim ke zoho cliq (Bu agus)
10    newline = hexToText("0A");
11    message1 = "Happy Birthday, " + CustomerName + "!" + newline + "Dear " + CustomerName + "," + newline +
12        newline + "Wishing you a wonderful birthday filled with happiness and luxury! As a special token of appreciation, we'd
13        love to offer you an exclusive birthday voucher worth IDR [Voucher Value] to use on your next purchase." + newline +
14        newline;
15    message2 = "May this year bring you joy, success, and of course, more timepieces to cherish!" + newline + newline +
16        "Warmest wishes," + "Warmest wishes," + newline + "Luxehouze Team";
17    message = message1 + message2;
18    info message;
19    // cliqResponse = zoho.cliq.postToChannel(channel,message,"cliq_connection");
20    // info cliqResponse;
21    // -----
22 }
```

**Gambar 3.18 Tampilan Function Customer Birthday Notification**

Implementasi birthday notification memungkinkan Luxehouze untuk tetap hadir dalam momen personal pelanggan secara konsisten setiap tahunnya. Selain meningkatkan kedekatan emosional, sistem ini juga memperkuat citra layanan premium Luxehouze tanpa menambah beban operasional tim *internal*, karena seluruh proses berjalan otomatis dan terdokumentasi dengan baik di dalam sistem.

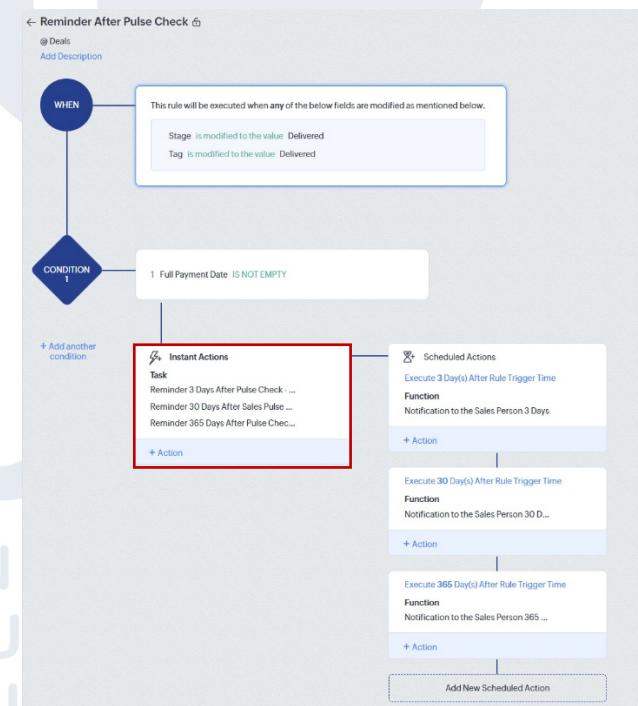


**Gambar 3.19 Tampilan Customer Whatsapp Notification**

Dalam rangka memastikan proses tindak lanjut pasca-pengiriman berjalan secara konsisten dan terdokumentasi dengan

baik, Luxehouze menerapkan sistem otomasi penugasan yang terintegrasi antara Zoho *CRM* dan Zoho *ClIQ*. Otomasi ini diaktifkan ketika sebuah *deal* berpindah ke status *Delivered*. Pada kondisi tersebut, sistem tidak hanya mengirimkan notifikasi kepada tim *Sales*, tetapi juga secara otomatis membuat *task* yang wajib ditindaklanjuti sebagai bagian dari proses *after-sales*.

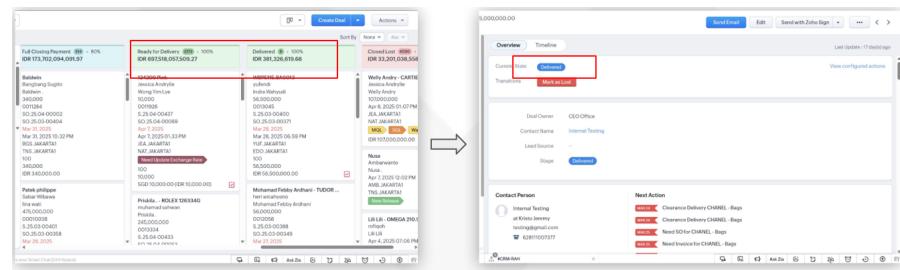
Proses dimulai ketika status sebuah deal di Zoho *CRM* diperbarui menjadi *Delivered*. Perubahan status ini berfungsi sebagai pemicu utama bagi sistem untuk menjalankan rangkaian *workflow* lanjutan secara otomatis, tanpa memerlukan input manual dari tim terkait. Mekanisme perubahan status deal ini dapat dilihat pada Gambar 3.20.



Gambar 3.20 Tampilan *Workflow Task After Pulse Check*

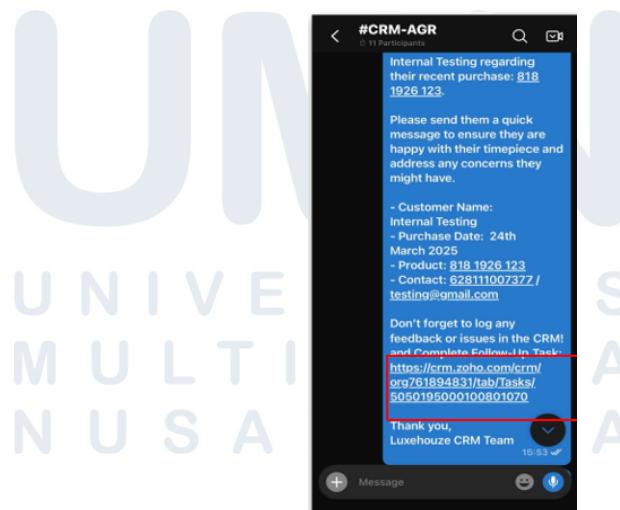
Setelah status *Delivered* terdeteksi, sistem secara otomatis mengirimkan notifikasi kepada *Sales* yang bersangkutan melalui Zoho

*Cliq*. Notifikasi ini berfungsi sebagai pemberitahuan *real-time* bahwa terdapat *task* baru yang harus segera ditindaklanjuti. Tampilan notifikasi otomatis yang diterima oleh *Sales* melalui Zoho *Cliq* ditunjukkan pada Gambar 3.21.



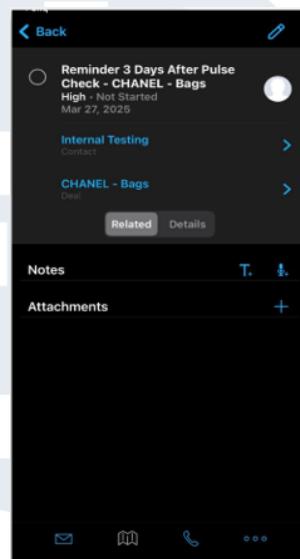
Gambar 3.21 Tampilan Kanban Status Delivered

Notifikasi yang dikirimkan melalui Zoho *Cliq* dilengkapi dengan tautan *task* yang dapat langsung diakses oleh *Sales*. Keberadaan link ini mempermudah proses navigasi dan mengurangi risiko *task* terlewat, karena *Sales* tidak perlu melakukan pencarian manual di dalam sistem *CRM*. Contoh tampilan pesan notifikasi beserta link *task* dapat dilihat pada Gambar 3.22.



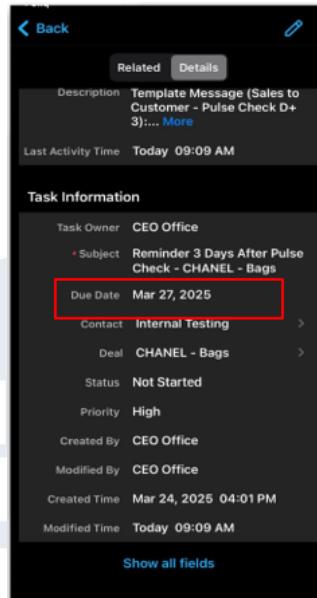
Gambar 3.22 Tampilan Notification Task To Sales

Ketika *Sales* mengklik tautan *task* tersebut, sistem akan secara otomatis membuka halaman detail *task* di Zoho CRM. Pada halaman ini, *Sales* dapat melihat informasi lengkap terkait tugas yang harus dilakukan, termasuk deskripsi pekerjaan, keterkaitan dengan *deal* tertentu, serta data pelanggan yang relevan. Tampilan detail *task* di Zoho CRM ditunjukkan pada **Gambar 3.23**.



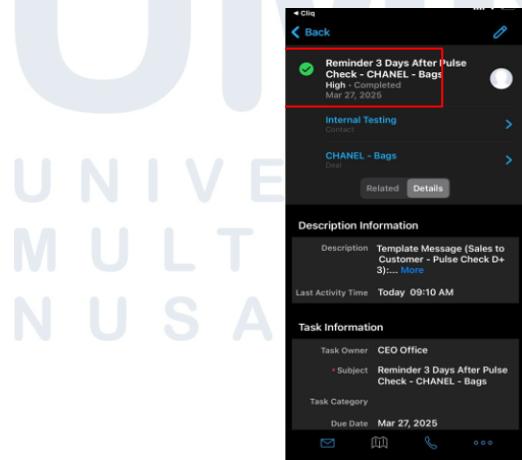
**Gambar 3.23 Tampilan Task To Sales**

Setelah mengakses detail *task*, *Sales* melakukan proses review untuk memahami instruksi tindak lanjut yang harus dijalankan. Selanjutnya, *Sales* mengeksekusi *task* sesuai dengan standar pelayanan Luxehouze, seperti melakukan konfirmasi kepada pelanggan atau menyampaikan informasi lanjutan pasca-pengiriman. Proses review dan pelaksanaan *task* oleh *Sales* dapat dilihat pada **Gambar 3.24**.



**Gambar 3.24 Tampilan Due Date Task to Sales**

Apabila seluruh tindak lanjut telah dilakukan, *Sales* menutup *task* dengan mengubah status menjadi *Closed* atau *Done* di Zoho CRM. Penutupan *task* ini menjadi indikator bahwa proses *after-sales* untuk deal tersebut telah selesai dijalankan. Selain sebagai catatan historis, status *task* yang telah ditutup juga mendukung proses *monitoring* dan evaluasi kinerja tim *Sales*. Tampilan penutupan *task* di Zoho CRM ditunjukkan pada **Gambar 3.25**.



**Gambar 3.25 Tampilan Task Done or Closed**

### 3.3.1.3 Pengelolaan *Inventory* dan *Grading*

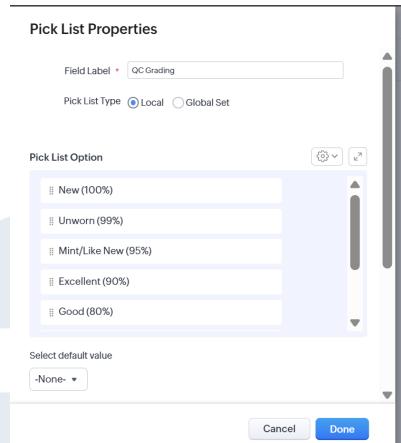
Dalam mendukung proses *quality control* serta pemutakhiran data inventaris, dilakukan pengelolaan sistem *grading* produk pada Zoho *CRM* untuk memastikan kondisi barang tercatat secara akurat dan konsisten antara divisi *Service* dan *Inventory*. Pengelolaan ini berfokus pada pencatatan hasil pemeriksaan produk serta sinkronisasi data kondisi barang ke modul *Inventory* yang digunakan sebagai acuan dalam proses penjualan dan pelacakan stok.



Gambar 3.26 Tampilan *Final Grading*

Tahap awal pengelolaan *grading* dimulai dengan penambahan dua *field* baru pada sistem *CRM*, yaitu “**New Grading**” dan “**Final Grading**”. *Field* *New Grading* digunakan untuk mencatat kondisi awal produk sebelum dilakukan pemeriksaan oleh tim *Service*, sedangkan *field* *Final Grading* berfungsi untuk mencatat hasil akhir setelah proses *quality check* selesai dilakukan. Dengan adanya kedua *field* ini, riwayat kondisi produk dapat terdokumentasi secara jelas sebelum dan sesudah inspeksi, sehingga memudahkan proses pelacakan perubahan kondisi barang.

Selain penambahan *field*, dilakukan pula penyesuaian pada struktur dropdown *grading* agar lebih relevan dengan kondisi fisik aktual produk mewah. Beberapa kategori disempurnakan, seperti pengelompokan kondisi “*New Old Stock*” menjadi kategori yang lebih spesifik seperti “**New**”, “**Unworn**”, serta kategori lain yang mencerminkan kondisi barang secara lebih akurat, khususnya untuk produk bernilai tinggi seperti jam tangan dan tas mewah.



Gambar 3.27 Tampilan Revisi Kategori

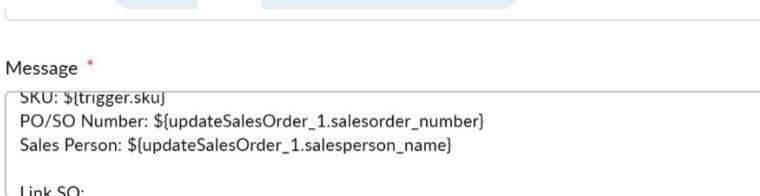
Tahapan selanjutnya adalah proses sinkronisasi data *grading* antara tim *Service* dan sistem *Inventory*. Melalui sinkronisasi ini, setiap produk yang telah menyelesaikan proses *quality check* akan secara otomatis tercatat di sistem *Inventory* dengan kondisi terbaru berdasarkan hasil *Final Grading*. Dengan demikian, informasi kondisi barang yang digunakan oleh tim *Sales* dalam proses penawaran kepada pelanggan benar-benar merepresentasikan kondisi aktual produk.

Seluruh pengembangan ini bertujuan untuk meningkatkan akurasi data lintas divisi, meminimalkan risiko kesalahan informasi dalam proses penjualan, serta memperkuat sistem dokumentasi kondisi fisik produk. Dengan diterapkannya sistem *grading* yang lebih terstruktur dan terintegrasi, proses *internal* menjadi lebih transparan dan efisien, terutama dalam pengelolaan produk bernilai tinggi yang membutuhkan pemeriksaan dan pencatatan kondisi secara detail dan presisi.

Sebagai kelanjutan dari penerapan sistem *grading* produk, khususnya pada kategori *Unworn* yang menandakan kondisi barang

telah lolos proses quality check dan siap untuk diproses lebih lanjut, dilakukan pengembangan otomasi notifikasi terkait pergerakan barang keluar. Tahapan ini menjadi penting karena produk dengan status *grading* akhir tersebut sudah memasuki fase distribusi dan memerlukan pengawasan yang lebih ketat agar tidak terjadi kesalahan pencatatan maupun miskomunikasi antar divisi.

Dalam rangka meningkatkan pengawasan pergerakan inventaris serta memastikan koordinasi yang lebih responsif antar divisi, dilakukan pengembangan sistem notifikasi otomatis kepada Admin setiap kali terjadi transaksi barang keluar. Sistem ini dirancang untuk memberikan informasi secara *real-time* kepada Admin sehingga proses *monitoring* stok dan validasi pengeluaran barang dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat.

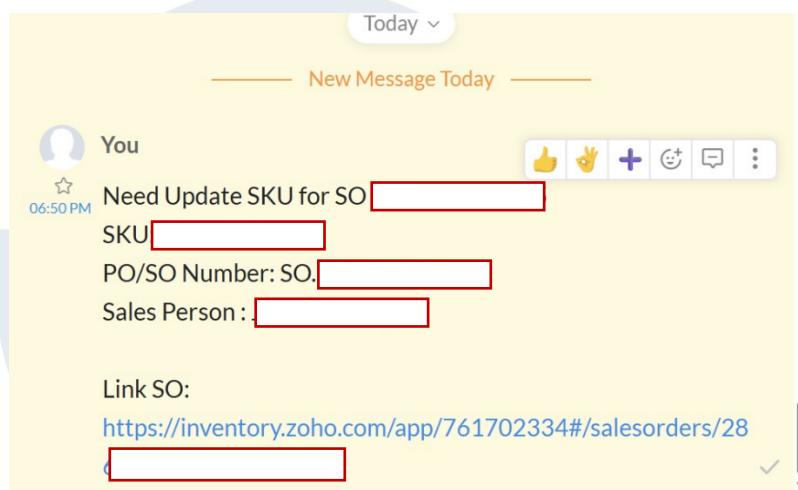


**Gambar 3.28 Tampilan Workflow Notifikasi Barang Keluar**

Proses dimulai ketika status barang pada sistem Zoho *CRM* atau modul terkait diperbarui menjadi kondisi *barang keluar*. Perubahan status ini menjadi pemicu utama bagi sistem untuk menjalankan *workflow* otomatis. *Workflow* tersebut dikonfigurasikan untuk mendeteksi setiap aktivitas pengeluaran barang, baik yang berkaitan dengan proses penjualan, pengiriman, maupun perpindahan inventaris antar lokasi.

Setelah kondisi barang keluar terdeteksi, sistem secara otomatis mengeksekusi fungsi lanjutan yang bertugas mengirimkan notifikasi

kepada Admin melalui Zoho *Cliq*. Notifikasi ini berisi informasi penting terkait barang yang keluar, seperti identitas produk, waktu pengeluaran, serta pihak yang bertanggung jawab terhadap transaksi tersebut. Contoh tampilan notifikasi yang diterima oleh Admin melalui Zoho *Cliq* ditunjukkan pada **Gambar 3.29**.



**Gambar 3.29 Tampilan Notifikasi Barang Keluar**

Dengan adanya notifikasi otomatis ini, Admin tidak perlu lagi melakukan pengecekan manual secara berkala pada sistem *Inventory* untuk mengetahui pergerakan barang. Informasi yang diterima secara langsung melalui Zoho *Cliq* memungkinkan Admin untuk segera melakukan verifikasi data, pencatatan lanjutan, atau tindakan korektif apabila ditemukan ketidaksesuaian.

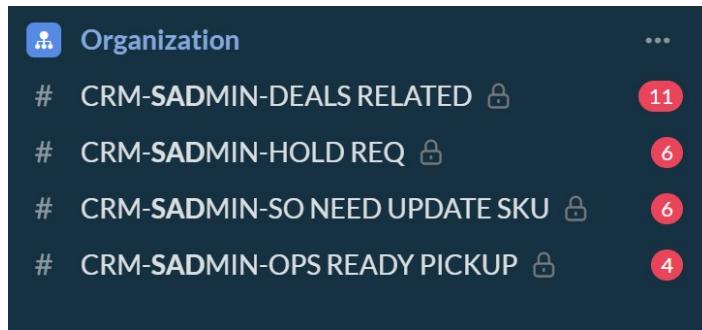
Penerapan sistem notifikasi barang keluar ini memberikan dampak positif terhadap pengelolaan inventaris secara keseluruhan. Selain meningkatkan transparansi dan akurasi data stok, sistem ini juga memperkuat koordinasi antara tim *Inventory*, *Service*, dan Admin. Dengan proses yang terdokumentasi dan berjalan otomatis, risiko kesalahan pencatatan dapat diminimalkan, serta pengawasan

terhadap produk bernilai tinggi dapat dilakukan secara lebih efektif dan terstruktur.

Tahapan berikutnya dalam alur operasional adalah pergerakan barang keluar (*goods out*) dari *Inventory*. Setelah suatu produk dinyatakan layak jual melalui proses *Final Grading*, data tersebut menjadi dasar bagi tim *Inventory* dan *Operations* untuk melanjutkan proses distribusi barang.

Untuk menjaga kesinambungan antar proses tersebut, dilakukan otomasi lanjutan yang berfokus pada fase *goods out*, yaitu saat barang secara resmi keluar dari gudang. Tahap ini menjadi titik krusial karena melibatkan perpindahan status barang, pembaruan data inventaris, serta koordinasi lintas divisi. Oleh karena itu, diperlukan sistem yang mampu memberikan notifikasi dan pembaruan status secara otomatis agar tidak bergantung pada proses manual dan komunikasi informal.

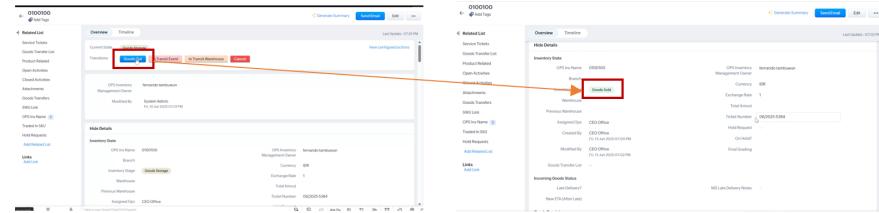
Dalam rangka meningkatkan koordinasi lintas divisi serta meminimalkan proses manual pada pengelolaan inventaris, dilakukan pengembangan automasi sistem untuk menangani proses barang keluar (*goods out*) hingga status pengiriman selesai (*delivered*). Automasi ini melibatkan integrasi antara modul Ops *Inventory* dan Deals di Zoho CRM, sehingga setiap perubahan status barang dapat tercermin secara otomatis di seluruh divisi terkait.



Gambar 3.30 Tampilan Notifikasi Admin

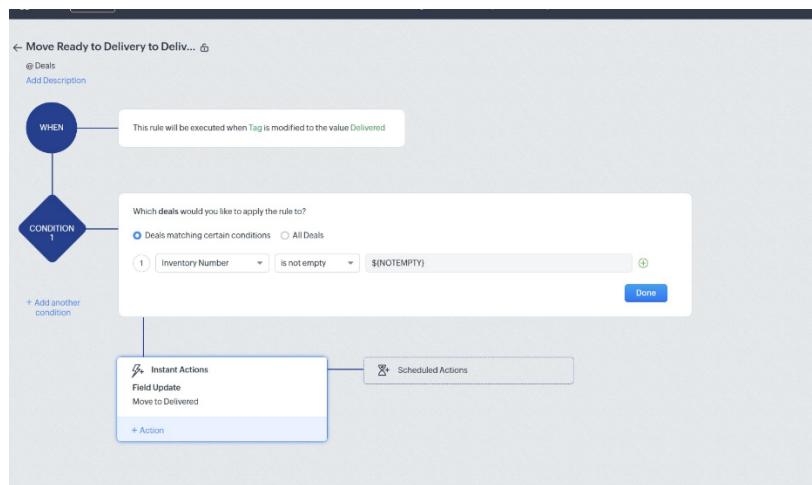
Tahap awal dimulai dari pembuatan notifikasi otomatis kepada Admin ketika terjadi proses barang keluar. Saat status *goods out* diisi pada modul Ops *Inventory*, sistem secara otomatis mengirimkan notifikasi melalui Zoho *Cliq* kepada Admin, seperti ditunjukkan pada gambar 3.30. Notifikasi ini berfungsi sebagai pemberitahuan *real-time* bahwa terdapat barang yang telah keluar dari gudang dan sedang dalam proses pengiriman, sehingga Admin dapat segera melakukan *monitoring* tanpa perlu pengecekan manual ke sistem *Inventory*.

Selanjutnya, dikembangkan automasi perpindahan kanban berdasarkan pengisian *Delivery Order (DO) Number*. Ketika *field DO Number* diisi pada data barang keluar, sistem secara otomatis memindahkan status barang tersebut ke kanban *Goods Sold* atau Barang Sampai pada modul *Ops Inventory*, seperti ditunjukkan pada gambar 3.31. Perpindahan ini menandakan bahwa barang telah resmi dikirim dan sedang dalam tahap penyelesaian pengiriman, sehingga status *Inventory* selalu mencerminkan kondisi aktual barang.



Gambar 3.31 Tampilan Tahap Perpindahan Goods Sold

Tidak hanya berhenti pada modul *Inventory* , automasi ini juga terhubung langsung dengan data pelanggan pada modul *Deals*. Apabila barang yang tercatat di Ops *Inventory* telah berpindah ke status *Goods Sold*, maka data *Deals* yang terhubung dengan barang tersebut akan secara otomatis berubah status menjadi *Delivered*, seperti terlihat pada gambar 3.32. Dengan mekanisme ini, tim *Sales* tidak perlu lagi memperbarui status pengiriman secara manual, karena sistem akan menyesuaikan status transaksi berdasarkan kondisi barang di *Inventory* .

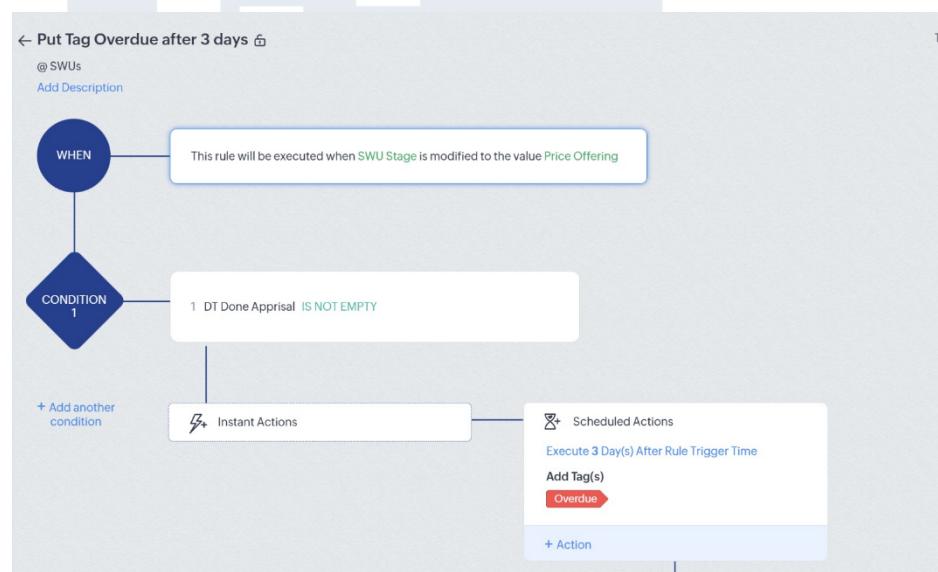


Gambar 3.32 Tampilan Workflow Deals Berubah Menjadi Delivered

Dalam rangka meningkatkan efektivitas pengelolaan inventaris serta memastikan keterkaitan yang jelas antara proses operasional dan

penjualan, diterapkan sistem otomasi berbasis *workflow* pada modul Management *Inventory*. Pengembangan ini bertujuan untuk mengurangi keterlambatan proses, meningkatkan akuntabilitas antar divisi, serta menyediakan indikator kinerja yang objektif dan terukur dalam setiap tahapan pengelolaan barang.

Salah satu bentuk penerapan otomasi tersebut ditunjukkan pada Gambar 3.33, yang menggambarkan mekanisme penandaan keterlambatan (*overdue*) secara otomatis pada proses yang berkaitan dengan barang dan status penjualan.



Gambar 3.33 Tampilan *Workflow Overdue*

*Workflow* ini dijalankan ketika suatu data memasuki tahap tertentu yang menandakan kesiapan barang untuk diproses lebih lanjut, dalam hal ini tahap *Price Offering* yang berkaitan langsung dengan kesiapan inventaris hasil appraisal. Perubahan tahap ini menjadi indikator bahwa barang telah melewati proses pemeriksaan awal dan siap untuk ditawarkan kepada pelanggan.

Sistem kemudian melakukan validasi dengan memastikan bahwa proses appraisal telah diselesaikan, yang ditandai dengan terisinya *field DT Done Appraisal*. Validasi ini penting untuk menjamin bahwa hanya barang yang telah melalui quality check yang masuk ke dalam pengawasan keterlambatan, sehingga tidak terjadi kesalahan penandaan pada barang yang belum siap secara operasional.

Apabila kondisi tersebut terpenuhi, sistem akan mengaktifkan mekanisme pengawasan berbasis waktu melalui *scheduled action*. Dalam jangka waktu tiga hari sejak tahap *Price Offering* ditetapkan, sistem akan memantau apakah terdapat progres lanjutan pada data terkait. Jika tidak ada perubahan status atau tindak lanjut, sistem secara otomatis menambahkan tag *Overdue*.

Penandaan *Overdue* ini memiliki peran penting dalam konteks Management *Inventory*, karena berfungsi sebagai sinyal bahwa barang yang telah siap secara fisik dan administratif belum mengalami pergerakan lanjutan. Dengan demikian, Admin *Inventory* dan tim terkait dapat segera melakukan evaluasi, baik terhadap hambatan operasional, kendala komunikasi antar divisi, maupun potensi risiko penumpukan stok.

Penerapan otomasi ini memperkuat integrasi antara modul *Sales* dan *Inventory*, karena status keterlambatan tidak hanya berdampak pada pipeline penjualan, tetapi juga pada perencanaan stok dan rotasi barang. Selain itu, sistem ini mengurangi ketergantungan pada *monitoring* manual dan meningkatkan transparansi proses, karena setiap keterlambatan tercatat secara otomatis dan dapat dianalisis lebih lanjut melalui laporan maupun *Dashboard*.

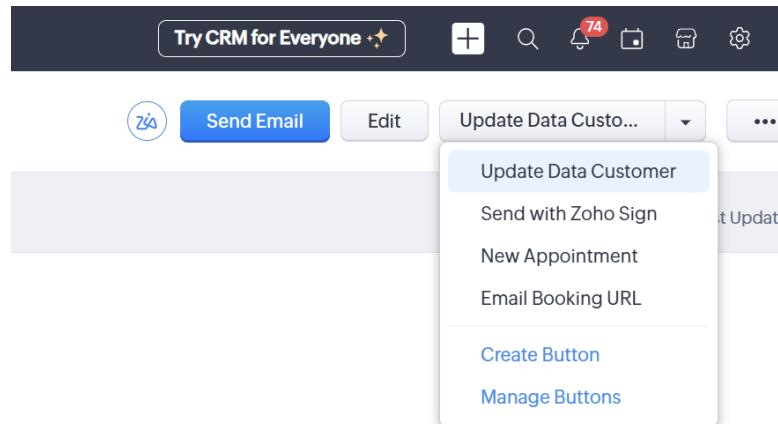
Keseluruhan automasi ini dirancang untuk memastikan alur kerja antar divisi berjalan secara terintegrasi dan konsisten. Dengan adanya sinkronisasi otomatis antara Ops *Inventory*, Admin, dan *Sales*,

risiko keterlambatan informasi dan kesalahan pembaruan status dapat diminimalkan. Proses operasional menjadi lebih efisien, transparan, serta mendukung pengelolaan produk bernilai tinggi yang membutuhkan ketepatan data dan kecepatan koordinasi antar tim.

#### **3.3.1.4 Dashboard dan *Form Data completeness***

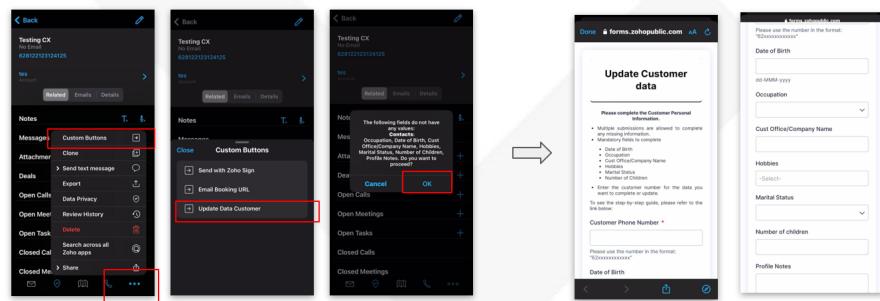
Dalam upaya meningkatkan kualitas, konsistensi, dan kelengkapan data pelanggan pada sistem *Customer Relationship Management (CRM)* Luxehouze, dilakukan pengembangan sistem terintegrasi yang mengombinasikan *Form* entri data pelanggan dan dashboard *monitoring* kelengkapan data. Inisiatif ini dirancang untuk menjawab permasalahan utama berupa ketidaklengkapan data pelanggan yang tersebar di berbagai kontak, serta keterbatasan visibilitas tim manajemen terhadap progres pemutakhiran data oleh tim *Sales*.

Tahap awal pengembangan difokuskan pada perancangan *Form* pengisian data pelanggan menggunakan Zoho Forms. *Form* ini dirancang dengan prinsip user-friendly agar mudah digunakan oleh tim *Sales* dalam aktivitas operasional sehari-hari. Struktur *Form* disusun secara sistematis dan mencakup *field-field* krusial, seperti nomor telepon, alamat email, alamat domisili, tanggal lahir, status pernikahan, pekerjaan, serta informasi pendukung lainnya yang relevan dengan kebutuhan analisis pelanggan.



Gambar 3.34 Tampilan *Custom Button*

Untuk memastikan keterhubungan langsung dengan sistem *CRM*, *Form* ini diintegrasikan ke dalam Zoho *CRM* melalui *custom button* yang dipasang pada modul Contact. Konfigurasi *custom button* dilakukan dalam mode kiosk seperti pada gambar 3.34 sehingga ketika tombol diakses, *Form* akan terbuka secara otomatis dengan konteks data pelanggan yang bersangkutan, tanpa memerlukan input ulang identitas pelanggan oleh *Sales*. Proses ini dapat dilihat pada Gambar 3.35, yang menggambarkan implementasi *Form* dan *custom button* pada halaman profil pelanggan.



Gambar 3.35 Tampilan *Form*

Integrasi ini bertujuan untuk meminimalkan kesalahan input data, meningkatkan efisiensi waktu pengisian, serta memastikan

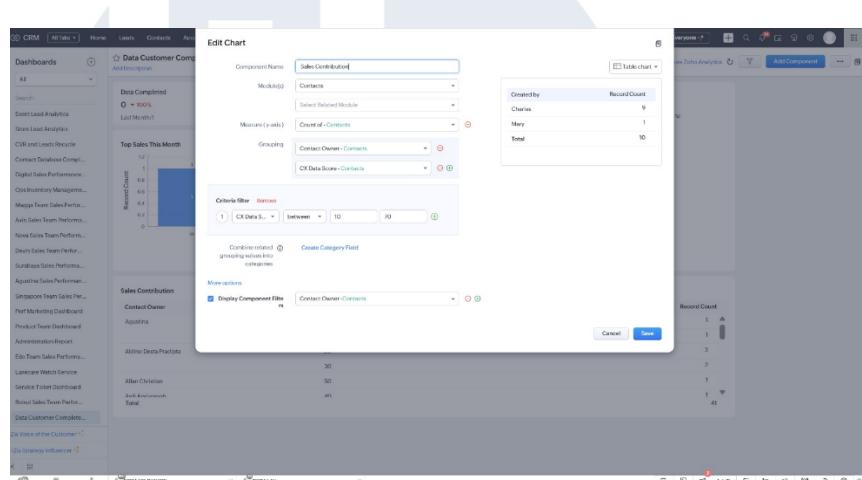
bahwa data yang diperbarui langsung tersinkronisasi dengan sistem *CRM* secara *real-time*.

Setelah *Form* diisi dan dikirimkan oleh tim *Sales*, sistem secara otomatis melakukan validasi dan memperbarui data pelanggan pada modul Contact di Zoho *CRM*. Mekanisme ini memastikan bahwa setiap perubahan data tercatat secara konsisten dan dapat ditelusuri. Apabila terdapat *field* yang sebelumnya kosong, data akan langsung diisi, sementara untuk *field* tertentu yang bersifat sensitif atau tetap, sistem dirancang agar hanya dapat diisi satu kali guna menjaga akurasi dan integritas data. Proses ini memungkinkan perusahaan memiliki satu sumber data pelanggan yang terpusat dan dapat diandalkan, sehingga mengurangi potensi duplikasi atau inkonsistensi data antar *Sales* maupun antar divisi.

Sebagai lanjutan dari proses pengisian data, dikembangkan sistem penilaian kelengkapan data pelanggan. Setiap *field* utama diberikan bobot tertentu sesuai dengan tingkat kepentingannya terhadap kebutuhan bisnis dan analisis pelanggan. Skor kelengkapan dihitung secara otomatis berdasarkan jumlah dan kualitas *field* yang berhasil diisi. Sistem *scoring* ini berfungsi sebagai indikator objektif untuk mengukur sejauh mana data pelanggan telah lengkap dan layak digunakan untuk kebutuhan operasional, analitik, maupun strategi pemasaran jangka panjang.

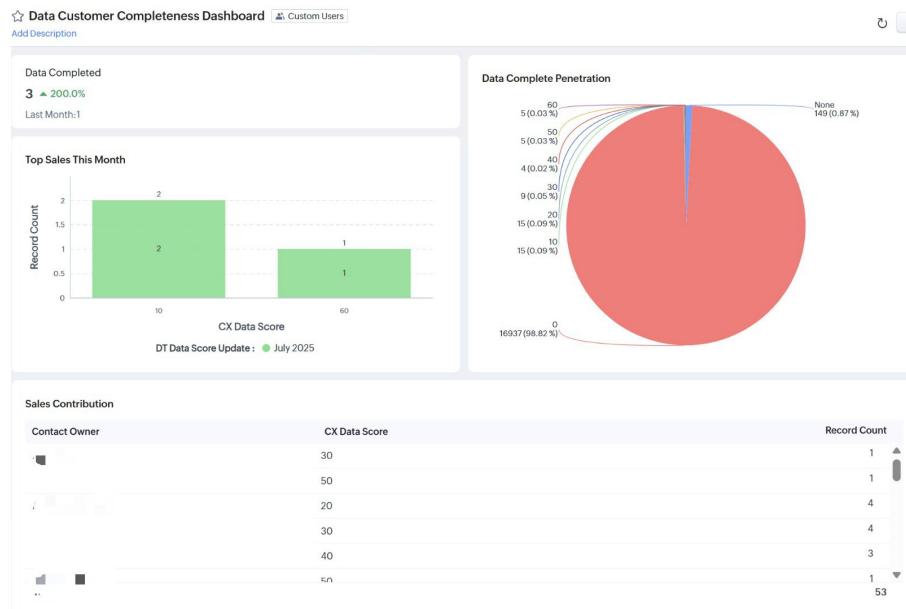
Tahap berikutnya adalah pembangunan *dashboard monitoring* menggunakan Zoho *Analytics*. *Dashboard* ini dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait kondisi *database* pelanggan Luxehouze. Visualisasi yang ditampilkan mencakup tingkat kelengkapan data per *field*, distribusi skor kelengkapan pelanggan, serta tren peningkatan data dari waktu ke waktu.

*Dashboard* juga menampilkan peringkat kontribusi tim *Sales* berdasarkan jumlah dan kualitas data pelanggan yang berhasil mereka lengkapi setiap bulan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.6. Informasi ini digunakan sebagai alat evaluasi kinerja sekaligus sarana untuk mendorong budaya kompetitif yang sehat dalam menjaga kualitas data.



Gambar 3.36 Tampilan Tahapan Pembuatan Dashboard

Sebagai pelengkap visualisasi agregat pada *Dashboard*, sistem juga menyediakan tampilan tabel detail *Customer Data completeness* yang menampilkan kondisi aktual pengisian data pelanggan secara individual, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.37. Tampilan ini berfungsi sebagai layer operasional yang memungkinkan tim melakukan penelusuran data hingga ke tingkat kontak secara langsung.



Gambar 3.37 Tampilan Dashboard Data Completeness

Tabel ini menampilkan daftar pelanggan beserta *field-field* utama yang menjadi indikator kelengkapan data, antara lain *Contact Owner*, *Contact Name*, *Phone*, *Email*, *Mailing City*, *Mailing Country*, *Sales Order Number*, *Occupation*, *Company Name*, *Hobbies*, dan *Marital Status*. Kolom-kolom tersebut disusun untuk memudahkan identifikasi *field* yang sudah terisi maupun yang masih kosong, sehingga mempermudah proses evaluasi dan tindak lanjut oleh tim *Sales*.

Tabel *Customer Data completeness* juga dilengkapi dengan fitur filtering berdasarkan *Closing Date* dan *Stage*, yang memungkinkan pengguna memfokuskan analisis pada periode transaksi atau tahapan penjualan tertentu. Dengan adanya fitur ini, tim dapat memprioritaskan pembaruan data pelanggan yang berada pada *stage* aktif atau yang telah mendekati proses penutupan transaksi.

**Gambar 3.38 Tampilan Tabel Data Costumer Completeness**

Keberadaan tabel detail pada gambar 3.38 memiliki peran penting sebagai jembatan antara *Dashboard* analitik dan aktivitas operasional. Tim *Sales* dapat langsung mengidentifikasi pelanggan dengan tingkat kelengkapan data yang rendah, kemudian melakukan pembaruan melalui *Form* pengisian data yang telah terintegrasi di *Zoho CRM*. Sementara itu, tim manajemen dapat menggunakan tabel ini sebagai alat *monitoring* untuk menilai kepatuhan pengisian data serta efektivitas implementasi sistem *data completeness* secara keseluruhan. Dengan integrasi antara visualisasi ringkasan dan tampilan tabel detail, *Dashboard Customer Data completeness* tidak hanya berfungsi sebagai alat pelaporan, tetapi juga sebagai sarana pengambilan keputusan berbasis data yang mendukung peningkatan kualitas *database* pelanggan Luxehouze secara berkelanjutan.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan kerja magang sebagai *Product Support Intern* di Luxehouze, mahasiswa menghadapi berbagai kendala yang berkaitan dengan koordinasi lintas divisi, kejelasan kebutuhan sistem, serta kompleksitas

pengembangan automasi. Kendala-kendala tersebut mendorong diterapkannya sejumlah solusi agar proses kerja tetap berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan.

1. Ketidakjelasan kebutuhan awal dari user internal

Beberapa permintaan dari tim *Sales*, *Operations*, maupun *Customer Experience (CX)* disampaikan dalam bentuk kebutuhan umum tanpa spesifikasi teknis yang rinci. Hal ini berpotensi menimbulkan perbedaan interpretasi terhadap logika *workflow*, *field data*, maupun *output* yang diharapkan, sehingga dapat menyebabkan revisi berulang pada tahap implementasi.

2. Keterlambatan respon dalam proses koordinasi lintas divisi

Dalam beberapa kasus, penggeraan tiket atau automasi terhambat karena menunggu konfirmasi lanjutan dari *user*, seperti validasi logika bisnis, persetujuan perubahan *workflow*, atau kelengkapan data pendukung. Keterlambatan ini berdampak pada durasi penyelesaian tugas dan penjadwalan pekerjaan lainnya.

3. Risiko kesalahan konfigurasi sistem akibat kompleksitas *workflow*

Pengembangan automasi di Zoho CRM yang melibatkan *workflow*, custom function, dan integrasi dengan Zoho Cliq serta WhatsApp memiliki tingkat kompleksitas yang cukup tinggi. Kesalahan kecil seperti penempatan kondisi logika, kesalahan referensi field, atau validasi data yang kurang tepat dapat menyebabkan automasi tidak berjalan sesuai tujuan.

### 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, dilakukan beberapa langkah solusi yang disesuaikan dengan karakteristik pekerjaan *Product Support* di Luxehouze, yaitu sebagai berikut:

1. Solusi yang diterapkan adalah melakukan komunikasi yang lebih intensif dan terstruktur pada tahap awal penerimaan tiket melalui Zoho Desk maupun Jira. Setiap permintaan dikonfirmasi kembali secara tertulis, baik terkait alur workflow, kondisi pemicu automasi, maupun hasil akhir yang diharapkan. Pendekatan ini berfungsi sebagai requirement agreement antara Product Support dan user, sehingga meminimalkan perubahan mendadak di tengah proses pengembangan.
2. Untuk mengatasi keterlambatan respon dari user, dilakukan *follow-up* secara berkala melalui kanal komunikasi resmi seperti *WhatsApp Group* dan *Zoho Cliq*. Apabila konfirmasi belum diperoleh dalam jangka waktu tertentu, fokus penggeraan dialihkan sementara ke tiket atau tugas lain yang tidak bergantung pada kendala tersebut. Jika hambatan dinilai berdampak signifikan terhadap operasional, permasalahan akan dikomunikasikan kepada supervisor atau tim terkait untuk mendapatkan arahan lebih lanjut.
3. Sebelum automasi atau perubahan sistem diterapkan ke lingkungan operasional, dilakukan proses verifikasi mandiri secara menyeluruh. Tahapan ini mencakup pengujian *workflow* dengan berbagai skenario data, pengecekan ulang logika kondisi, serta validasi hasil notifikasi dan perubahan status data. Langkah ini terbukti efektif dalam mengurangi kesalahan konfigurasi, meningkatkan stabilitas sistem, dan menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada seluruh divisi pengguna.