

LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG DI CV PLANET BIRU

LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Yanuar Zidan Ibrahim

2119 30940

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2022

TUGAS AKHIR

**LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG
DI CV PLANET BIRU**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

YANUAR ZIDAN IBRAHIM

Nomor Induk Mahasiswa: 211930940

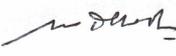
telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 16 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing


Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

Penguji


Miswanto Dr., M.Si.

Yogyakarta, 16 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Laporan magang kerja ini bertujuan untuk memaparkan tentang kegiatan yang dialami oleh peserta magang selama melaksanakan kegiatan magang kerja di CV. Planet Biru selama kurun waktu tiga bulan yang dimulai dari tanggal 12 September 2022 sampai dengan 12 Desember 2022. Peserta magang selama melaksanakan kegiatan magang ditempatkan sebagai *marketing communication* yang bertugas untuk membantu dalam melakukan pemasaran produk melalui media social yang ditawarkan oleh Planet biru seperti *merchandise* dan jasa konveksi. Kegiatan magang kerja yang dilakukan oleh peserta magang bertujuan untuk pengaplikasian teori yang telah peserta magang dapat selama berkuliah ke dalam dunia kerja, bertanggung jawab, membiasakan diri dengan budaya kerja seperti manajemen waktu, serta dapat berkomunikasi dan bekerja dalam tim. Pelaksanaan magang ini juga untuk dapat mengetahui proses mengenai pemasaran yang ada di Planet Biru, serta melakukan praktik pemasaran yang belum peserta magang dapatkan selama masa perkuliahan.

Kata Kunci: Magang, CV. Planet Biru, Pemasaran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman kini semakin pesat dengan adanya internet dan dunia *digital* yang terus diperbincangan akhir-akhir ini. Revolusi industri 4.0 ialah era industri digital dimana seluruh bagian yang ada di dalamnya saling berkaitan dan berkomunikasi secara *real time* dimana dan kapan saja dengan penggunaan teknologi informasi (IT) berupa internet dan CPS (*Creative Problem Solving*) dan IoT (*Internet of Things*) untuk mendapatkan inovasi baru atau pemaksimalan lainnya yang lebih efektif dan efisien (Herman dkk, 2015). Menurut Kotler dan Amstrong (2013) pemasaran diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Hal tersebut berdampak untuk sekarang ini banyak perusahaan besar mulai merubah cara *marketing* nya dengan menggunakan *digital marketing* untuk memasarkan perusahaan mereka melalui media sosial. Pada era industri 1.0, 2.0, dan 3.0, pemasaran digital masih menjadi alat dan strategi pendukung saja, maka pada industri 4.0 kini *digital marketing* sudah menjadi alat dan pendukung utama. Perubahan juga terjadi pada industri 4.0 dimana komputer dan internet sekarang sudah menjadi bagian seluruh aspek kehidupan manusia, seperti contohnya untuk komunikasi, bekerja, belajar, bahkan untuk di jadikan platform jual beli produk. Kini sudah banyak *marketplace* yang memberikan kemudahan akses untuk penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan jual beli.

CV Planet Biru adalah salah satu perusahaan *advertising* di Yogyakarta. Planet Biru menawarkan berbagai macam layanan dan produk yang bergerak di bidang *advertising* atau media cetak dan promosi. CV Planet Biru merupakan perusahaan *advertising* yang berada di Sleman Yogyakarta, yang menawarkan produk-produk berkualitas mulai dari pembuatan *reklame*, *placement billboard*, *merchandise*, *digital printing*, *packaging*, kalender, nota, dan *offset printing* lainnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan kegiatan magang di CV Planet Biru. Penulis juga memiliki latar belakang di bidang marketing dan desain grafis yang sesuai dengan posisi yang di tawarkan oleh perusahaan yaitu sebagai *Marketing communication*. Penulis juga mengerjakan *job description* dengan baik. penulis fokus kepada mengiklankan perusahaan melalui media sosial. Periklanan ialah pemanfaatan media untuk menginformasikan kepada konsumen terkait sesuatu dan mengajak mereka untuk melakukan sesuatu. Dari mata seorang pelanggan, iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan. Sedangkan dilihat dari sisi sosial, iklan merupakan suatu bentuk jasa dari kelompok masyarakat. Secara umum iklan membantu mendeskripsikan suatu produk maupun jasa yang diberikan, sedangkan bagi perusahaan itu sendiri iklan merupakan suatu alat pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan. Selain itu penulis juga memiliki ketertarikan untuk mencari pengalaman dan mengetahui bagaimana kegiatan pemasaran yang di lakukan perusahaan di industri *advertising*.

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan magang mulai dilaksanakan pada hari senin, 12 September 2022 sesuai dengan jadwal yang di tetapkan oleh Perguruan Tinggi. Waktu dan tempat pelaksanaan sebagai berikut:

Perusahaan : CV Planet Biru

Alamat : Jl. Tempel - Turi No.Km. 01, Kromodangsan, Lumbungejo, Kec. Tempel, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55552.

Periode : 12 September 2022 – 12 Desember 2022

Posisi : *Marketing Communication*

PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

Latar Belakang Perusahaan

CV Planet Biru merupakan perusahaan yang didirikan pada tahun 2003. Kantor yang berpusat di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, CV Planet Biru merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Advertising*. Sejak 2003 Planet Biru

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

telah melayani banyak perusahaan ternama, lembaga pemerintah, sampai dengan organisasi masyarakat di Indonesia. Pada era industri seperti sekarang kami mengembangkan bisnis media promosi yang lebih *memorable*, selain media luar ruang, merchandise dan desain grafis pengembangan produksi kami diantaranya konveksi, sablonase, jersey printing serta konstruksi. Tidak hanya dari industrinya, namun untuk menjaga pelayanan dan kualitas *output* kami mengembangkan sistem manajemen produksi, eksplorasi bahan baku, dan desain untuk memenuhi kebutuhan perusahaan serta konsumennya. Karena itulah yang dapat mengantarkan dan mempertahankan perusahaan pada posisi yang sekarang ini.

Menjadi suatu bagian yang terpenting dalam setiap program *marketing* dan komunikasi brand maupun produk dari seluruh perusahaan. Sampai saat ini CV Planet Biru sudah membantu ribuan instansi menyampaikan promosinya melalui *billboard, neon sign, spanduk, t-banner, indoor digital printing, offset* dan lain sejenisnya. CV Planet Biru juga sudah menggandeng dengan perusahaan besar di antaranya membranding Provider XL di jembatan Janti yang menjadikan program tersebut berhasil menjadi branding terbesar dan Brand Xl selalu dikenal masyarakat sampai sekarang ini dan mempercayakan seluruh produksi media promosinya dikerjakan oleh Planet Biru untuk seluruh wilayah di Indonesia. Selain XL, Planet Biru juga menggandeng perusahaan *FnB* yang cukup terkenal di Indonesia, yaitu KFC. Planet Biru di beri kepercayaan oleh KFC untuk handle media promosi launching gerai di Madura melalui baliho yang kami miliki. Sejak saat 2018 CV Planet Biru dapat menyelesaikan 7 gerai KFC di Pulau Jawa dan Kalimantan.

AKTIVITAS MAGANG

Dalam kegiatan magang ini, penulis memiliki posisi sebagai *marketing communication*. penulis ditempatkan di dalam divisi yang bertanggung jawab atas proses mengklankan produk-produk yang dimiliki oleh CV Planet Biru. Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama mengikuti kegiatan magang di CV Planet Biru adalah sebagai *content creator* yang berfokus kepada konten media sosial dan *google bussines*. Selain itu penulis juga membuat dan mengelola *marketplace* yang bertujuan untuk mempermudah dan meningkatkan penjualan via *online*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Konten Instagram



Membuat Konten Instagram yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan secara *online*. Selain itu konten Instagram mampu meningkatkan pasar yang lebih luas.

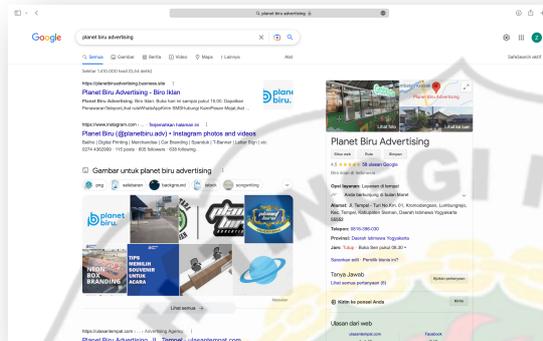
Membuat Company Profile Perusahaan



Membuat *Company Profile* CV Planet Biru. *Company Profile* dalam bentuk pdf dan animasi video. Yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait profil perusahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Google Business



Dalam kegiatan ini penulis mengelola akun *Google Business*, diantaranya jam operasional, lokasi perusahaan, dan menginput data *search engine* pada *Google Business*.

Marketplace



Penulis diberi tugas untuk membuat dan mengelola akun marketplace milik CV Planet Biru. Marketplace sendiri dibuat bertujuan untuk meningkatkan penjualan secara online.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Foto Produk



Melakukan foto produk CV Planet Biru yang digunakan untuk menampilkan gambar produk secara rill. Selain untuk di upload media sosial foto produk tersebut juga digunakan untuk kebutuhan marketplace dan *google business*.

Desain untuk klien



Dalam kegiatan ini penulis diberi tugas untuk membantu membuat desain untuk konsumen yang akan melakukan pembelian

LANDASAN TEORI

Pemasaran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Untuk mempertahankan sebuah perusahaan agar tetap berkembang dan mendapatkan laba, strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dapat dilakukan perusahaan. Arti penting dari pemasaran ialah suatu sistem secara keseluruhan dari aktivitas usaha yang ditujukan guna merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun potensial hal ini dikemukakan oleh William J. Stanton (1985) dalam penelitian Widodo (2018). Menurut Kotler dan Amstrong (2005) *marketing communication* yaitu sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung dan tidak langsung (Ulfa dan Marta, 2017).

Fungsi Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2002) pemasaran memiliki 5 fungsi yaitu:

1. Mengumpulkan informasi terkait konsumen, kompetitor serta pelaku dan kekuatan lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan
2. Mengembangkan dan membagikan informasi secara persuasif untuk meningkatkan pembelian.
3. Mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.
4. Menanggung resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran.
5. Mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk sampai ke pelanggan akhir (Sukri, 2020).

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Haryanto (2020) merupakan analisa, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan program-program yang memiliki tujuan untuk menimbulkan pertukaran dengan pasar dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

Komunikasi Pemasaran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Kotler dan Keller (2012) Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen, serta memberitahu kepada konsumen alasan mengapa produk itu digunakan (Kurnianti, 2017). Selanjutnya Komunikasi pemasaran memungkinkan perusahaan mencitrakan merek mereka dengan orang, tempat, pengalaman serta perasaan agar mendorong penjualan, dan bahkan mempengaruhi nilai saham.

Tujuan Komunikasi Pemasaran

Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran memiliki 3 tujuan utama, yaitu memberikan informasi (komunikasi informatif), meningkatkan pembelian dan menarik konsumen (komunikasi persuasif), dan membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang (komunikasi mengingatkan kembali). Tujuan komunikasi pemasaran memiliki 3 efek, diantaranya:

- **Efek kognitif**

Dalam efek kognitif membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif.

- **Efek afektif**

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya.

- **Efek konatif**

Efek konatif merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan Dwidanda dan Purpaningsi (2018).

Digital Marketing

Menurut Fawaid et al. (2017) *Digital Marketing* adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Mereka juga

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berpendapat bahwa *e-marketing* merupakan bagian dari *e-commerce*. Digital marketing untuk sekarang ini adalah cara mengiklankan produk yang paling efektif. Pada era sekarang industri 4.0 dimana komputer dan internet sekarang sudah menjadi bagian seluruh aspek kehidupan manusia, seperti contohnya untuk komunikasi, bekerja, belajar, bahkan untuk di jadikan platform jual beli produk. Kini sudah banyak *marketplace* yang memberikan kemudahan akses untuk penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan jual beli.

Pengiklanan

Semua bentuk pesan mengenai suatu produk yang dikirimkan melalui media dan ditujukan kepada seluruh masyarakat merupakan definisi dari iklan yang di kemukakan oleh Zahari (2022). Iklan dapat berbentuk media massa dan media sosial. Kini hamper seluruh perusahaan besar sudah merubah metode pemasaran mereka, kini perusahaan besar beralih menggunakan *digital marketing*.

PERMASALAHAN DAN PEMBAHASAN

Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi oleh penulis selama mengikuti kegiatan magang di Planet Biru adalah:

1. Lokasi Planet Biru cukup jauh dari pusat kota Yogyakarta jika di bandingkan dengan pesaing. Lokasi perusahaan yang berada di Tempel Sleman membuat kurangnya jangkauan bagi para konsumen non instansi untuk menjangkau lokasi perusahaan karena jarak yang cukup jauh.
2. Klien Planet Biru hanya terbatas pada instansi atau bisa dikatakan penjualan B2B atau *business to business*. Klien perusahaan kebanyakan terbatas pada instansi-instansi besar saja. Hal ini dikarenakan perusahaan hanya melakukan penjualan *direct selling* kepada instansi baru maupun instansi yang sudah lama bekerja sama. Instansi yang melakukan kerja sama dengan Planet Biru antara lain XL, Grab, Gojek dan KFC. Untuk meningkatkan penjualan perusahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

harus bisa bersaing dalam 2 sistem penjualan baik B2B (*Business to Business*) maupun B2C (*Business to Consumer*).

Pembahasan

Pembahasan terkait permasalahan yang didapat penulis selama kegiatan magang adalah sebagai berikut:

1. Lokasi perusahaan yang cukup jauh ini membuat beban operasional perusahaan itu meningkat, salah satunya yaitu penambahan biaya pengiriman barang yang ditanggung oleh perusahaan. Hal ini mengakibatkan perusahaan terpaksa mematok harga yang lebih tinggi untuk mengatasinya. Harga yang diberikan cenderung berbeda-beda ditentukan oleh jarak perusahaan dan tempat client. Perusahaan memberikan gratis biaya kirim pada jarak pengiriman 0 – 5km, dan memberikan biaya kirim di atas 5km, setiap 5km perusahaan memberikan biaya sebesar Rp 20.000,- dan berlaku setiap kelipatan nya. Ini merupakan sebuah kelemahan dari perusahaan ini, banyak konsumen baru yang lebih memilih perusahaan advertising yang berada di pusat kota karena lebih menghemat biaya pengiriman dan menghemat waktu jika di bandingkan dengan CV Planet Biru Selain dari pada itu, banyak konsumen juga yang memilih untuk langsung datang ke lokasi perusahaan untuk melakukan survei, hal ini menjadi kendala bagi konsumen dikarenakan jarak yang cukup jauh dari kota jogja.
2. Perusahaan kini hanya terfokus pada penjualan B2B (*Bussines to Bussines*). Model penjualan tersebut adalah model kerjasama antar perusahaan satu sama lain. Namun di sisi lain penjualan retail juga memiliki potensi untuk dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan. Keunggulan model penjualan B2C (*Business to Consumer*) adalah penjual mampu meningkatkan dan memperluas pasar, selain itu perusahaan juga dapat membangun komunikasi secara langsung dengan konsumen. Keunggulan lainnya adalah perusahaan mampu menjangkau konsumen lebih luas, khususnya untuk bisnis *online*. Apalagi kini sudah banyak

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perusahaan yang beralih sistem penjualan mereka dengan menggunakan *e-commerce*. Perusahaan harus menyeimbangkan 2 sistem penjualan ini, karena masing – masing dari sistem penjualan tersebut memiliki keunggulan. Hal ini belum di manfaatkan dengan baik oleh perusahaan, terlebih lagi pada saat ini terdapat banyak *event* musik besar yang berpotensi meningkatkan pasar retail. Perusahaan harus lebih bisa memanfaatkan peluang tersebut dengan cara memaksimalkan pemasaran melalui media sosial seperti *Instagram*, *Google Bussiness*, *Tiktok*, dan *Marketplace*.

Permasalahan yang dihadapi penulis

Masalah yang dihadapi penulis pada saat melakukan kegiatan magang adalah:

1. Penulis belum memiliki latar belakang sebagai *Content Writer* menjadi hambatan penulis pada saat pembuatan *caption* di media sosial.
2. Penulis tidak memiliki tim *digital marketing*, penulis bekerja secara individu dan hanya sesekali di bantu oleh mentor.
3. Keterbatasan komputer di CV Planet Biru membuat penulis harus menggunakan *device* milik pribadi. Hal ini cukup menghambat penulis dikarenakan aplikasi yang digunakan editing dan desain cukup berat *device* yang dimiliki penulis hanya mampu untuk desaining *vector* saja.
4. Jam berangkat dan pulang kantor yang kurang jelas. Membuat penulis sedikit menunggu jika harus ada meeting mengenai konten dan produk yang akan di upload di media sosial.

Pembahasan

Pembahasan masalah yang dihadapi penulis dalam kegiatan magang di CV Planet Biru adalah:

1. Penulis memiliki kendala pada saat pembuatan *caption* dan deskripsi produk maupun deskripsi perusahaan. Dikarenakan penulis terbiasa hanya mengerjakan desain saja namun di CV Planet Biru penulis juga harus ditugaskan untuk menjadi *Content Writer* yang dimana penulis belum berpengalaman mengenai pekerjaan tersebut. Setelah diberi arahan mengenai *Copy Writing* oleh mentor di

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

CV Planet Biru, penulis kini mampu mengerjakan tugas yang di berikan yaitu *content creator* beserta *content writer*.

2. Penulis bekerja sendiri atau individu dalam mengerjakan semua pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini membuat pro dan kontra mengenai hasil desain yang sudah di buat. Apabila di kerjakan secara tim, *content* yang dibuat akan jauh lebih maksimal dikarenakan banyak masukan yang dapat di ambil pada saat *brainstorming*.
3. Keterbatasan komputer yang berada di CV Planet Biru merupakan kendala yang dirasakan oleh penulis. Terlebih lagi penulis dituntut untuk membuat desain postingan media sosial dan foto produk setiap hari namun perangkat tidak memadai. Selain itu aplikasi yang digunakan dalam pembuatan desain dan animasi juga cukup berat. Penulis membutuhkan perangkat atau *device* yang memiliki standar khusus untuk dapat menjalankan aplikasi tersebut. Kamera juga tidak disediakan oleh CV Planet Biru sehingga pada saat melakukan foto produk, penulis melakukan sewa kamera untuk mendapatkan hasil foto yang maksimal.
4. Jam berangkat dan pulang kantor CV Planet Biru kurang jelas. Padahal sudah tertera pada tata tertib kantor, jam berangkat pukul 08.00 – 16.00. Namun masih banyak karyawan yang berangkat terlambat. Jika akan diadakan pertemuan membahas tentang konten maupun produk yang akan di *upload* menjadi terganggu. Dampaknya bagi perusahaan adalah membuat keterlambatan upload yang merusak *timeline* jadwal *upload* yang sudah di buat oleh penulis sebelumnya.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan praktik kerja magang yang telah dilakukan penulis di CV Planet Biru dalam kurun waktu 3 bulan. Banyak hal yang di dapatkan oleh penulis dari pengalaman bekerja secara rill hingga mendapatkan partner kerja baru. Berikut ini adalah kesimpulan yang penulis dapatkan selama melakukan kegiatan magang di CV Planet Biru:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Setelah melakukan magang di CV Planet Biru selama tiga bulan, penulis kini memperoleh skill pemasaran baru dengan bekerja secara rill.
2. Selama melakukan kegiatan magang, penulis juga mendapatkan skill desain editing dan *copy writing*.
3. Selama melakukan kegiatan magang, penulis mendapatkan wawasan dan relasi baru.
4. Selama melakukan kegiatan magang, penulis bisa mengatasi permasalahan pada saat melakukan jobdesk yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini berpengaruh kepada mental penulis untuk menghadapi permasalahan dalam melakukan pekerjaan di dunia kerja.

Rekomendasi

Berdasarkan permasalahan yang didapat selama melakukan kegiatan magang di CV Planet Biru, penulis memberikan rekomendasi bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat melakukan terobosan dengan membuka cabang baru di dekat pusat kota Yogyakarta, karena dengan mobilitas yang tinggi di pusat kota, tentunya dapat meningkatkan penjualan. Perusahaan juga lebih efisien jika harus bertemu langsung dengan klien, apalagi perusahaan ini memiliki banyak klien seperti instansi-instansi, yang dimana instansi ini kebanyakan memiliki kantor di pusat kota Yogyakarta. Hal lain yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi biaya operasional perusahaan, dapat dilakukan pembebanan biaya pengiriman kepada konsumen. Akan tetapi perusahaan harus meningkatkan marketing untuk memperkuat *brand awareness* perusahaan. Hal ini dilakukan agar perusahaan tetap menjadi pilihan konsumen.
2. Menurut saya, perusahaan memiliki potensi untuk dapat memperluas pasarnya, tidak hanya berfokus kepada instansi saja namun bisa juga mengembangkan pasarnya dengan melakukan penjualan B2C atau *Bussines to Consumer*. Cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai alat yang digunakan sebagai alat promosi. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang diproduksi oleh perusahaan sangat baik begitu juga layanan yang diberikan.
3. Perusahaan juga harus membuat divisi baru yaitu *Digital Marketing* agar dapat menyeimbangkan penjualan secara *online* maupun *offline*. karena pada era

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sekarang ini penjualan secara *online* sudah mulai diminati oleh konsumen karena lebih praktis dan efisien jika di bandingkan dengan penjualan secara *offline*.

Refleksi diri

Setelah melakukan magang di Planet Biru penulis mendapatkan banyak pengalaman dan juga ilmu baru dalam dunia pekerjaan. ilmu yang di dapat oleh penulis yaitu antara lain tentang bagaimana cara perusahaan dalam proses mengiklankan produk mereka. pengalaman serta ilmu yang didapatkan oleh penulis dalam kegiatan magang dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang bagaimana di dunia kerja yang sesungguhnya.

Dalam kegiatan magang ini penulis mempelajari bagaimana cara mengatasi masalah, manajemen waktu, *work in team*, dan juga menambah sikap tanggung jawab terhadap sesuatu. Penulis juga mengasah *softskill* dibidang pemasaran dan mengetahui bagaimana cara berkomunikasi dengan baik dalam dunia pekerjaan dengan cara *brainstorming* dengan tim kreatif untuk dapat membuat konten-konten yang menarik agar produk mereka dapat tersampaikan dengan efektif kepada konsumen di media sosial.

Penulis juga sadar masih memiliki banyak kekurangan dalam melakukan pekerjaan. Tetapi penulis mendapatkan bimbingan dari mentor dan tim kreatif menjadikan penulis semakin berkembang. penulis lebih terlatih dalam hal tanggung jawab, disiplin waktu, cara berfikir dan mengatur emosi yang sudah semakin membaik. Pengalaman dan ilmu yang didapatkan dalam kegiatan magang ini semoga dapat diterapkan dan menjadi bekal penulis pada saat menempuh kegiatan di dunia kerja nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fonna, N. (2019). *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1-9.
- Al Sukri, S. (2020). *Basic Marketing Strategy, Konsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek*.
- Dwinanda, J. B., & Purnaningsih, N. (2018). Efektivitas Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* pada Agrowisata Kampung 99 Pepohonan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2), 204-217.
- Fawaid, M., Triyono, M. B., Sofyan, H., Nurtanto, M., Mutohhari, F., Jatmoko, D., & Rabiman, R. (2022). *Entrepreneurial intentions of vocational education students in Indonesia: PLS-SEM Approach*. *Journal of Technical Education and Training*, 14(2), 91-105.
- Haryanto, H. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Vol. 212)*. Duta Media Publishing.
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 69-84.
- Ulfa, R., & Marta, R. F. (2017). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Yayasan Nurul Ibad Jakarta Timur. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 2(02), 1-11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *Perilaku Konsumen*.
- Widodo, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*). *JEpa*, 4(1), 84-90.
- Zahari, A. F. (2022). Tuntutan Berlebihan Dalam Pengiklanan Produk Kosmetik Serta Panduannya Menurut Al-Quran Dan Al-Sunnah. *Jurnal Hadhari*, 14(1), 31-52.