

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani kegiatan kerja magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk, penulis ditempatkan pada Divisi Event Promotion yang berada di bawah unit Sales & Promotion Commercial BSD City. Divisi ini memiliki peranan strategis dalam mendukung kegiatan pemasaran ruko komersial BSD City melalui penyelenggaraan berbagai program promosi, baik dalam bentuk pameran, open house, roadshow, maupun aktivitas publik lainnya. Kedudukan penulis sebagai mahasiswa magang berada dalam struktur kerja yang langsung berkoordinasi dengan supervisor divisi, yaitu Chieka Annisa, dan secara struktural berada di bawah Section Head Sales & Promotion Commercial, yaitu Cindy Homarwan. Dengan kedudukan ini, penulis tidak hanya berperan sebagai pelaksana tugas administratif, tetapi juga turut mengamati serta memahami proses perencanaan dan pelaksanaan event secara menyeluruh.

Secara umum, Divisi Event Promotion merupakan bagian yang bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi promosi melalui kegiatan tatap muka langsung dengan konsumen. Divisi ini juga bekerja sama dengan tim sales commercial dalam memastikan bahwa setiap kegiatan yang diselenggarakan mampu mendukung perolehan leads serta meningkatkan minat pembeli terhadap produk ruko komersial yang sedang dipasarkan. Posisi penulis sebagai intern membuat penulis berada pada lapisan operasional yang bertugas membantu berbagai persiapan dan kebutuhan teknis event, namun tetap berada dalam alur koordinasi yang terstruktur. Mekanisme koordinasi dalam divisi dilakukan melalui beberapa cara. Koordinasi utama dilakukan melalui briefing harian, di mana supervisor memberikan pembagian tugas, memantau progres pekerjaan, serta menentukan prioritas kegiatan. Pada waktu tertentu, penulis juga mengikuti rapat mingguan divisi yang membahas agenda kegiatan promosi, progress nilai jual unit, serta rencana aktivitas yang akan dilakukan

dalam periode waktu tertentu. Melalui mekanisme ini, penulis mendapatkan pemahaman bahwa koordinasi bukan hanya bertujuan memastikan kelancaran tugas, tetapi juga menjadi bagian penting dalam menjaga konsistensi strategi promosi perusahaan.

Selain koordinasi internal, divisi juga menjalin komunikasi dengan berbagai unit kerja lain, seperti tim kreatif, tim perizinan, dan tim operasional lapangan. Penulis turut berkoordinasi secara tidak langsung melalui supervisor untuk memastikan bahwa kebutuhan event, seperti desain materi promosi, persetujuan anggaran, hingga penggunaan lokasi acara, berjalan sesuai alur. Pada beberapa kesempatan, penulis juga berinteraksi dengan pihak eksternal seperti vendor dekorasi, dokumentasi, atau penyedia kebutuhan teknis lainnya. Interaksi ini memberikan pengalaman tambahan mengenai cara perusahaan mengelola kerja sama dengan pihak ketiga.

Lingkungan kerja dalam divisi bersifat cepat dan dinamis sehingga setiap anggota harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan rencana ataupun kebutuhan event yang muncul mendadak. Dalam kondisi seperti itu, supervisor berperan penting sebagai pusat koordinasi yang memastikan seluruh proses tetap berjalan sesuai ketentuan perusahaan. Penulis, sebagai intern, belajar memahami bahwa keberhasilan event tidak hanya ditentukan oleh konsep atau materi promosi, tetapi juga oleh kualitas komunikasi, kejelasan informasi, dan kerja sama antarbagian.

Dengan kedudukan yang jelas dalam struktur organisasi dan mekanisme koordinasi yang terarah, penulis memperoleh pengalaman profesional. Penulis tidak hanya mempelajari alur kerja teknis dalam penyelenggaraan event, tetapi juga mengembangkan kemampuan komunikasi, manajemen waktu, serta kedisiplinan dalam bekerja. Selama masa magang, penulis memahami bahwa lingkungan kerja profesional menuntut sikap proaktif, ketelitian, dan

kemampuan bekerja dalam tim, keterampilan tersebut adalah keterampilan yang sangat bermanfaat bagi perkembangan penulis kedepannya.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis memperoleh berbagai tugas yang berkaitan langsung dengan aktivitas Divisi Event Promotion. Seluruh tugas yang diberikan mencerminkan alur kerja dalam penyelenggaraan event promosi ruko komersial di BSD City. Pelaksanaan tugas magang ini dianalisis menggunakan teori Event Management Cycle yang dikemukakan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017) dalam buku *Events Management: Principles and Practice*. Raj, Walters, dan Rashid menjelaskan bahwa penyelenggaraan sebuah event merupakan suatu proses manajerial yang terstruktur dan sistematis, yang terdiri atas tiga tahap utama, yaitu perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation), dan evaluasi (evaluation).

Berdasarkan tahapan tersebut, tugas-tugas yang dijalankan selama kegiatan magang dapat diklasifikasikan ke dalam tugas utama yang sesuai dengan fokus bidang *event promotion*, sebagaimana dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Tugas dan Uraian Magang

Kategori	Tugas yang Dilakukan
Tugas Utama	<ul style="list-style-type: none"> a. Turut ikut terlibat dalam proses perencanaan event, meliputi penyusunan konsep kegiatan, penentuan jenis event, target audiens, serta pemilihan vendor pendukung. b. Melakukan pembaruan dan pengelolaan jadwal event untuk memastikan kesesuaian dengan tanggal dan alur pelaksanaan kegiatan. c. Melakukan pengecekan kebutuhan event dan berkoordinasi dengan tim terkait untuk memastikan kesiapan materi dan perlengkapan acara berdasarkan rundown kegiatan, mencakup kebutuhan pre-event, main event, dan post-event. d. Menyusun dokumen pendukung event, seperti rekap kebutuhan alat dan barang, serta surat izin teknis (loading in dan loading out). e. Mendukung pelaksanaan dan evaluasi event, termasuk bertugas sebagai <i>Master of Ceremony (MC)</i> pada beberapa kegiatan event, mendokumentasikan kegiatan, koordinasi lapangan, pengumpulan data leads pengunjung, serta penyusunan laporan event bulanan.

Pembagian tugas ini membantu penulis memahami bahwa dalam sebuah divisi pemasaran, terutama yang menangani event, seluruh pekerjaan saling terhubung dan membutuhkan ketelitian serta koordinasi yang baik.

Pada tugas utama, penulis terlibat langsung dalam proses persiapan event. Penulis mengaitkan pelaksanaan tugas utama dengan konsep Event Management Cycle yang dikemukakan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017) dalam buku *Events Management: Principles and Practice*. Menurut Raj, Walters, dan Rashid, penyelenggaraan sebuah event merupakan proses manajerial yang terstruktur dan sistematis, yang terbagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation), dan evaluasi (evaluation).

Pada tahap perencanaan (planning), penulis berperan dalam proses perumusan konsep event sebagai media komunikasi pemasaran perusahaan. Peran ini mencakup penentuan jenis event, tujuan komunikasi, serta segmentasi audiens yang ingin dijangkau. Penulis turut terlibat dalam proses pemilihan vendor, menjalin komunikasi eksternal dengan pihak ketiga, serta menentukan target audiens yang relevan untuk diajak berkolaborasi, seperti komunitas orang tua sekolah, komunitas olahraga, maupun nasabah bank prioritas.

Menurut Raj, Walters, dan Rashid (2017), tahap perencanaan merupakan fondasi utama dalam penyelenggaraan event karena menentukan efektivitas penyampaian pesan komunikasi, ketepatan sasaran audiens, serta kesiapan sumber daya yang digunakan. Dalam konteks ini, penulis mengaplikasikan fungsi komunikasi eksternal melalui koordinasi dengan vendor event, pengisi acara, serta pihak komunitas, guna memastikan konsep event yang dirancang selaras dengan citra dan tujuan pemasaran perusahaan.

Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam pengelolaan jadwal event, termasuk pembaruan dan penyesuaian waktu pelaksanaan agar selaras dengan kalender promosi perusahaan. Aktivitas ini sejalan dengan penekanan Raj, Walters, dan Rashid (2017) mengenai pentingnya perencanaan waktu dan koordinasi tim

dalam tahap perencanaan, di mana kejelasan alur kegiatan menjadi faktor krusial agar pelaksanaan event dapat berjalan efektif dan pesan komunikasi tersampaikan secara optimal.

Pada tahap pelaksanaan (implementation), sebagaimana dijelaskan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017), fokus kegiatan diarahkan pada realisasi rencana event serta pengelolaan aktivitas operasional di lapangan. Dalam tahap ini, penulis menjalankan peran yang bersifat operasional sekaligus komunikatif dengan terlibat langsung dalam berbagai jenis event, seperti event bazar di ruko komersial, event olahraga (poundfit, trampoline dance, dan marathon), event *product knowledge* peluncuran ruko komersial, serta event workshop yang melibatkan komunitas orang tua sekolah di sekitar BSD City maupun nasabah bank prioritas. Jenis event yang paling sering dilaksanakan adalah event workshop, salah satunya workshop *essential oil* dari brand Juara Beauty yang menargetkan komunitas orang tua sekolah Sinarmas World Academy.

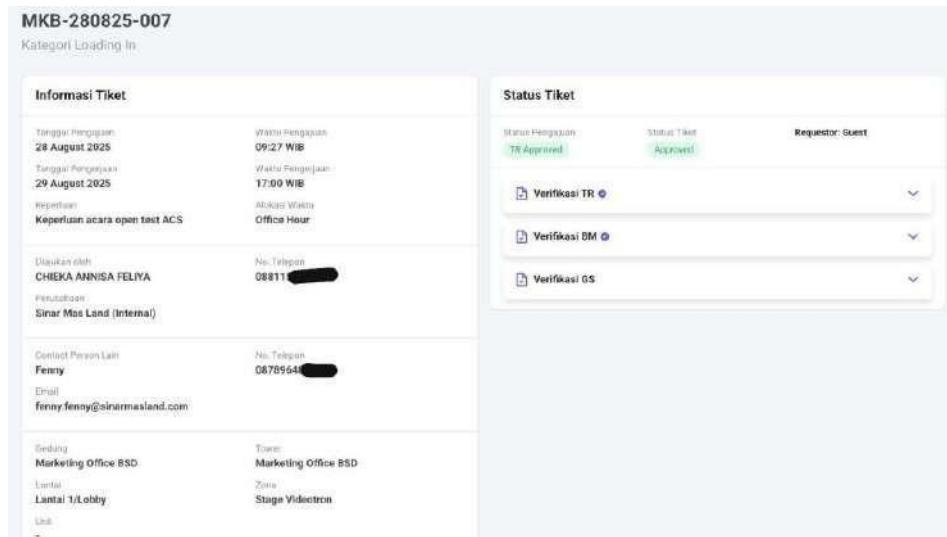


Gambar 3.1 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa



Gambar 3.2 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa

Dalam pelaksanaan event, penulis menjalankan tugas koordinasi lapangan dengan memastikan seluruh kebutuhan teknis dan non-teknis telah tersedia sesuai dengan rundown kegiatan, mulai dari kebutuhan pre-event, main event, hingga post-event. Kegiatan tersebut meliputi pengecekan backdrop, sound system, perlengkapan dekorasi, hadiah games, serta kelengkapan pendukung lainnya. Selain itu, penulis juga menyusun dokumen administratif yang berkaitan dengan kegiatan event, seperti rekap kebutuhan alat dan barang serta surat izin *loading in* dan *loading out*.



Gambar 3.3 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa

Sebelum itu, penulis juga bertanggung jawab dalam pembaruan jadwal event serta memastikan seluruh jadwal telah sesuai dengan tanggal penyelenggaraan event. Aktivitas ini dikaitkan dengan tahap perencanaan dalam konsep Event Management Cycle yang dikemukakan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017). Menurut Raj, Walters, dan Rashid, tahap perencanaan menekankan pentingnya pengaturan waktu, koordinasi antar tim, serta kejelasan alur kegiatan sebagai faktor penentu keberhasilan penyelenggaraan event. Oleh karena itu, penyusunan dan penyesuaian jadwal event menjadi bagian penting untuk memastikan setiap rangkaian kegiatan berjalan sesuai rencana sehingga pesan komunikasi dapat tersampaikan secara efektif dan optimal kepada audiens. Berikut contoh jadwal event.

Schedule Event & Exhibition 2025							
	A	B	C	D	E	F	G
	Event & Exhibition	Lokasi	Start	Days	End	Soles	Keterangan/Market
Event & Exhibition							
20	Pameran di AEON Eastvara	AEON Eastvara	1-Jul-2025	13	13-Jul-2025	DONE	Market Astera
21	Pameran Indo Build Tech	ICE (Hall Nusantara)	2-Jul-2025	6	6-Jul-2025	DONE	Market Delvey
22	PK The Excus with Agents (Online)	Zoom Meeting	3-Jul-2025	1	3-Jul-2025	DONE	
23	PK Launching Tanatara with Agents	Auditorium GGP 9	14-Jul-2025	1	14-Jul-2025	DONE	Market Tanatara (14 - 15 Juli)
24	PK The Excus with Agents with ARs	Auditorium GGP 9	15-Jul-2025	1	15-Jul-2025	DONE	Konsum Pastella 100 pck
25	Business Matchmaking with LLV	DEC GGP 9	16-Jul-2025	1	16-Jul-2025	DONE	Konsum NCB (60 pck)
26	PK The Excus with Agents (Online)	Zoom Meeting	16-Jul-2025	1	16-Jul-2025	DONE	
27	PK The Excus with Agents (Online)	Zoom Meeting	17-Jul-2025	1	17-Jul-2025	DONE	
28	PK Tanatara & Icomix Infiniti (Online)	Zoom Meeting	18-Jul-2025	1	18-Jul-2025	DONE	
29	Start Pemersiinan Procs Tanatara	Tanatara	18-Jul-2025	1	18-Jul-2025	DONE	
30	Loadding In Open Booth Opening GGCs (Booth Astera (mancana) & Banner Tanatara & West Village)	GGCS	18-Jul-2025	1	18-Jul-2025	DONE	Kita Bawa banner tanatara & west village
31	Test Drive MG	The Loop BSD	19-Jul-2025	1	19-Jul-2025	DONE	
32	Foundify by Pound & Fun at Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	19-Jul-2025	1	19-Jul-2025	DONE	Hanya sediak parkir sebelah wong cafe (3 loj)
33	Grand Opening Genesis Global Community School (Open Soekot 09.00 - 15.00 WIB)	GGCS	19-Jul-2025	1	19-Jul-2025	DONE	In Charge : Ferry, sekalians foto test drive MG di the loop
34	Grand Opening BP BSD	BP BSD	21-Jul-2025	1	21-Jul-2025	DONE	In Charge : Cheka
35	PK The Excus with Agents	Marketing Greenwich	22-Jul-2025	3	24-Jul-2025	DONE	Jam 11.00
36	PK Tanatara & Icomix Zoom (15.00)	Zoom Meeting	22-Jul-2025	1	22-Jul-2025	DONE	
37	Loadding In GIAS (Market Delvey)	ICE BSD	22-Jul-2025	1	22-Jul-2025	DONE	
38	Pameran GIAS	ICE (Hall Nusantara)	24-Jul-2025	11	3-Aug-2025	DONE	Market Delvey (24 Juli - 26 Juli), Market Icomix Infiniti (29 Juli - 31 Juli)

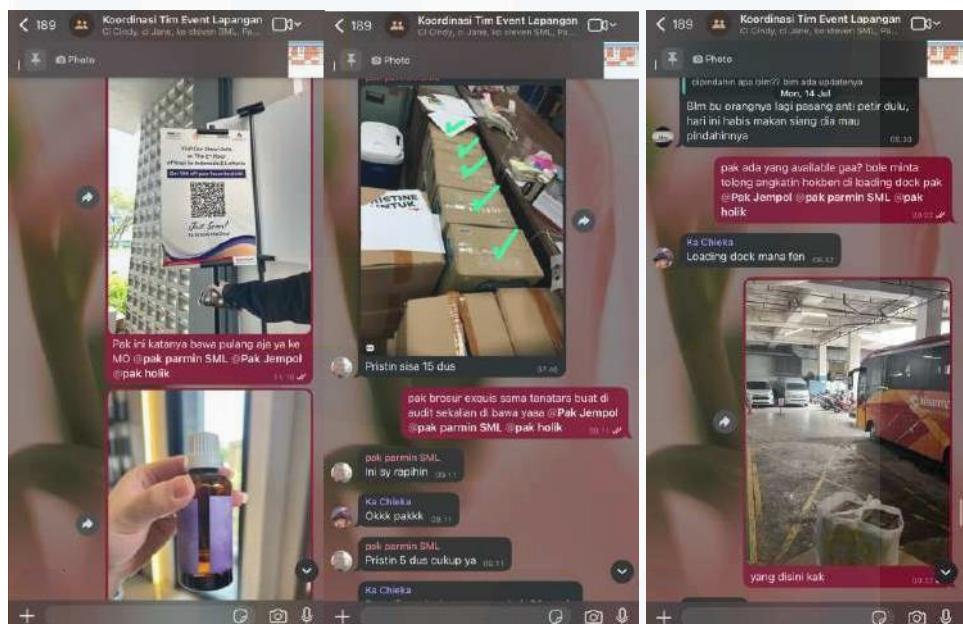
Gambar 3.4 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa

Schedule Event & Exhibition 2025							
	A	B	C	D	E	F	G
	day	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
4			1	2	3	4	5
5		Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky
6		Show Unit Disney	Show Unit Disney	Show Unit Disney	Show Unit Disney	Show Unit Disney	Show Unit Disney
7		Private Showng CC	Private Showng CC	Private Showng CC	Private Showng CC	Private Showng CC	Private Showng CC
8		Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7
9		Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti
10							
11		Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara
12		Loadding in IBI (Market Galery)					
13							
14							
15							
16		Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky	Open Booth Grandlucky
17		Open Booth Grandlucky	Show Unit Disney				
18		Show Unit Disney	Private Showng CC				
19		Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7	Informasi Perjalan Tekno C7
20		Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti	Container Icomix Infiniti
21		Info Build Tech					
22		AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara	Pameran di AEON Eastvara
23		(Stiven Delney)					
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							
46							
47							
48							
49							
50							
51							
52							
53							
54							
55							
56							
57							
58							
59							
60							
61							
62							
63							
64							
65							
66							
67							
68							
69							
70							
71							
72							
73							
74							
75							
76							
77							

Gambar 3.5 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa

Selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis juga mendukung aktivitas koordinasi lapangan yang berkaitan dengan penyelenggaraan event. Penulis mempelajari cara menyampaikan informasi kepada anggota tim lain, memastikan seluruh kebutuhan event telah dipersiapkan, serta membantu supervisor dalam melakukan pengecekan ulang sebelum event dilaksanakan. Aktivitas ini selaras dengan konsep pelaksanaan dalam Event Management Cycle yang dikemukakan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017), yang menekankan bahwa keberhasilan pelaksanaan event sangat bergantung pada koordinasi yang efektif antar tim.

Raj, Walters, dan Rashid (2017) menjelaskan bahwa koordinasi yang baik memungkinkan setiap elemen event berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Dalam konteks komunikasi event, koordinasi tersebut berperan penting dalam menjaga konsistensi pelaksanaan kegiatan sehingga pengalaman audiens yang terbentuk tetap sejalan dengan citra dan tujuan yang ingin dibangun oleh penyelenggara event.



Gambar 3.6 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa

Sebagai bagian dari implementasi komunikasi event, penulis juga menjalankan peran sebagai *Master of Ceremony* (MC) pada beberapa kegiatan event. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab menyampaikan alur acara, mengomunikasikan pesan utama event, menjaga interaksi dengan audiens, serta menciptakan suasana event yang kondusif dan sesuai dengan citra perusahaan. Peran MC tersebut merupakan bentuk penerapan komunikasi langsung antara perusahaan dan audiens selama pelaksanaan event.

Dalam konsep Event Management Cycle yang dikemukakan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017), komunikasi langsung dengan audiens pada

tahap pelaksanaan dipandang sebagai elemen penting dalam membentuk pengalaman event yang positif. Raj, Walters, dan Rashid menekankan bahwa interaksi yang terjadi secara tatap muka selama event berlangsung berkontribusi terhadap persepsi audiens terhadap kualitas penyelenggaraan event serta citra penyelenggara. Oleh karena itu, peran MC yang dijalankan oleh penulis menjadi bagian penting dalam memastikan pesan komunikasi tersampaikan secara jelas dan pengalaman audiens tetap sejalan dengan citra perusahaan.



Gambar 3.7 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa



Gambar 3.8 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa
25

Selain itu, penulis juga terlibat dalam kegiatan dokumentasi event melalui pengambilan foto dan video sebagai materi konten promosi di media sosial perusahaan. Aktivitas ini berfungsi sebagai bentuk komunikasi visual yang memperpanjang dampak event setelah kegiatan selesai, sekaligus memperkuat pesan pemasaran yang ingin disampaikan kepada audiens yang lebih luas.



Gambar 3.9 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa

Pada tahap evaluasi, penulis juga terkait dalam proses pengumpulan leads sebagai dukungan dari tim *sales*. Pada setiap event, penulis terkadang bertugas dalam membuka meja registrasi, mencatat data *leads* pengunjung, serta memastikan informasi target audiens terdokumentasi dengan baik. Kemudian, data *leads* yang telah terkumpul akan di rekap oleh penulis dan diserahkan kepada tim *sales* untuk ditindaklanjuti. Berikut contoh rekapan leads dari salah satu event

COLLABORATION WITH BCA PRO & KANEBO BEAUTY					Sales	NIK	Project	Lead ID	Lead Source Name
1	Ladyona (Willy)	08123551	Willy						
2	Evi Rustati (Maria)	08795887	Maria Nevena						
3	Yuliana Kristina (Maria)	08121051	Maria Nevena						
4	Agnes (Monyati)	08123821	Monyati						
5	Ritna	08952540	Maria Elena						
6	Yuliana Melati (Willy)	08779071	Willy						
7	Ruth	08121551	Jerry						
8	Yuli Evi	08119551	Amelius Cordias						
9	Zukarita	08534501	Dewi Putri Utami						
10	Dewi	08126781	Alexander Jodie						
11	Susie Liana	08526411	Evelyn						
12	Chenny	08526411							
13	Rita	08793771	Evelyn						
14	Vina	08790651	Maria Elena						
15	Ida Hartono	08115011	Jerry						
16	Dian	08125101	Amelius Cordias						
17	Siti Hadijah (Monyati)	08135211	Monyati						
18	Dini Suryani	08774001	Maria Nevena						
19	Mary	08193081	Dewi Putri Utami						
20	Mimi	08194511	Alexander Jodie						
21	Fana	08194611	Maria Elena						
22	Muzlizi	08119551	Willy						
23	Yudha (Monyati)	08526411							

Gambar 3.10 Dokumen Perusahaan

Selain itu, penulis juga turut terlibat dalam pembuatan laporan event bulanan dalam bentuk laporan presentasi yang memuat dokumentasi kegiatan, rangkuman informasi event berupa lokasi, tanggal pelaksanaan, serta jumlah leads yang diperoleh dari setiap kegiatan. Laporan tersebut diserahkan kepada supervisor sebagai bahan untuk menilai efektivitas aktivitas promosi serta melakukan evaluasi terhadap kinerja event setiap bulannya.

Aktivitas pelaporan ini dikaitkan dengan tahap evaluasi dalam konsep Event Management Cycle yang dikemukakan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017). Menurut Raj, Walters, dan Rashid, tahap evaluasi bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan penyelenggaraan event berdasarkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, baik dari aspek komunikasi pemasaran maupun dari aspek aktivitas promosi dan penjualan. Oleh karena itu, penyusunan laporan event menjadi bagian penting dalam proses evaluasi guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai kinerja event dan sebagai dasar perbaikan untuk pelaksanaan event selanjutnya.



Gambar 3.11 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa

Dengan demikian, seluruh tugas utama yang dijalankan oleh penulis menunjukkan penerapan konsep Event Management Cycle yang dikemukakan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017), mulai dari tahap perencanaan hingga tahap evaluasi. Setiap aktivitas yang dilakukan merefleksikan tahapan manajerial dalam penyelenggaraan event yang terstruktur dan sistematis.

Dari sisi komunikasi, event dimanfaatkan sebagai media interaksi langsung antara perusahaan dan audiens untuk menyampaikan pesan pemasaran serta membangun pengalaman yang sesuai dengan citra perusahaan. Sementara itu, dari sisi event management, pelaksanaan kegiatan teknis dan administrasi pada setiap tahapan berperan penting dalam menciptakan pengalaman event yang terorganisasi, efektif, dan berkelanjutan, sebagaimana ditekankan oleh Raj, Walters, dan Rashid (2017).

Selain itu, penulis juga belajar menyesuaikan diri dengan ritme kerja yang dinamis, meningkatkan ketelitian dalam bekerja, serta memahami pentingnya komunikasi yang jelas untuk menghindari kesalahan dalam

pelaksanaan event. Pengalaman menjalankan tugas-tugas tersebut memberikan kontribusi besar terhadap pemahaman penulis mengenai event marketing dan pengelolaan kegiatan promosi komersial secara profesional.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang muncul baik pada tahap koordinasi internal, teknis lapangan, maupun dalam pengelolaan waktu dan administrasi. Beberapa kendala yang ditemukan sebagai berikut:

- 3.2.1 Kendala pertama adalah perubahan mendadak terkait kebutuhan event atau miskomunikasi, baik dari sisi vendor maupun permintaan kepala divisi komersial. Perubahan tersebut dapat berupa revisi layout booth, penyesuaian dekorasi, ataupun kebutuhan tambahan yang baru disampaikan mendekati hari pelaksanaan. Situasi seperti ini menuntut penulis untuk dapat berpikir cepat dan menyesuaikan kembali rencana yang sudah disusun agar event tetap berjalan sesuai standar perusahaan.
- 3.2.2 Kendala kedua adalah pengelolaan data leads. Pada beberapa event dengan jumlah pengunjung tinggi, input data leads harus dilakukan dengan cepat, sementara form yang masuk tidak selalu rapi atau lengkap. Hal ini memerlukan ketelitian ekstra dalam proses rekapitulasi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

- a) Untuk mengatasi perubahan kebutuhan event yang sering terjadi mendekati hari pelaksanaan, divisi menerapkan pendekatan perencanaan yang lebih adaptif. Penulis diarahkan untuk menyusun konsep event dengan beberapa skenario alternatif, seperti opsi layout booth, susunan dekorasi, serta daftar

kebutuhan teknis yang dapat disesuaikan dengan cepat apabila terjadi revisi dari vendor maupun permintaan kepala divisi komersial.



Selain itu, penulis mengaplikasikan komunikasi internal dan eksternal yang lebih intensif dengan melakukan konfirmasi ulang kepada vendor dan tim internal menjelang hari pelaksanaan. Langkah ini bertujuan untuk meminimalkan miskomunikasi serta memastikan seluruh pihak memiliki pemahaman yang sama terhadap perubahan yang terjadi. Dengan adanya kesiapan alternatif dan koordinasi yang jelas, perubahan mendadak dapat ditangani tanpa mengganggu kelancaran pelaksanaan event maupun standar profesional perusahaan.

- b) Dalam mengatasi kendala pengelolaan data leads pada event dengan jumlah pengunjung yang tinggi, divisi mulai menerapkan sistem pencatatan semi-digital melalui formulir online. Sistem ini memungkinkan pengunjung mengisi data secara mandiri, sehingga mempercepat proses pencatatan dan mengurangi risiko kesalahan penulisan yang sering terjadi pada formulir manual.

Selain penerapan sistem digital, penulis juga menerapkan prosedur *double checking* terhadap data yang masuk, terutama untuk memastikan kelengkapan informasi penting seperti nama, nomor kontak, dan minat audiens. Data yang telah diverifikasi kemudian direkap secara terstruktur sebelum diserahkan kepada tim sales. Penerapan langkah ini tidak hanya meningkatkan akurasi data, tetapi juga mempercepat proses tindak lanjut oleh tim penjualan setelah event selesai.