

BAB III

HASIL PELAKSANAAN

INTERNSHIP

3.1.1 Landasan Konseptual

Marketing dan digital marketing , kedua divisi ini pasti tetap ada disetiap perusahaan, karena kedua elemen ini saling mendukung untuk peningkatan pendapatan perusahaan dan peningkatan jumlah member.

Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Limakrisna dan Purba (2017:4), pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Jay Baer (2018) Menurut Jay, digital marketing adalah semua taktik pemasaran yang melibatkan penggunaan teknologi digital untuk mencapai audiens yang relevan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka.

Heidrick & Struggless (2009:1) adalah perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, radio dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif.

Kedua aspek diatas merupakan aspek penting disebuah perusahaan, dimana

kedua divisi ini harus ada dan harus bisa saling bekerjasama dengan baik agar peningkatan pendapatan tercapai.

3.1.2 Analisis

3.1.3 Latar belakang

Menjalani magang di sebuah perusahaan memberikan pengalaman tertentu bagi setiap pribadi dan pasti yang dirasakan berbeda-beda, selain mendapatkan ilmu baru dan mengetahui bagaimana kejamnya dunia pekerjaan profesional, saya juga mendapatkan beberapa masalah karena ketidaktahuan saya sehingga saya bisa belajar lebih lagi untuk memperbaiki masalah yang saya hadapi dan mempelajari bagaimana rasanya langsung terjun ke lapangan untuk menghadapi berbagai macam jenis dan sifat orang yang berbeda.

Penulis menjalani INTERNSHIP/magang di dua divisi di Tribe Fit, yaitu sebagai marketing communication yang menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan klien dan juga sebagai konten kreator yang membuat konten yang bisa dimengerti oleh masyarakat dan memastikan bagaimana perkembangan sosial media instagram terutama di bagian transaksi engagement dan juga peningkatan followers. Memiliki 2 divisi yang berbeda membuat penulis memiliki sudut pandang yang saling melengkapi dan mengetahui bagaimana pentingnya tugas setiap divisi dan kerjasama antar divisi yang ada di perusahaan untuk mencapai tujuan bersama.



Gambar 3.1.3 Menjadi MC dalam event Tribe Fit

3.1.4 Tugas Pokok INTERNSHIP

Selama menjalani INTERNSHIP saya memiliki beberapa tugas pokok. Dalam divisi marketing communication saya memiliki tugas pokok yaitu menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan member ataupun brand

yang bekerjasama dengan Tribe Fit, menjalin hubungan kerjasama dengan brand baru yang ini bekerjasama dan juga menjaga hubungan pelanggan dengan tetap berkomunikasi dengan para member yang berolahraga setiap hari di Tribe Fit. Pada divisi Digital Marketing dan Content Creator, saya memiliki tugas pokok yaitu membuat konten baik foto ataupun video yang dapat menarik perhatian bagi calon member dan juga member agar traksi pada instagram Tribe Fit mengalami peningkatan positif dan engagement juga mengalami peningkatan juga sehingga kemungkinan untuk calon member menjadi member di Tribe Fit menjadi lebih besar.



Gambar 3.1.4 Sedang mengambil foto member



Gambar 3.1.4 (2) Sedang mengikuti acara jambore nasional

3.1.5 Dampak Yang Ditimbulkan

Perusahaan yang memiliki marketing konvensional tetap dapat berkembang, namun perkembangan itu bisa dikatakan akan lebih lambat. Namun jika perusahaan tersebut juga memiliki marketing digital, maka perusahaan tersebut berpeluang memiliki perkembangan bahkan peluang untuk

mendapatkan peningkatan lebih besar karena jangkauan pada marketing digital lebih luas dan bisa lebih terarah kepada target potensial. Maka dari itu Digital Marketing berinteraksi dengan pelanggan melalui sosial media dan kemudian marketing konvensional berinteraksi langsung secara tatap muka agar menjalin hubungan yang lebih erat lagi dengan si pelanggan yang sudah dibangun terlebih dahulu oleh tim digital marketing.

3.1.6 Analisis dan Perbandingan Hasil

3.1.6.1 Analisis Fenomena dan Kasus yang muncul

Setelah diteliti dari tugas masing-masing divisi yang ada di Tribe Fit, semua divisi memanglah penting dan saling membantu satu sama lain, namun menurut pengamatan penulis, divisi paling krusial yaitu marketing (baik konvensional ataupun digital), konten kreator dan juga marketing communication. Karena semua berawal dulu dari konten kreator yang membuat konten yang bisa menarik bagi netizen atau bisa disebut non member, kemudian terciptalah interaksi antara netizen dan juga tim digital marketing yang membuat si member kemudian datang langsung ke Tribe Fit dan berinteraksi dengan tim Marketing Konvensional. Setelah itu terjadilah kesepakatan antar 2 pihak dan akhirnya si non member tersebut menjadi member. Seiring berjalannya waktu pasti ada saja masalah yang terjadi baik dari member baru ataupun member lama yang memberikan kritik dan saran terhadap Tribe Fit, maka disitulah peran marketing communication untuk menjembatani antara antara member dan Tribe Fit dan kemudian mencari solusi bersama dengan setingkat manajer sehingga masalah bisa diselesaikan secara kekeluargaan.

Dari penjelasan diatas kita dapat memahami betapa pentingnya ketiga elemen tersebut dalam kemajuan perusahaan, namun tidak jarang terjadi selisih paham antar divisi tersebut, misalnya ketika tim konten sudah kehabisan model dan terpaksa harus menggunakan tim marketing sebagai model video, tidak jarang tim marketing tidak bersedia sebagai model sehingga pembuatan video menjadi terhambat.

Ketika terjadi selisih paham, disaat seperti inilah sebagai seorang professional harus mendiskusikannya dengan kepala dingin, disaat terjadi konflik antar divisi, peran seorang manager sangat dibutuhkan untuk menyatukan kembali pihak yang berselisih paham

Solusi yang bisa dilakukan untuk mengeratkan kembali pihak yang berselisih adalah :

Mendudukan pihak-pihak yang berselisih agar mencari tahu dimana letak selisih paham yang membuat pihak yang bersangkutan menjadi berselisih. Biasanya jika di Tribe Fit cara yang digunakan oleh Operasional Manager adalah memasukkan pihak yang berselisih satu persatu ke dalam ruangan untuk ditanyain bagaimana cerita awalnya sehingga terjadi perselisihan. Kemudian setelah mendengarkan cerita dari semua pihak yang berselisih secara terperinci agar tidak memihak kepada penjelasan 1 orang tetapi bersikap secara netral dengan mendengarkan penjelasan semua pihak, kemudian semua pihak dipanggil keruangan agar mencari solusi bersama agar tidak ada lagi perselisihan kedepannya dan membuat pihak yang berselisih kembali bersinergi bekerjasama demi peningkatan dan perkembangan perusahaan.

Dengan cara seperti itu, perusahaan tetap berjalan dengan baik, walaupun ada masalah yang membuat antar divisi bisa berselisih paham, namun jika ada penyelesaian dan juga perdamaian yang diciptakan oleh manager operasional.

3.1.6.2 Perbandingan Hasil

Berdasar teori dan praktik dari kegiatan Analisa, Tribe Fit sudah mengetahui dengan baik dan menjalankan fungsi dari setiap divisi dengan baik, dan mengenai penyelesaian masalah antar divisi, Operasional Manager Tribe Fit tidak ragu untuk ikut turun dalam penyelesaian masalah dan bertindak cepat agar tidak terjadi kebocoran ataupun masalah di dalam perusahaan, Selain itu juga Tribe Fit membuat acara bersama seperti Staff Gathering untuk kembali mempererat kebersamaan antar staff sehingga jika ada masalah internal yang terjadi

antar staff bisa kembali berdamai dan selesai. Selama magang juga peningkatan member yang datang karena mendapatkan informasi dari instagram juga sudah meningkat pesat, hampir 70% yang datang ketika ditanyakan sudah ada janji atau belum dengan tim marketing, mereka mengatakan sudah ada dengan admin yang berasal dari instagramnya Tribe Fit. Penjualan dari awal saya magang adalah hanya sekitar 400 juta an saja, tetapi diakhir masa magang pemilik Tribe Fit yaitu Ibu Mina Angkasa memberikan kami target penjualan yaitu sebesar 600 juta, namun dengan kerjasama yang kembali dibangun dan sinergi antar divisi membuat kami jauh menembus angka yang diharapkan yaitu senilai 758 juta.

BAB IV

Simpulan dan Rekomendasi

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada Bab 3, penulis dapat menyimpulkan bahwa bidang marketing, komunikasi, dan pembuatan konten dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting dan krusial dalam perkembangan perusahaan, kerjasama ketiga bidang tersebut sangat berpengaruh secara langsung atau bisa dikatakan sebagai kunci utama perusahaan. Peran seorang manajer sebagai nahkoda dalam operasional juga sangat berpengaruh pada kinerja dan hubungan dengan para member dimana seorang nahkoda harus bisa menggerakkan dan tetap mengarahkan agar kapalnya tetap sesuai dengan jalur yang diinginkan.

Tribe Fit sudah menjalankan fungsi penggerakannya dengan baik, karena selama penulis berada di Tribe Fit jika ada terjadi sebuah masalah maka akan langsung sebisa mungkin diselesaikan agar tidak melebar keseluruh aspek perusahaan yang berakibat pada kurang baiknya rapor perusahaan.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan pengalaman yang sudah dirasakan secara langsung selama 6 bulan ini disana, Penulis mengerti bahwa tidak skill komunikasi baik dengan sesama staff ataupun dengan para member sangatlah kurang, terutama masih ada saja staff yang sudah diberikan tanggung jawab tapi masih tidak mengerjakan tanggung jawab tersebut sehingga berakibat pada tugas dari tim divisi tersebut menjadi lebih berat karena ada yang tidak mengerjakan tanggungjawabnya. Saran dari penulis adalah belajar lagi mengenai cara berkomunikasi yang baik dan benar dalam keadaan ada masalah ataupun tidak ada masalah dan juga melakukan evaluasi kinerja pada setiap staff sehingga jika ada yang mangkir dari tanggungjawabnya bisa langsung diberikan peringatan agar bisa lebih bertanggung jawab lagi dengan tugas yang diberikan.

BAB V

PEMBELAJARAN PENGALAMAN

Pembelajaran atau pengalaman yang saya dapat melalui magang kuliah ini :

1. Komunikasi menjadi kunci utama dalam setiap kegiatan, komunikasi yang buruk bisa menghancurkan wajah perusahaan karena komunikasi yang baik saja belum tentu bisa menghindarkan perusahaan dari omongan negatif, apalagi kalau komunikasi yang buruk.
2. Magang bisa sangat bermanfaat bagi peserta magang karena peserta magang dapat melihat dan mempelajari bagaimana sejatinya dunia pekerjaan agar ketika benar-benar terjun di dunia kerja nanti sudah tidak terkejut lagi dengan kejamnya dunia profesional
3. Menjadi orang yang bertanggung jawab juga menjadi fondasi utama dalam melaksanakan setiap tugas yang diberikan . Karena jika sekali saja lalai dalam mengerjakan tanggung jawab, maka besar kemungkinan untuk tidak dipercaya lagi ketika tanggung jawab berikutnya.
4. Belajar bagaimana cara menyikapi setiap masalah dengan kepala dingin dan tidak menggebu-gebu apalagi sampai melibatkan emosi karena tidak akan ada masalah yang bisa terselesaikan jika menggunakan amarah, itu hanya memperparah keadaan dari si masalah tersebut.
5. Kerjasama tim juga sangat diperlukan terutama kerjasama antar divisi, jika ada saja satu divisi yang mungkin sedang tidak/kurang bagus performanya itu sangat berpengaruh kepada proses perkembangan perusahaan. Maka dari itu kerjasama juga sangat diperlukan.