

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

Pada kerja profesi ini, praktikan diposisikan sebagai *Corporate Partnership*. Divisi ini merupakan unit baru yang dikembangkan di PT Infiniti Energi Indonesia sebagai bentuk pengembangan organisasi yang lebih terstruktur. Sebelumnya, tugas-tugas yang berkaitan dengan pengembangan kemitraan dan relasi bisnis masih berada di bawah tanggung jawab *Sales*. Namun, seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan pendekatan strategis dalam menjalin kerja sama jangka panjang dan membangun jaringan mitra yang lebih luas, perusahaan memutuskan untuk membentuk divisi *Corporate Partnership*. Dengan adanya divisi ini, diharapkan pengelolaan kemitraan dapat dilakukan secara lebih fokus, profesional, dan berkelanjutan. Dalam posisi ini, praktikan bekerja di bawah *Department Sales and Marketing* yang terdiri dari tiga bagian utama, yaitu *Sales*, *Corporate Partnership* dan *Digital Marketing*. Praktikan sebagai *Corporate Partnership* memiliki peran penting dalam menjembatani komunikasi dan kolaborasi antara perusahaan dan mitra eksternal, serta mendukung strategi pemasaran dan penjualan perusahaan. Praktikan juga terlibat dalam penyusunan proposal kerja sama, analisis pasar potensial, serta koordinasi kampanye digital yang mendukung kegiatan promosi dan akuisisi klien baru.

Selain menjalankan peran sebagai *Corporate Partnership*, praktikan juga diberikan kesempatan untuk terlibat dalam berbagai aktivitas lintas divisi. Praktikan membantu *Digital Marketing* dalam proses pembuatan konten untuk media sosial, mendukung *Sales* dalam mencari klien melalui inisiasi kemitraan, serta berkontribusi pada divisi *Human Resource* (HR) dengan ikut serta dalam proses wawancara calon karyawan. Selain itu, praktikan juga mendukung tim *Operation* dengan memberikan penjelasan teknis secara singkat kepada klien untuk memastikan pemahaman yang lebih baik terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Melalui lintas divisi ini, praktikan bisa menambah wawasan dan pengalaman, serta memahami kolaborasi antar divisi dan mekanisme kerja perusahaan secara menyeluruh. Pengalaman ini juga membantu praktikan

melihat bagaimana setiap divisi saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama. Dengan begitu, praktikan tidak hanya memahami tugas di satu bidang, tetapi juga memperoleh gambaran utuh tentang bagaimana perusahaan beroperasi secara terpadu.

### 3.2 Pelaksanaan Kerja

Untuk membangun kerja sama strategis yang berkelanjutan, praktikan memiliki alur atau tahapan yang terstruktur dalam proses *Corporate Partnership*. Proses ini dirancang agar praktikan dapat memastikan komunikasi yang efektif, kejelasan tujuan, serta kesepakatan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan mitra. Setiap tahapan dilakukan secara profesional mulai dari pendekatan awal hingga implementasi program kerja sama. Berikut adalah alur *Corporate Partnership* yang diterapkan:

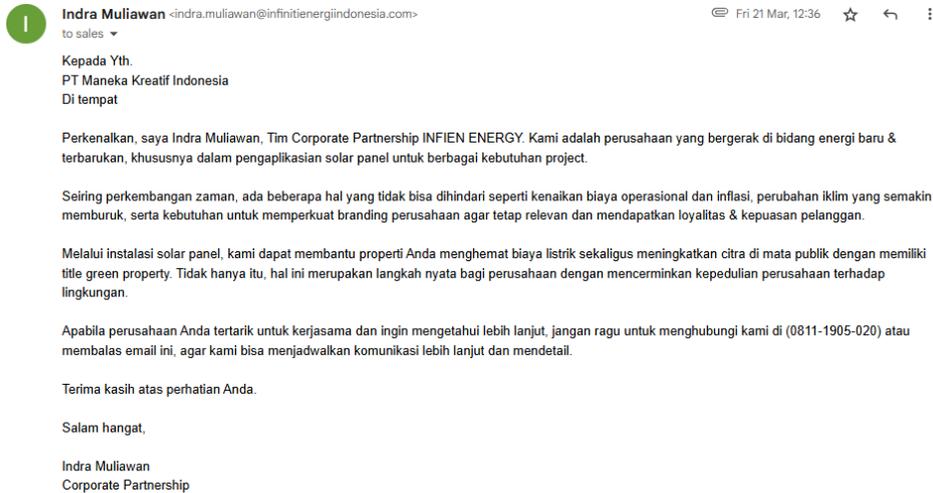


Gambar 3. 1 Alur Proses Partnership

Sumber : Dokumen Pribadi

Selama melaksanakan Kerja Profesi di PT Infiniti Energi Indonesia, praktikan berfokus dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugas-tugas di bidang *Corporate Partnership*, antara lain sebagai berikut:

1. Melakukan pengiriman email marketing serta penyampaian pesan melalui WhatsApp kepada mitra potensial.



**Gambar 3. 2 Contoh Email Marketing ke Perusahaan Eksternal**

Sumber : Dokumen Pribadi

*Email Marketing* merupakan langkah awal yang dilakukan oleh praktikan dalam menjalankan tugas di bidang *Corporate Partnership*. *Email marketing* ini digunakan sebagai sarana untuk menghubungi perusahaan-perusahaan yang berpotensi menjadi mitra kerja sama. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan PT Infiniti Energi Indonesia, menjelaskan layanan yang ditawarkan, serta membuka peluang kolaborasi bisnis.

Data kontak perusahaan, khususnya alamat email, diperoleh melalui pencarian di situs resmi perusahaan dan melalui mesin pencarian google yang relevan. Dalam proses ini, praktikan melakukan riset untuk memastikan bahwa perusahaan yang dihubungi sesuai dengan profil dan kebutuhan kerja sama yang diharapkan oleh perusahaan.

No	Nama Perusahaan	Alamat	No Telp	Email
1	PT. Cakra Anindya Lestari	Jl. Gatot Subroto KM 3 No 94 Cikokol-Tangerang	021-5522564	ind@anindya.co.id
2	Indra Anika Lestari Kima	Jl. Duren Mekar Km 19 Paksi Smart Market Blok 7-07 (depan jembatan Anapera) Batu ceper Tangerang	81 703 174723	bohanahadi@gmail.com
3	PT. SAINS SOLUSI GLOBAL	Dusun Mekar Km. 15.5 Jl. Yos Sudarso, Seranambi, Banten, Tangerang	5412122	recruitment@maneka.com
4	PT. ARKORA PRIMA LIVING	Gd. Alca Ghin Perkebun Lt.2 Jl. Pajajaran timur no. 1 Cikini Jakarta Pusat 10320	213901913	pt.maneka@ig-hd@gmail.com
5	PT. CIRCLE K INDONESIA	Graha Indonusa Balangan Estate, Jlna Tolak Loe, Balangan Tangerang	2129870871	hrd.sp001@gmail.com
6	PT. YAMAZAKI INDONESIA	Jl. Bahasan Komandan KM 23 RT 01/013 Blok. calung Banjar Kec. Calung Jakarta Timur	08978330712	hrd.hr@yamaha-indonesia.com
7	PT. WILKON BURJA UNGGUL	Kawasan Industri Gendang Batare Blok AF No. 01 Dalam Ds. Sukamala Kec. Cikarang Pusat	8119489713	hr.recruitment@yamaha.co.id
8	PT. DONA HAKIKER JAYA (BREADLIFE BAKERY)	Jl. Veteran No. 8A, Kp. Cibeuh Ds. Bahagya Kec. Caring Tangerang	8111888004	perumaha@nna.co.id
9	GRAND DADAP MALL	Jl. Raya Perancis Ruko Istana Naga 22 Blok D No. 10 Seang-Tangerang	213668022	deby.vandani@granddadap.com
10	PT. HIMA KUMANDIA TANGRANG	Jl. Raya Perancis Ruko Istana Naga 22 Blok D No. 10 Seang-Tangerang	021215127476	arga.mba@himakumandia.com
11	PT. HIMA KUMANDIA TANGRANG	Jl. Perancis 15 Gendang jkt. seang Tangerang	213565869	tesa.kaga@gmail.com
12	PT. HIMA KUMANDIA TANGRANG	Kalidasa	8154244802	lakarngq@yama@yama.co.id
13	PT. BANK MANDERI PERKERJA	Mak. Citimart 0101 no 209	8121860909	lakarngq@yama@yama.co.id
14	PT. KARYAKUTIA WEDJAGELANG	Wisma Agra Manggala 08, Fl. Room 901, Jl. gater subroto no 95 km.22 Jakarta 12930 indonesia	212524849	rahmadad@yama@yama.co.id
15	PT. YAMA KATERY INDONESIA	Jl. Kramatan No. 214 Tangerang	212524849	hr.tng_kramatan@yamaindonesia.co.id
16	PT. INDOONESIA YEMPI DORPOINT FILMIS	Ruko CSD Batare, Blok H5 No 118SD Ciry. Sukasri JA	021-2328109	tangerang@yama.com
17	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. h. k. Shantana no 1 go. hse493 jalan nusan.tangerang	2151717002	yusanant@yama@yama.co.id
18	LEMO HOTEL	Jl. Sidi Tjakra ( Komplek PT. TIFICO )	2151221125	ale@lemo.com
19	PT. KARYAKUTIA WEDJAGELANG	Jl. Inakel Gendang Batare Km 6.5 Kalpa Jaya Biring Tangerang 15810	213902181	recruitment@maneka.com
20	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. samsi Banjoji No 84 tangrang - karawaci	55743033	vanahwaningsan@yama.com
21	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. Raya Legok Kalpa Dua No. 88 RT 002/002 Kec. Kalpa Dua Tangerang - Banten	021-54220740	adha.limo@yama@yama@yama.com@gmail.com
22	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. Indonesia 1 Raya Perancis Caring Tangerang	89164921215	hr.recruitment@maneka.com
23	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. Raya GALAH TENGGAH BAYU NO 16	39303439	akka@yama.com
24	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. Raya Ceper Gajah Blok U 12	81308903259	recruitment@yama.com
25	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. Perancis	217994000	perma@yama.co.id
26	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Sukamart CSD Lot 12.1 B. Exp. Subangto Djogjalakusumo	622129620000	maneka@id.co.id
27	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Makindonesia 107 Tangerang	8128620442	hr.recruitment@ig-hd@gmail.com
28	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl. Raya seang km 4. kump. indanti kali salak	215177047	deby.vandani@gmail.com
29	PT. SARANA BANGUNAN PRIMA JAYA	Jl.karang embyart rt.02 no.03	0881-1155994	hr.recruitment@ig-hd@gmail.com

**Gambar 3. 3 Data list perusahaan dengan email perusahaan**

Sumber : Dokumen Pribadi

Selain melalui email, praktikan juga melakukan pengiriman pesan kepada mitra potensial melalui aplikasi WhatsApp. Untuk keperluan ini, praktikan membuat akun WhatsApp khusus yang digunakan secara profesional dalam menjalin komunikasi awal dengan calon mitra. Penggunaan WhatsApp dimaksudkan untuk memperluas jangkauan komunikasi, mempercepat respon, serta membangun interaksi yang lebih personal dan langsung dengan perusahaan yang dihubungi.



Gambar 3. 4 Profil WhatsApp

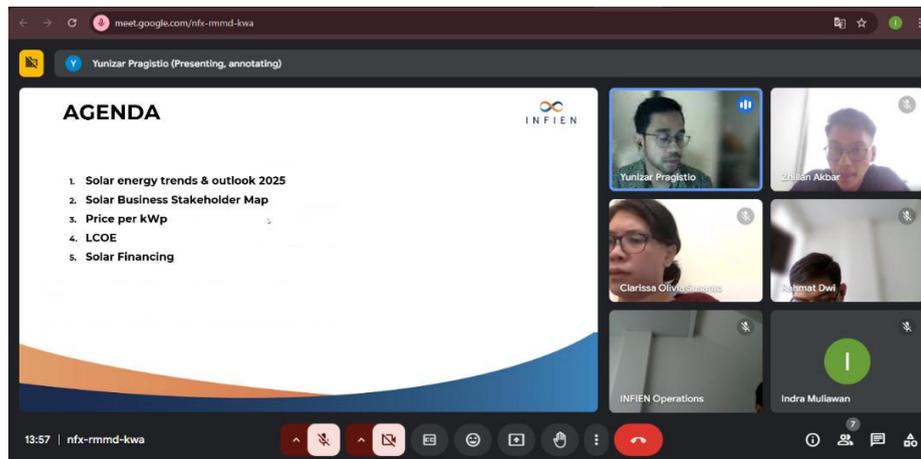
Sumber : Dokumen Pribadi

## 2. *Weekly Meeting with All Department*

*Weekly Meeting* merupakan agenda rutin yang diselenggarakan untuk membahas rencana kerja selama satu minggu ke depan. Tidak hanya membahas agenda kerja, pertemuan ini juga menjadi wadah untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing divisi serta mencari solusi yang tepat. Selain itu, dalam *meeting* ini turut dibahas strategi kerja dan dihimpun berbagai ide maupun saran sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan kerja sebelumnya.

Dalam hal ini, praktikan turut berpartisipasi dalam *Weekly Meeting* ini untuk memahami dinamika kerja antar divisi, serta memberikan masukan atau pandangan dari sudut pandang mahasiswa. Melalui keterlibatan ini, praktikan

dapat memperluas wawasan terkait proses koordinasi internal perusahaan serta pengambilan keputusan yang bersifat kolaboratif.



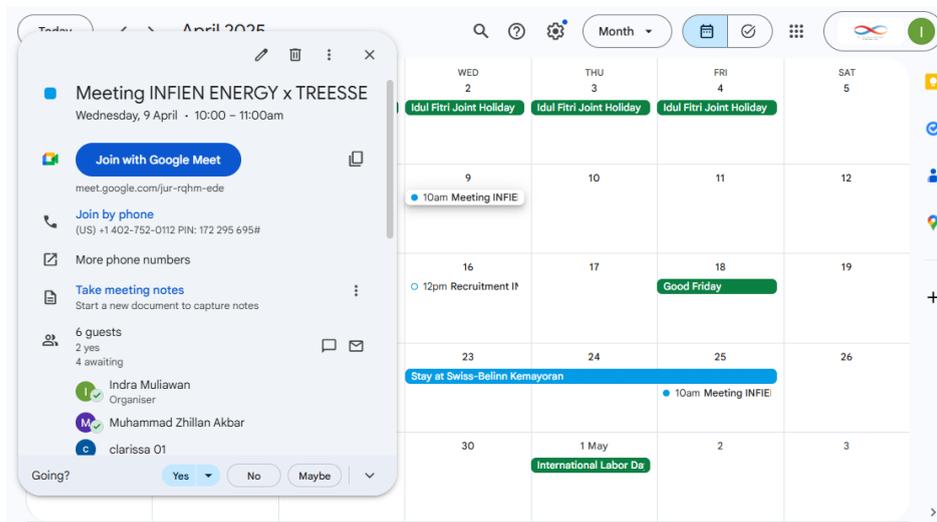
**Gambar 3. 7 Weekly Meeting secara daring**

*Sumber : Dokumen Pribadi*

### 3. Menjadwalkan Pertemuan antara Perusahaan dan calon mitra potensial.

Praktikan memiliki tanggung jawab dalam menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan mitra atau calon mitra potensial. Salah satu tugas tersebut adalah melakukan penjadwalan pertemuan guna membahas potensi kerja sama, presentasi penawaran, atau tindak lanjut dari komunikasi yang telah dilakukan sebelumnya.

Penyesuaian jadwal dilakukan dengan menghubungi pihak perusahaan mitra untuk memastikan ketersediaan waktu yang sesuai bagi kedua belah pihak. Proses ini mencakup komunikasi dua arah untuk menentukan waktu dan tanggal *meeting* yang tidak bertabrakan dengan agenda lain, baik dari internal perusahaan maupun pihak mitra. Setelah waktu disepakati, praktikan kemudian membuat undangan resmi melalui *Google Calendar*, yang mencantumkan detail pertemuan seperti tanggal, waktu, tempat *meeting* (jika *offline*), agenda pembahasan, serta tautan pertemuan (*Google Meet* atau *Zoom*) apabila *online*. Undangan tersebut dikirimkan ke email semua peserta yang terlibat, dilengkapi dengan pengingat otomatis menjelang waktu pelaksanaan. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat hadir tepat waktu dan memahami tujuan pertemuan, sehingga diskusi dapat berjalan secara efektif dan profesional.



**Gambar 3. 8 Membuat agenda meeting online di Google Calendar**  
 Sumber : Dokumen Pribadi

4. Melakukan *Visit* serta terlibat mengikuti rapat dengan Perusahaan Eksternal

Sebagai bagian dari tugas di bidang *Corporate Partnership*, praktikan ikut serta dalam kunjungan ke perusahaan lain yang berpotensi menjadi mitra kerja sama PT Infiniti Energi Indonesia. Tujuan dari kunjungan ini adalah untuk menjalin hubungan secara langsung, memperkenalkan perusahaan, dan membahas kemungkinan kerja sama yang bisa dilakukan.

Dalam kegiatan ini, praktikan tidak hanya mendampingi, tetapi juga ikut hadir dan terlibat dalam rapat atau diskusi dengan pihak perusahaan eksternal. Praktikan dapat mendengarkan langsung bagaimana proses pembicaraan kerja sama dilakukan, memahami apa yang dibutuhkan mitra, serta melihat bagaimana cara tim perusahaan menyampaikan penawaran kerja sama secara profesional.

Keterlibatan ini menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi praktikan karena dapat belajar langsung tentang cara berkomunikasi dalam dunia bisnis, cara menjalin hubungan kerja sama, dan bagaimana sebuah kerja sama direncanakan dan dibicarakan secara langsung.



**Gambar 3. 9 Meeting bersama PT Treesse Progetti Indonesia**

*Sumber : Dokumen Pribadi*



**Gambar 3. 10 Meeting bersama PT Energi Teknologi Indonesia (Energihub)**

*Sumber : Dokumen Pribadi*

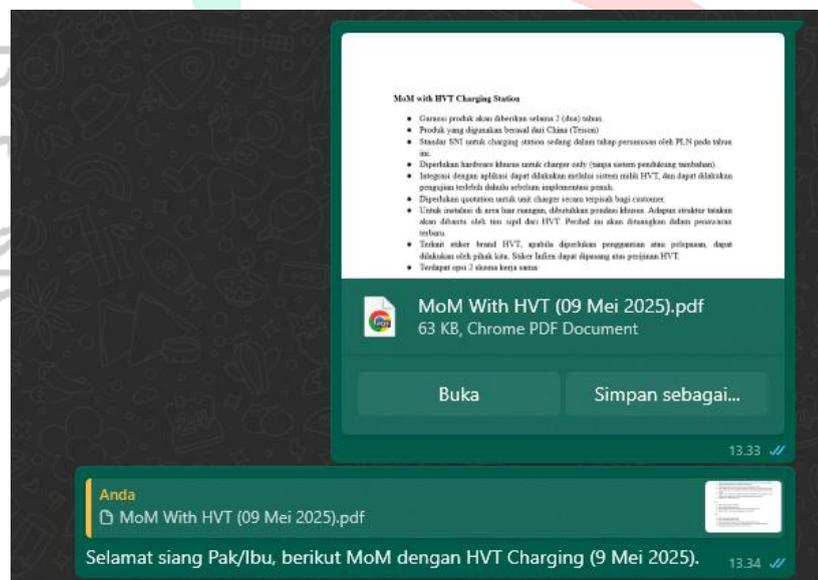
#### 5. Membuat *Minutes of Meeting* (MoM)

Saat mengikuti rapat dengan perusahaan eksternal, praktikan memiliki tanggung jawab untuk menyusun *Minutes of Meeting* (MoM) dengan mencatat poin-poin penting selama diskusi berlangsung. Catatan ini mencakup topik pembahasan, keputusan yang disepakati, serta tindak lanjut yang perlu dilakukan oleh masing-masing pihak. Setelah rapat selesai, MoM tersebut dibagikan kepada seluruh peserta melalui email atau pesan Whatsapp sebagai dokumentasi resmi dan acuan kerja. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa

setiap agenda dapat ditindaklanjuti dengan baik dan tidak ada informasi yang terlewatkan.

*Minutes of Meeting* (MoM) juga disimpan di Google Drive perusahaan agar tidak hilang dan dapat diakses dengan mudah oleh seluruh tim yang berkepentingan. Penyimpanan terpusat ini bertujuan untuk menjaga keamanan dokumen, memudahkan pencarian kembali jika diperlukan, serta memastikan setiap pihak dapat merujuk pada hasil rapat kapan pun dibutuhkan. Dengan adanya dokumentasi yang tersusun rapi dan sistematis, koordinasi antar tim menjadi lebih efisien dan akuntabilitas kerja dapat lebih terjaga.

Melalui penyusunan *Minutes of Meeting* ini, praktikan belajar menyaring informasi secara efektif, tetapi juga mengasah kemampuan dalam berpikir kritis, mendengarkan aktif, dan berkomunikasi secara tertulis dengan baik. Kemampuan ini sangat memberikan dampak bagi dunia kerja, terutama untuk menjaga transparansi komunikasi dan mendukung koordinasi antar perusahaan dalam menjalin kerja sama yang profesional dan terarah.



**Gambar 3. 11 Menyerahkan Minutes of Meeting (MoM) kepada tim**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

## 6. Membuat Surat Penawaran Kerjasama atau Proposal Kerjasama

Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan Surat Penawaran Kerjasama yang menjadi salah satu bagian penting dari strategi pengembangan kemitraan perusahaan. Surat penawaran ini disusun secara profesional dan ditujukan kepada berbagai pihak yang dianggap sebagai calon mitra potensial,

baik dari kalangan individu, perusahaan swasta, maupun organisasi lain yang relevan.

Isi dari surat tersebut meliputi profil singkat perusahaan, latar belakang ajakan kerja sama, tujuan serta ruang lingkup kolaborasi yang diusulkan, manfaat timbal balik yang dapat diperoleh kedua belah pihak, hingga bentuk implementasi kerja sama yang ditawarkan. Surat penawaran ini tidak hanya menjadi alat komunikasi awal dalam menjalin hubungan bisnis, tetapi juga mencerminkan citra profesional perusahaan di mata calon mitra. Oleh karena itu, praktikan harus memperhatikan struktur penulisan, penggunaan bahasa yang formal dan persuasif, serta menyelaraskan isi surat dengan strategi kemitraan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Melalui tugas ini, praktikan memperoleh pengalaman langsung dalam membangun komunikasi bisnis, menyusun dokumen resmi perusahaan, serta memahami pentingnya pendekatan strategis dalam menjalin kemitraan jangka panjang.



**Gambar 3. 12 Mengirimkan Surat Penawaran Kerja kepada Mitra10**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

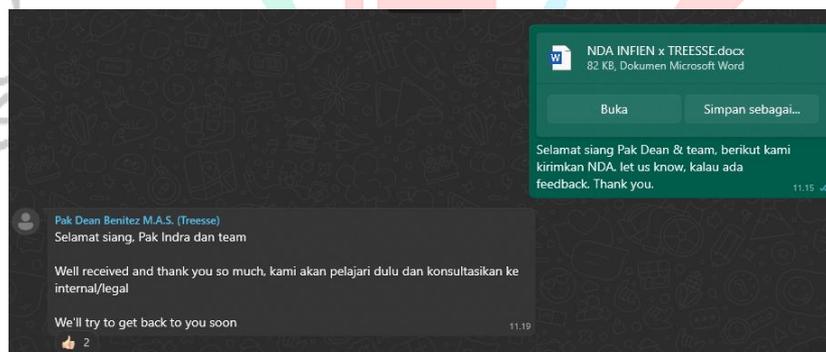
## 7. Membuat *Non-Disclosure Agreement* (NDA)

Praktikan menyusun dan mempersiapkan dokumen *Non-Disclosure Agreement* (NDA) sebagai langkah awal sebelum masuk ke tahap pembahasan dan penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU). NDA sebagai perjanjian kerahasiaan yang mengikat kedua belah pihak untuk menjaga kerahasiaan informasi yang saling dipertukarkan selama proses penajakan kerja sama. Informasi tersebut bisa mencakup berbagai hal seperti strategi bisnis, data internal perusahaan, rancangan kerja sama, hingga informasi klien atau mitra

yang bersifat sensitif. Dengan adanya NDA, setiap pihak memiliki perlindungan hukum apabila terjadi pelanggaran terhadap kerahasiaan informasi yang telah disepakati.

Pembuatan *Non-Disclosure Agreement* (NDA) menjadi langkah penting dalam membangun fondasi kerja sama yang profesional, karena menunjukkan adanya komitmen untuk saling menjaga kepercayaan sejak awal proses negosiasi. Selain itu, NDA juga memungkinkan diskusi dilakukan secara terbuka dan detail, tanpa khawatir informasi yang dibagikan akan disalahgunakan oleh pihak lain.

Bagi praktikan sendiri, keterlibatan dalam penyusunan dan pemahaman dokumen NDA memberikan pengalaman berharga dalam memahami proses formal yang lazim dilakukan dalam dunia profesional. Praktikan dapat belajar bagaimana menyusun dokumen legal sederhana, mengenali pentingnya perlindungan informasi dalam dunia bisnis, serta memahami etika profesional dalam menjalin hubungan antarlembaga. Pengalaman ini memperkuat wawasan praktikan tentang aspek hukum dasar dalam kerja sama bisnis, serta meningkatkan kompetensi dalam hal komunikasi profesional dan negosiasi awal sebelum terjalinnya hubungan kemitraan.



**Gambar 3. 13 Menyerahkan NDA ke PT Tresse Progetti Indonesia**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

## 8. Membuat *Memorandum of Understanding* (MoU)

Setelah melalui tahap penandatanganan *Non-Disclosure Agreement* (NDA), praktikan melanjutkan proses penyusunan *Memorandum of Understanding* (MoU). MoU disusun sebagai bentuk kesepakatan awal antara perusahaan dan mitra terkait mengenai rencana kerja sama yang akan dijalankan. MoU bukan merupakan perjanjian yang bersifat mengikat secara

hukum seperti kontrak, namun memiliki peran penting sebagai dasar formal yang menggambarkan keseriusan kedua pihak dalam menjalin hubungan kemitraan. Dengan adanya MoU, kedua belah pihak memiliki acuan yang jelas mengenai arah kerja sama dan dapat menghindari kesalahpahaman di kemudian hari.

Bagi praktikan, keterlibatan dalam proses pembuatan MoU memberikan pemahaman praktis mengenai bagaimana membangun struktur kerja sama yang terarah dan profesional. Praktikan juga memperoleh wawasan tentang bagaimana menyampaikan maksud bisnis dalam bentuk dokumen formal, sekaligus belajar tentang komunikasi lintas institusi yang efektif.



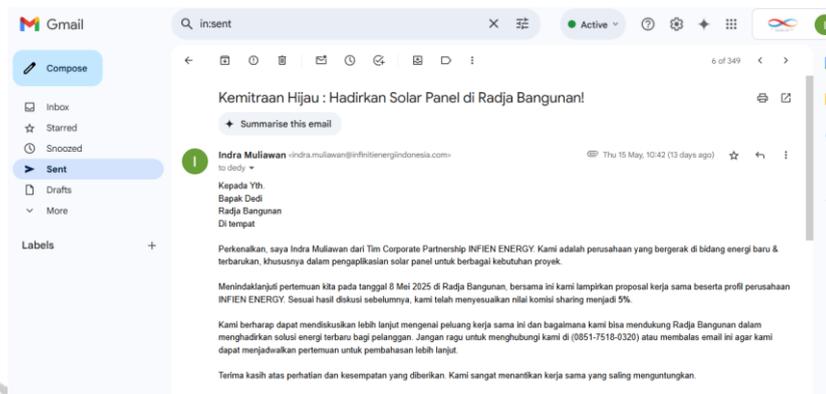
**Gambar 3. 14 Penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) bersama MIMO**

*Sumber : Dokumen Pribadi*

### 9. Retail Partnership

*Retail Partnership* merupakan salah satu bentuk kerja sama yang dijalin perusahaan dengan pihak retail seperti toko listrik, toko bangunan, maupun pusat elektronik. Dalam kegiatan *Retail Partnership*, praktikan menghubungi calon mitra melalui jalur *online* seperti email dan WhatsApp, maupun dengan melakukan kunjungan langsung ke toko atau lokasi retail yang berpotensi untuk diajak bekerja sama. Bentuk kerja sama ini dilakukan dengan cara menempatkan *display* produk, khususnya solar panel di lokasi retail tersebut agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen secara langsung. Jika terjadi pembelian melalui retail mitra, maka pihak retail akan menerima komisi sebagai bentuk keuntungan dari kolaborasi ini. Dalam kegiatan ini, praktikan turut berperan dalam mendata calon mitra retail, membantu proses komunikasi awal, serta menyiapkan materi promosi yang digunakan pada *display* produk. Melalui

keterlibatan ini, praktikan memperoleh pengalaman langsung dalam proses pengembangan kemitraan serta memahami bagaimana strategi pemasaran dijalankan melalui kerja sama dengan pihak ketiga. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jangkauan distribusi produk, tetapi juga memperkuat *branding* perusahaan di pasar ritel.



**Gambar 3. 17 Contoh Email Retail Partnership**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*



**Gambar 3. 18 Proposal Retail Partnership yang dibuat oleh praktikan**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

## 10. Community Partnership

Selain menjalin kerja sama dengan retail, praktikan juga terlibat dalam pengembangan kerja sama dengan berbagai komunitas yang memiliki potensi untuk bekerja sama dengan perusahaan. Beberapa contoh komunitas tersebut antara lain komunitas transportasi listrik, komunitas UMKM, dan komunitas pecinta energi terbarukan. Bentuk kerja sama yang dilakukan mencakup pemberian diskon khusus setiap pembelian produk solar panel bagi anggota komunitas, penyebaran brosur promosi kepada para anggota, serta publikasi

melalui akun media sosial komunitas, seperti Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam proses ini, praktikan berperan aktif dalam mengidentifikasi komunitas yang relevan, menghubungi pengurus komunitas, menyusun penawaran kerja sama, serta menyiapkan materi promosi yang akan digunakan. Melalui keterlibatan ini, praktikan mendapatkan pengalaman langsung dalam strategi kolaborasi berbasis komunitas dan memahami pentingnya pendekatan personal dalam membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan.



**Gambar 3. 19 Tindakanlanjutan Community Partnership HDCI Jakarta Barat**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*



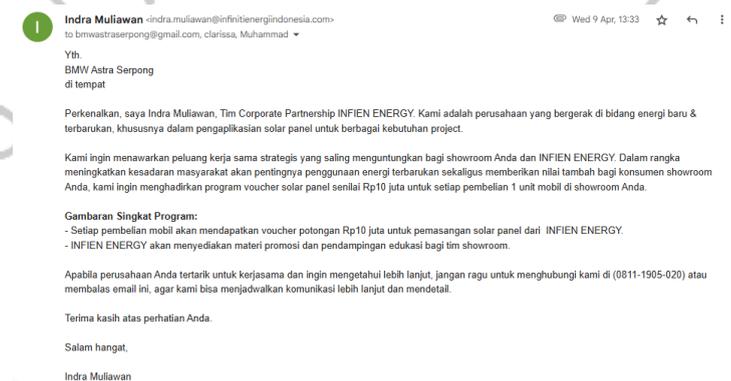
**Gambar 3. 20 Proposal Community Partnership**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

### 11. *Brand Partnership*

Selain bekerja sama dengan retail dan komunitas, praktikan juga berperan aktif dalam mencari peluang *brand partnership*, khususnya dengan *showroom* kendaraan. Bentuk kerja sama ini difokuskan pada promosi produk

solar panel melalui insentif khusus. Dalam kerja sama ini, setiap pembelian mobil di *showroom* mitra akan disertai dengan voucher pemasangan solar panel dari PT Infiniti Energi Indonesia sebagai nilai tambah bagi konsumen.

Praktikan terlibat dalam seluruh proses, mulai dari identifikasi *showroom Potential*, pengiriman penawaran kerja sama melalui email atau WhatsApp, hingga menyusun proposal kemitraan yang menjelaskan keuntungan dan bentuk kolaborasi yang ditawarkan. Inisiatif ini tidak hanya memperluas jaringan pemasaran perusahaan, tetapi juga memberi pengalaman langsung kepada praktikan dalam melakukan negosiasi bisnis dan membangun relasi antar *brand*.



**Gambar 3. 21 Contoh Email Brand Partnership**  
Sumber : Dokumen Pribadi



**Gambar 3. 22 Contoh proposal Brand Partnership**  
Sumber : Dokumen Pribadi

## 12. Bertanggung jawab dalam pencarian dan pelaksanaan *Event Expo*

Dalam hal ini, praktikan memiliki tugas untuk mencari acara yang berkaitan dengan *expo* maupun *event* potensial lainnya yang memungkinkan

perusahaan untuk membuka *booth*. Tujuan dari keterlibatan dalam acara tersebut adalah untuk memperkenalkan perusahaan secara lebih luas, memasarkan produk dan layanan yang ditawarkan, serta menjalin hubungan dengan calon klien yang berpotensi, baik dari kalangan individu maupun perusahaan untuk menjalin kemitraan strategis.

Praktikan juga bertanggung jawab dalam mengatur seluruh keperluan operasional terkait partisipasi perusahaan, mulai dari tahap persiapan maupun perencanaan, persiapan materi promosi, koordinasi logistik, hingga pelaksanaan acara di lapangan. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung dalam manajemen *event*, komunikasi bisnis, dan pengembangan jaringan profesional. Adapun beberapa event yang menjadi tanggung jawab praktikan meliputi *STEAM Competition 2025, Solartech Indonesia 2025, EV & Charging Expo 2025, serta Battery Summit School 2025*.



**Gambar 3. 23 Beberapa Event yang diikuti**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

Selain menjalankan peran sebagai *Corporate Partnership*, praktikan juga memiliki kesempatan untuk terlibat dalam berbagai tugas lintas divisi.

Keterlibatan ini tidak hanya memperluas wawasan praktikan terhadap proses kerja di berbagai divisi, tetapi juga memperkuat kemampuan komunikasi, kerja tim, serta pemahaman terhadap ekosistem bisnis secara menyeluruh. Keterlibatan dan kegiatan tersebut antara lain :

1. Membantu tim HR dalam proses wawancara calon karyawan (*Screening Interview*)

Praktikan diberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses awal perekrutan, khususnya pada tahap *screening interview*. Keterlibatan ini membantu divisi HR dalam melakukan penyaringan awal terhadap calon karyawan dengan menilai kesesuaian antara kualifikasi pelamar dan kebutuhan posisi yang tersedia.

Pada tahap ini, praktikan diberikan kesempatan untuk memberikan pertanyaan kepada calon kandidat mengenai gambaran umum tentang kandidat, termasuk latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, dan motivasi untuk bergabung dengan perusahaan. Dalam kegiatan ini, praktikan diberikan kesempatan untuk membantu melakukan penilaian awal terhadap pelamar, mencocokkan kualifikasi dengan kebutuhan posisi, serta mencatat hasil wawancara sebagai bahan evaluasi lebih lanjut oleh tim HR. Pengalaman ini memberikan pemahaman praktis mengenai proses seleksi karyawan dan keterampilan komunikasi interpersonal yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

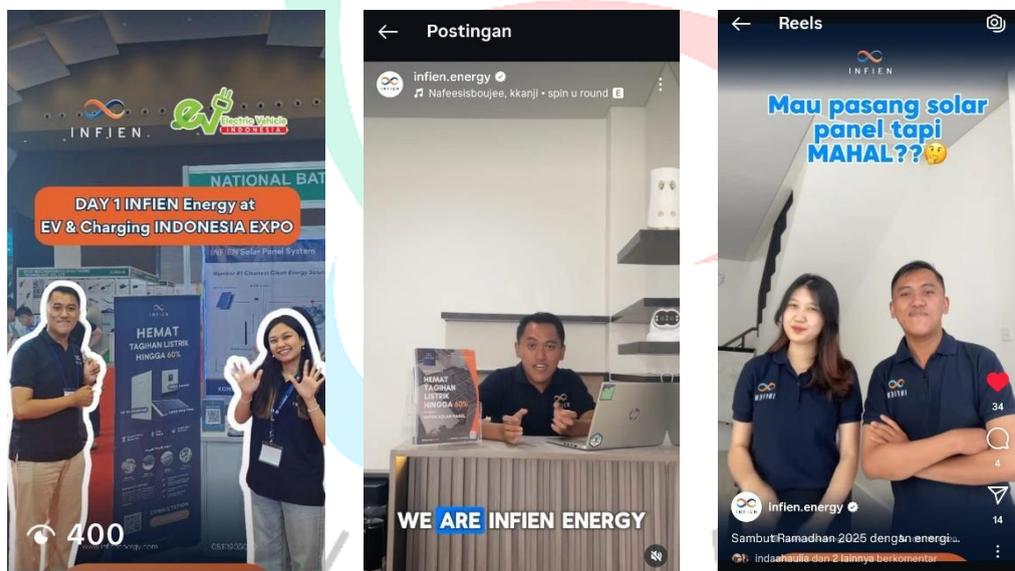


**Gambar 3. 26 Mengikuti Screening Interview pada calon kandidat**  
Sumber : Dokumen Pribadi

## 2. Membantu tim *Digital Marketing* dalam dalam proses pembuatan konten

Praktikan diberikan kesempatan untuk terlibat dalam proses pembuatan konten digital, seperti menjadi *talent content* dan terlibat dalam pengambilan video. Konten yang dihasilkan kemudian diproses lebih lanjut oleh divisi *Digital Marketing* untuk dipublikasikan melalui media sosial resmi PT Infniti Energi Indonesia. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada praktikan dalam produksi konten kreatif yang selaras dengan strategi pemasaran digital perusahaan.

Selain berkontribusi dalam pembuatan konten video, praktikan juga terlibat dalam pembuatan materi visual seperti desain *flyer* atau poster yang mendukung aktivitas kemitraan. Melalui keterlibatan ini, praktikan memperoleh wawasan praktis mengenai branding, komunikasi visual, serta kolaborasi lintas tim dalam mendukung citra dan aktivitas bisnis perusahaan.



Gambar 3. 27 Keterlibatan praktikan sebagai talent

Sumber : Dokumen Pribadi

## 3. Membantu tim *Sales Engineer* dalam menjelaskan teknis panel surya.

Sebagai bagian dari tim *Corporate Partnership*, praktikan juga memiliki peran dalam membantu menjelaskan produk kepada klien. Kemampuan ini secara tidak langsung turut mendukung tugas tim *Sales Engineer*, khususnya dalam menyampaikan informasi mengenai cara kerja sistem Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) dan komponen-komponennya. Praktikan mampu

menjelaskan berbagai jenis sistem PLTS, seperti *on-grid*, *hybrid*, dan *off-grid*, serta komponen utama yang digunakan, antara lain inverter, baterai, dan panel surya (PV). Keterampilan ini membantu memperkuat komunikasi teknis dalam proses penawaran dan meningkatkan pemahaman klien terhadap solusi energi surya yang ditawarkan oleh perusahaan.



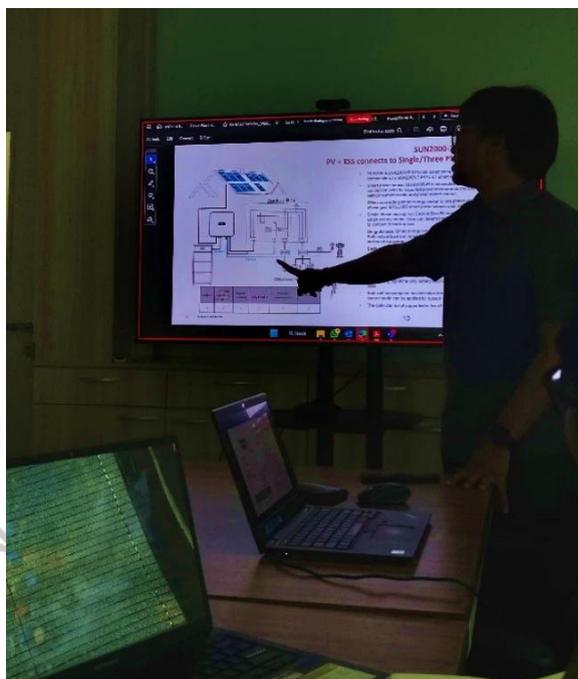
**Gambar 3. 29 Menjelaskan Sistem PLTS**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

#### 4. Kesempatan *Training* mengenai sistem kelistrikan pada PLTS

Praktikan turut serta dalam pelatihan yang membahas sistem kelistrikan pada panel surya dan baterai, guna memahami cara kerja dan instalasi dasar dari sistem energi terbarukan tersebut.



**Gambar 3. 30 Training Produk Huawei**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*



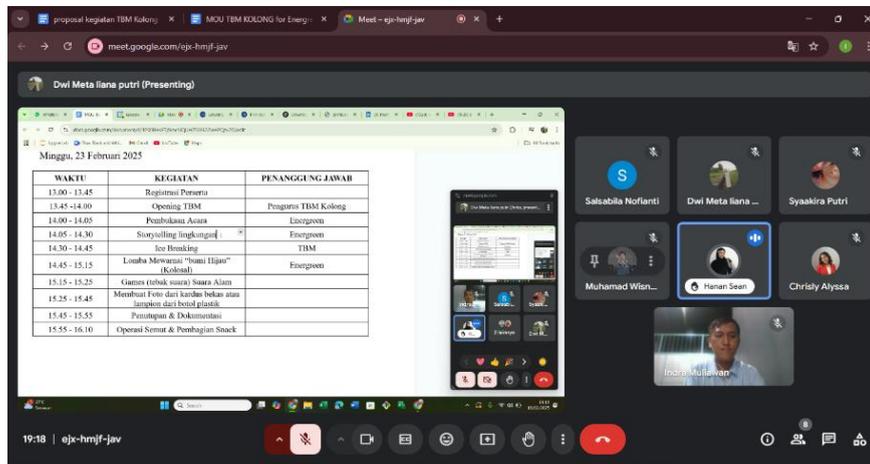
**Gambar 3. 31 Pemaparan Materi sistem listrik PLTS**  
*Sumber : Dokumen Pribadi*

#### 5. Sebagai PIC dari Komunitas Energreen

Energreen merupakan komunitas yang dibentuk oleh *founder* PT Infiniti Energi Indonesia dengan tujuan memberikan edukasi serta meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan mengenal energi terbarukan. Komunitas ini aktif mengadakan berbagai kegiatan seperti, webinar edukatif, hingga kolaborasi sosial.

Sebagai praktikan, saya dipercaya oleh CEO & *founder* menjadi penanggung jawab dari komunitas ini. Tugas utama saya adalah merancang program kerja Energreen, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan kegiatan, hingga pelaporan dan evaluasi. Dalam peran ini, saya juga berkoordinasi dengan berbagai pihak internal dan eksternal untuk memastikan keberhasilan program.

Sehingga dalam menjalankan komunitas ini, praktikan mendapatkan pengalaman berharga dalam membuat kegiatan, meningkatkan komunikasi tim, dan belajar kepemimpinan. Selain itu, keterlibatan dalam isu lingkungan dan energi terbarukan memperluas wawasan dan menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial dalam diri saya sebagai bagian dari generasi muda yang peduli terhadap masa depan bumi.



**Gambar 3. 32 Briefing Energreen x TBM Kolong**  
 Sumber : Dokumen Pribadi



**Gambar 3. 33 Sertifikat kegiatan Energreen x TBM Kolong**  
 Sumber : Dokumen Pribadi

### 3.3 Kendala Yang Dihadapi

Selama menjalankan peran sebagai *Corporate Partnership* di PT Infiniti Energi Indonesia, praktikan yang berasal dari Program Studi Manajemen menghadapi beberapa kendala yang berkaitan langsung dengan praktik pengembangan kerja sama bisnis, yaitu:

1. Kurangnya Pemahaman Awal tentang Produk Teknis

Karena latar belakang akademis praktikan berasal dari bidang manajemen, pemahaman terhadap produk memerlukan waktu untuk dipelajari sebelum

dapat menyampaikan informasi dengan percaya diri kepada calon mitra. Hal ini menjadi kendala bagi praktikan dalam memahami secara cepat spesifikasi teknis produk seperti sistem Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS), inverter, baterai, hingga konfigurasi sistem *on-grid*, *hybrid*, dan *off-grid*. Kurangnya pemahaman awal ini membuat praktikan perlu waktu tambahan sebelum dapat menyampaikan informasi produk secara akurat kepada mitra potensial. Kesulitan ini dialami oleh praktikan pada tahap awal pelaksanaan kerja profesi di PT Infiniti Energi Indonesia dan ketidakpahaman ini menyebabkan praktikan mengalami kesulitan dalam menyusun dokumen seperti MoU, NDA, dan SPK, khususnya pada bagian teknis terkait produk dan manfaatnya bagi mitra.

2. Kesulitan negosiasi dengan pihak eksternal

Sebagai mahasiswa Manajemen yang baru pertama kali terlibat langsung di dunia kerja, praktikan mengalami kendala dalam menghadapi situasi negosiasi dengan calon mitra, khususnya dalam menyusun argumen yang persuasif dan menangani keberatan atau meyakinkan mereka terhadap keunggulan penawaran perusahaan. Kesulitan dalam negosiasi ini muncul saat praktikan melakukan kunjungan ke perusahaan mitra dan menjelaskan skema kerja sama kepada calon klien.

3. Keterbatasan Jaringan Relasi (*Networking*)

Sebagai praktikan baru, praktikan belum memiliki jaringan profesional yang luas, sehingga proses pencarian mitra potensial memerlukan waktu yang lebih lama karena harus memulai riset dari nol tanpa dukungan referensi jaringan yang telah ada sebelumnya. Tidak adanya koneksi bisnis sebelumnya menyebabkan proses pencarian mitra potensial menjadi lebih menantang dan memakan waktu. Tantangan ini memperlambat tahapan awal komunikasi dan membutuhkan ketekunan ekstra untuk membangun komunikasi awal yang efektif dan profesional dengan mitra baru. Akibatnya, praktikan mengalami hambatan dalam menjalankan proses email marketing secara efektif dan tantangan dalam menjalankan pelaksanaan kegiatan *Retail Partnership*, *Community Partnership*, dan *Brand Partnership*.

4. Adaptasi dengan Budaya Kerja dan Koordinasi Antar Divisi

Praktikan memerlukan waktu untuk menyesuaikan diri dengan dinamika kerja tim lintas divisi seperti *Sales Engineer*, *Digital Marketing*, dan *Operation*,

terutama dalam menjaga kejelasan komunikasi dan alur kerja yang efisien.

### 3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, praktikan mengambil langkah-langkah berikut:

1. Belajar Negosiasi secara Praktis dan Bertahap

Praktikan mengamati gaya komunikasi dari tim *Sales* saat bertemu dengan mitra, serta meminta masukan langsung mengenai penyampaian yang lebih efektif. Praktikan juga belajar menyusun skrip agar lebih siap saat menjelaskan penawaran kerja sama. Selain itu, praktikan juga mendapatkan pelatihan negosiasi oleh tim *Sales Engineer*.

2. Diskusi dan Pendampingan *Mentoring*

Praktikan diberikan mentor dalam menjalankan tugasnya. Praktikan secara aktif berdiskusi terkait isi dan format NDA, MoU, serta proposal kemitraan. Praktikan juga membandingkan beberapa contoh dokumen untuk memahami struktur dan tujuannya secara kontekstual.

3. Inisiatif dalam Pencarian Mitra dan Pembuatan Database

Untuk mengatasi keterbatasan jaringan, praktikan melakukan riset mandiri melalui Google, LinkedIn, dan direktori bisnis untuk menyusun daftar calon mitra potensial, sekaligus membangun database kontak yang dapat digunakan tim ke depannya. Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari upaya mendukung pelaksanaan program *Retail Partnership*, *Community Partnership*, dan *Brand Partnership*, di mana setiap jenis kerja sama memerlukan pendekatan yang spesifik terhadap mitra yang relevan. Dengan tersusunnya database ini, proses komunikasi dan penjangkauan kerja sama dapat dilakukan secara lebih efisien, terarah, dan berkelanjutan.

4. Meningkatkan Kolaborasi Lintas Divisi

Praktikan secara aktif mengikuti *weekly meeting* dan tidak ragu untuk bertanya atau meminta klarifikasi dari divisi lain. Keterlibatan ini membantu membangun pemahaman bersama, memperlancar alur kerja, serta meningkatkan kemampuan komunikasi lintas fungsi.

### **3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi**

Melalui kerja profesi sebagai *Corporate Partnership* di PT Infinity Energi Indonesia, saya memperoleh pengalaman langsung dalam menjalin kemitraan strategis, menyusun proposal, serta membangun komunikasi bisnis. Saya juga terlibat lintas divisi, yang memperkaya pemahaman tentang kolaborasi tim, pengembangan bisnis, dan manajemen hubungan kerja profesional. Pengalaman ini meningkatkan keterampilan praktis, seperti negosiasi, komunikasi, kepemimpinan, serta adaptasi di lingkungan kerja nyata.

