

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

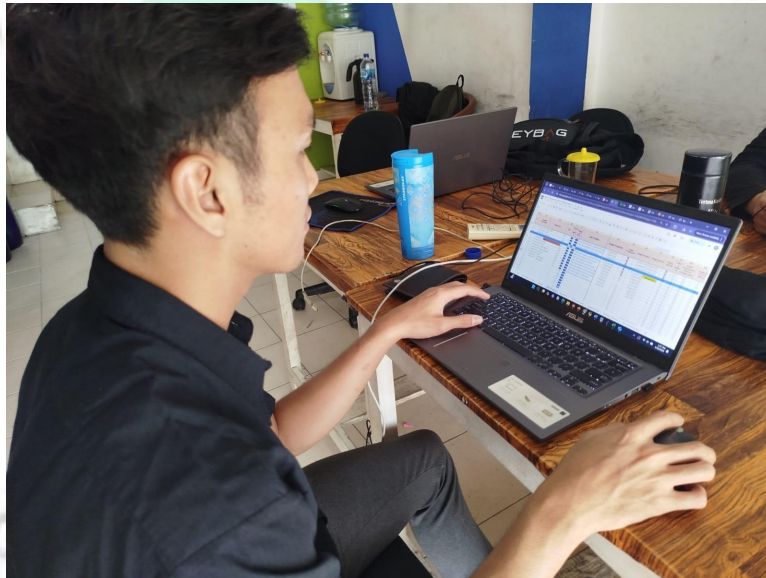
3.1 Bidang Kerja

Praktikan melaksanakan kerja profesi di Hagia Office, Pasar segar Graha Raya Blok RC1 no 32 Tangerang Selatan, Indonesia.. Pada saat melakukan kerja profesi, praktikan ditempatkan pada divisi *digital marketing* dan diberi tanggung jawab pada divisi *digital marketing* unit *KOL Specialist*. Selain itu praktikan diberi izin dan kesempatan untuk membantu unit konten kreator di divisi digital marketing yang ada di Hagia Cleaners. Pada saat melakukan pekerjaan yang diberikan oleh pihak kantor, praktikan diberikan masukan dan bimbingan mengenai arahan tugas untuk menghindari atau meminimalisir terjadinya kesalahan. Berikut tugas-tugas yang diberikan selama melaksanakan kegiatan kerja profesi:

1. Melakukan riset *influencer*
2. Mendata *influencer* terpilih
3. Menghubungi *influencer* (*follow up*)
4. Menawarkan kerjasama *barter value* dengan menjelaskan SOW
5. Menjalin komunikasi hingga terjadinya *deal* serta mendata *deal influencer*
6. Melakukan penjadwalan kerjasama, serta melakukan *follow up* hingga hari H pengerjaan
7. Melakukan *follow up upload* konten *reels* hingga ter *upload* di media sosial *influencer*
8. Mendata *influencer* yang telah mengupload di media social
9. Melakukan evaluasi dengan melihat data dari konten *reels* (*cost per view*) setelah 1 minggu ter *upload*
10. Rapat mingguan menyampaikan *progress* kerja dengan CEO

3.2 Pelaksanaan kerja

Dalam melaksanakan kerja profesi selama kurang lebih 4 bulan atau 480 jam (empat ratus delapan puluh) di PT Hagia Global Servis, praktikan menempati pekerjaan di Hagia Office pada tanggal 6 Januari 2025 sampai 5 Mei 2025. Pada hari pertama bekerja, praktikan berkenalan dengan para karyawan beserta jajarannya dan praktikan diajak untuk mengikuti pemaparan informasi terkait perusahaan, jasa perusahaan, serta *jobdesk* yang nantinya akan dijalani oleh praktikan selama 4 bulan kedepan.



Gambar 3.1 Proses Kerja Profesi

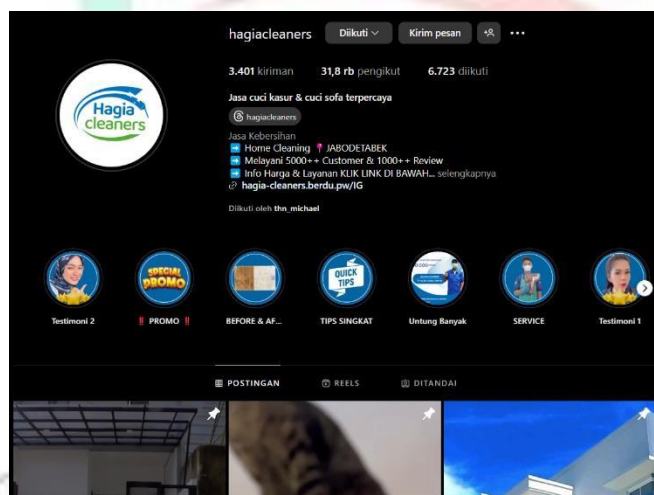
Sumber: Dokumen Pribadi, 2025

Praktikan diberikan jam kerja yang sudah ditetapkan yaitu dimulai dari jam 09.00 sampai 16.00 WIB. Praktikan sudah diarahkan oleh pembimbing kerja mengenai lingkungan kerja sehingga pencapaian kerja profesi sesuai dengan acuan yang ditetapkan oleh Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya. Selain itu, praktikan menerapkan diri untuk mampu menjaga kedisiplinan, profesionalitas, serta sopan santun terhadap seluruh pimpinan maupun karyawan yang

ada di lingkungan kantor. Berikut rincian tugas yang dilakukan oleh praktikan selama melakukan kerja profesi, yaitu:

3.2.1 Melakukan riset *influencer*

Praktikan diberikan wewenang untuk melakukan riset *influencer* yang dirasa cocok untuk merek dan jasa dari Hagia Cleaners, oleh karena itu praktikan diberi fasilitas sosial media dari Hagia Cleaners yaitu Instagram. Praktikan mencari *influencer* yang cocok dan tepat untuk diajak kerja sama dan kebanyakan *influencer* yang praktikan ambil adalah ibu-ibu muda dan ibu-ibu yang memiliki komunitas yang besar terkait *influencer*. *Market target* dari Hagia Cleaners sendiri adalah Ibu-ibu berusia 25-50 tahun dengan kondisi ekonomi menengah ke atas, maka pemilihan *influencer* juga harus memiliki kategori yang sama serta pengikut yang luas.



Gambar 3.2 Sosial Media Hagia Cleaners

3.2.2 Pendataan hasil riset *influencer*

Setelah melakukan riset *influencer* melalui sosial media Hagia Cleaners, langkah selanjutnya praktikan harus mendata *influencer* di *spreadsheet* excel milik perusahaan. Saat melakukan pendataan harus memastikan bahwa apa yang di data, datanya akurat dengan data asli dari sosial media serta percakapan di sosial media

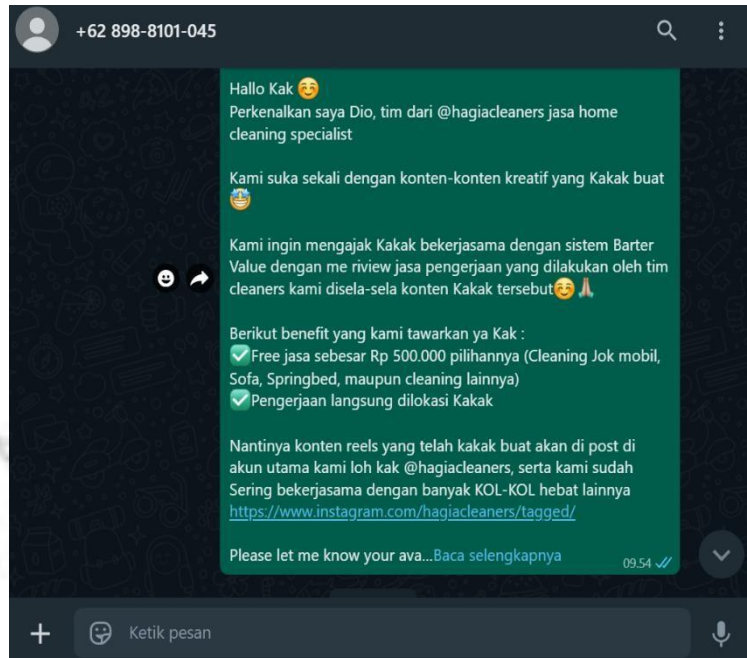
dengan influencer. Data yang sudah di data akan menjadi *database* perusahaan sehingga bisa menjadi acuan strategi bagi perusahaan.

No	Tanggal Pencarian	Nama Influencer	PIC	Sosial Media	Kategori KOL	LINK SOSMED	No Telp	Lokasi	Followers	Rata-rata View	Dihubung
3295	31 Januari 2025	@rumahpupu	Dio	insta	Home	https://www.instagram.com/rumahpupu/	85701009117		500k	2.5k	
3296	31 Januari 2025	@rumahmaya	Dio	insta	Home	https://www.instagram.com/rumahmaya/			500k	2.8k	
3297	31 Januari 2025	@keysa_home	Dio	insta	Home	https://www.instagram.com/keysa_home/			500k	13k	
3298	4 Februari 2025	@breastfeedo mom	Dio	insta	Doctor	https://www.instagram.com/breastfeedo mom/	895329856761		1 jt	458k	Reachout di 14
3299	4 Februari 2025	@buuncil	Dio	insta	Digital creator, lifestyle	https://www.instagram.com/buuncil/	678-7060-8089		1 jt	496k	
3300	4 Februari 2025	@shincan 31	Dio	insta	Video Creator	https://www.instagram.com/shincan 31/	82393393775		500k	39.3k	
3301	4 Februari 2025	@antikaantik	Dio	insta	Mom and lifestyle	https://www.instagram.com/antikaantik/	628126607644		750k	150k	
3302	4 Februari 2025	@puspartari	Dio	insta	Mom and daily life	https://www.instagram.com/puspartari/			500k	26.3k	
3303	4 Februari 2025	@hay ilaa	Dio	insta	Content and couple	https://www.instagram.com/hay ilaa/	82177676800		750k	116k	
3304	4 Februari 2025	@yevi yolanda	Dio	insta	Fashion and mom	https://www.instagram.com/yevi yolanda/	8991228158		500k	12.3k	
3305	4 Februari 2025	@Restiastra	Dio	insta	Mom and baby, lifestyle	https://www.instagram.com/Restiastra/	81380692720		500k	5k	
3306	4 Februari 2025	@saframndrop	Dio	insta	Mom, lifestyle	https://www.instagram.com/saframndrop/	812-1009-4881		500k	41.6k	
3307	4 Februari 2025	@selsachibylhachi	Dio	insta	daily life and mom	https://www.instagram.com/selsachibylhachi/			750k	100k	
3308	4 Februari 2025	@selsakleindia	Dio	insta	Mom	https://www.instagram.com/selsakleindia/			500k	5k	
3309	4 Februari 2025	@deviesyup	Dio	insta	Mom and daily life	https://www.instagram.com/deviesyup/	81333181756		500k	22.5k	reach out end
3310	4 Februari 2025	@bellanurandip	Dio	insta	Mom	https://www.instagram.com/bellanurandip/			500k	13.7k	
3311	4 Februari 2025	@labashi	Dio	insta	Mom	https://www.instagram.com/labashi/			500k	32.4k	
3312	4 Februari 2025	@humbeli	Dio	insta	Mom	https://www.instagram.com/humbeli/			500k	12.5k	
3313	4 Februari 2025	@mamacalans	Dio	insta	Mom	https://www.instagram.com/mamacalans/			500k	10.4k	

Gambar 3.3 Spreadsheet riset influencer Hagia Cleaners

3.2.3 Menawarkan kerja sama *barter value* kepada *influencer* terpilih

Praktikan diberi fasilitas WhatsApp kantor untuk menghubungi *influencer* terpilih dengan menjelaskan keuntungan *barter value* yang di dapat oleh *influencer* tersebut. Keuntungan yang di dapat tergantung kepada kualitas serta jumlah *followers* dan konten-konten di sosial media *influencer*. Tak hanya sampai di situ, praktikan juga harus memberikan dan menjelaskan SOW (*Statement of Work*) yang nantinya akan menjadi kesepakatan kerja sama yang di setuju kedua belah pihak. Praktikan harus menjalani komunikasi secara baik dan menarik agar bisa terciptanya *deal* antara *influencer* dan perusahaan untuk bekerja sama.



Gambar 3.4 Proses penawaran kerja sama

3.2.4 Penjadwalan dan pendataan *deal influencer*

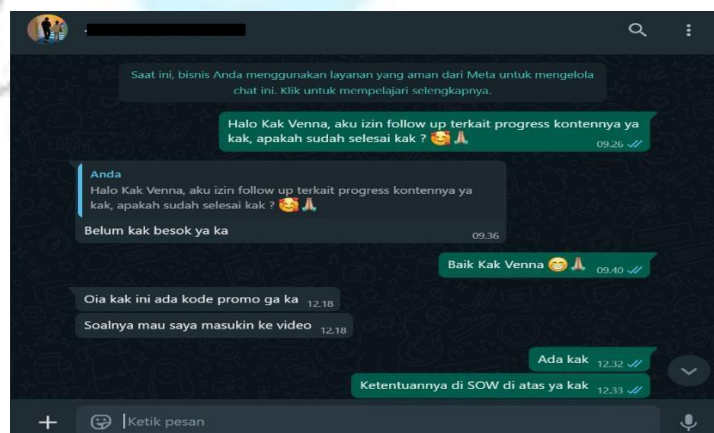
Influencer yang sudah *deal* akan langsung praktikan jadwalkan tanggal pengerjaan kerja sama berdasarkan persetujuan *influencer* yang bersangkutan. Jika sudah ketemu tanggal yang cocok antara perusahaan dengan *influencer*, maka tahap selanjutnya praktikan akan mendata data *influencer* seperti Alamat, nomor telfon, sosial media, hingga tanggal pengerjaan di *spreadsheet* milik perusahaan. *Follow up* terkait pengerjaan akan praktikan lakukan terus hingga hari H pengerjaan berupa reminder kepada *influencer* yang bersangkutan.

X230																
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1	264	228	231	226	46	211	176					229	218	223	224	221
2																
3	No	Tanggal Pencarian	Nama KOL	PIC	Sosial Media	Kategori KOL	LINK SOSMED	Rate Card	Dihubungi	Deal	Rate Card	Konten	Tanggal Pengerjaan			
210																
211	226	14 Januari 2025	Rini Media	Dio			https://www.instagram.com/rinimedia/		14 Januari 2025	14 Januari 2025	Hagia Living	Reels + story	20 Januari 2025			
212	219	20 Januari 2025	Inara	Dio			https://www.instagram.com/inarapuncelreels/		20 Januari 2025	21 Januari 2025	Hagia Bed	Reels + story	29 Januari 2025			
213	215	14 Januari 2025	Olen Pasaribu	Dio			https://www.instagram.com/olen_pasaribu/		14 Januari 2025	14 Januari 2025	Hagia Bed, Hagia auto, hagia living	Reels + Story	23 Januari 2025			
214	220	31 Januari 2025	Aulia Denny	Dio			https://www.instagram.com/denny_diani/		31 Januari 2025	2 Februari 2025	Hagia Bed	Reels + story	10 Februari 2025			
215	221	31 Januari 2025	Bunga Indah	Dio			https://www.instagram.com/bungaindah_katit/		31 Januari 2025	3 Februari 2025	Hagia Living	Reels + story	11 Februari 2025			
216	222	3 Maret 2025	Yeni Yolandia	Dio			https://www.instagram.com/yeni.yolandia/		3 Maret 2025	4 Maret 2025	Hagia Bed	Reels + story	18 Februari 2025			
217	216	19 Februari 2025	Kadek Dwi Astul	Dio			https://www.instagram.com/kadekdwiastul/		19 Februari 2025	19 Februari 2025	Hagia living and protect	Reels + story	21 Februari 2025			
218	225	6 Februari 2025	Dini Ayu	Dio			https://www.instagram.com/diniayul/		6 Februari 2025	6 Februari 2025	Hagia Auto	Reels + story	26 Februari 2025			
219	223	4 Februari 2025	dewi taraswati	Dio			https://www.instagram.com/dewitarasw_reels/		4 Februari 2025	6 Maret 2025	Hagia Bed	Reels + story	28 Februari 2025			
220	227	11 Februari 2025	Siti Jaenab	Dio			https://www.instagram.com/sitijanaab/		11 Februari 2025	11 Februari 2025	Hagia Living and Bed	Reels + story	4 Maret 2025			
221	224	5 Januari 2025	Vena	Dio			https://www.tiktok.com/@miss.venna?_r=1v		3 Maret 2025	10 Februari 2025	Hagia Bed	Reels + Story	3 Maret 2025			
222	231	10 Februari 2025	Vera Widya	Dio			https://www.instagram.com/upianduna/reels/		10 Februari 2025	18 Februari 2025	Hagia Bed	Reels + story	12 Maret 2025			
223	229	12 Februari 2025	Nia	Dio			https://www.instagram.com/niahrinromani/		12 Februari 2025	17 Februari 2025	Hagia living	Reels + Story	18 Maret 2025			
224	228	3 Februari 2025	dewi ayu	Dio			https://www.instagram.com/dewiayup/		3 Februari 2025	13 Februari 2025	Hagia Living	Reels + Story	14 Maret 2025			
225																
226	217	13 Januari 2025	Adam	Dio			https://www.instagram.com/adamzaynaldi/		20 Januari 2025	20 Januari 2025	Hagia Auto	Reels	4 Februari 2025			
227	230	11 Februari 2025	Hifzah	Dio			https://www.instagram.com/hifzahalreels/		11 Februari 2025	18 Februari 2025	Hagia Living	Reels	18 Maret 2025			
228	233	19 Februari 2025	Dita	Dio			https://www.instagram.com/ditacat/		19 Februari 2025	5 Maret 2025	Hagia Living	IG Stories	24 Maret 2025			
229	236	26 Maret 2025	Wulan Rabani	Dio			https://www.instagram.com/wulanrabani/		25 Maret 2025	26 Maret 2025	Hagia protect dan hagia bed	Reels	12 April 2025			
+ ≡ Riset Influencer Terbaru - Sheet26 - Jadwal Posting - Daily Activity - Cek Rate Card View - Kolaborator ADS - Database Influencer - KOL yang terkendala - Ar																

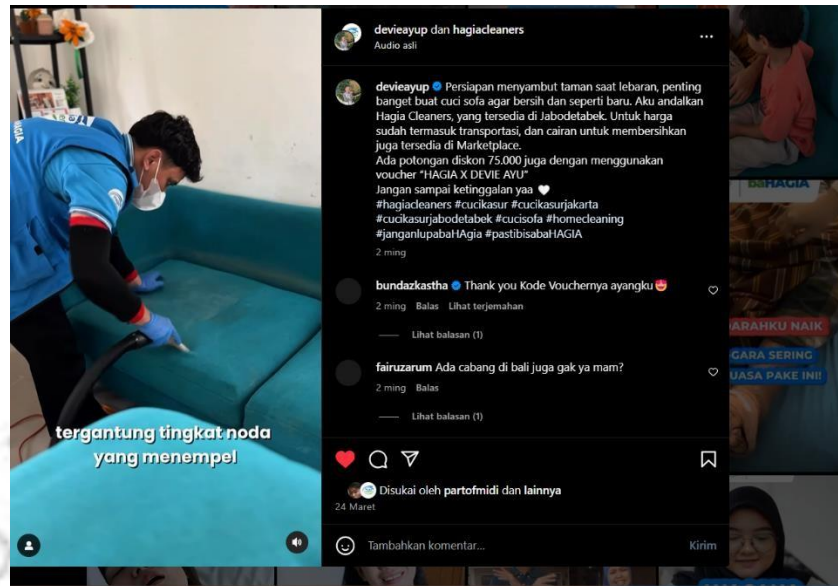
Gambar 3.5 Spreadsheet penjadwalan kerjasama

3.2.5 Follow Up progress konten reels influencer

Setelah *influencer* telah menerima jasa *cleaning*, praktikan harus melakukan *follow up* mengenai *progress* pembuatan konten *reels* setelah 6 hari penjadwalan kerja sama. Hal ini dikarenakan *influencer* harus mengupload konten *reels* di media sosialnya setelah 7 hari pengerjaan *cleaning*. Setelah *influencer* mengupload konten *reels* di media sosialnya, praktikan harus mendata link konten *reels* nya di *spreadsheet* untuk dianalisa lebih lanjut.



Gambar 3.6 Proses *follow up* progress konten reels



Gambar 3.7 Konten yang sudah terupload

3.2.6 Menganalisa hasil konten *influencer*

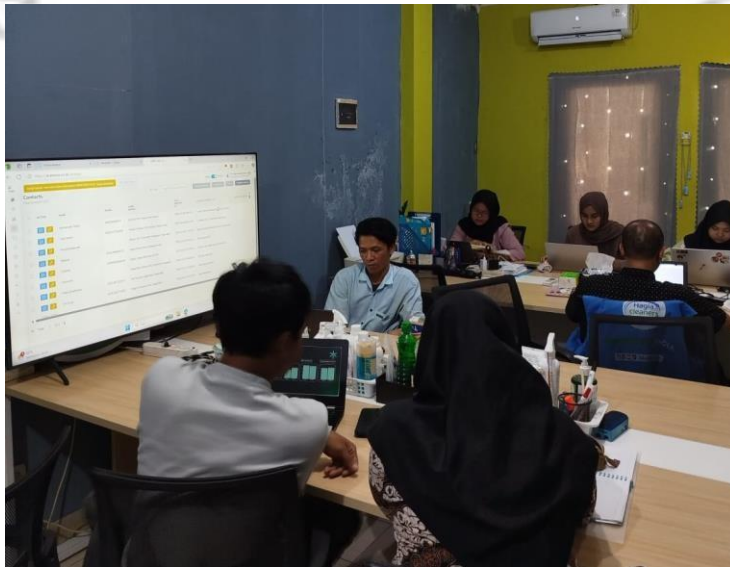
Setelah 7 hari terupload, konten akan dianalisa lebih lanjut oleh praktikan di *spreadsheet* untuk mengetahui hasil kualitas konten. Untuk mengetahui kualitas konten, akan dilihat dari *Cost per View* yang ada di *Spreadsheet*. Konten dikatakan bagus (*winning*) apabila angka *Cost per View* tidak melebihi 60 dan dibawah 60.

Minggu 1										
Tanggal Pencarian	Nama KOL	PIC	Sosia I Medi a	Kateg ori KOL	LINK SOSMED	Viewer	Like	Coment	Share	Save
14 Januari 2025	Rini Media	Do			https://www.instagram.com/rinimedia/	5.961	308	15		
20 Januari 2025	Inara	Do			https://www.instagram.com/inrapunzelireta/	762	243	28		
14 Januari 2025	Glen Pasaribu	Do			https://www.instagram.com/glen_pasaribu/	1.962	30	9		
31 Januari 2025	Aulia Denny	Do			https://www.instagram.com/denny.diani/	1.185	42	26		
31 Januari 2025	Bunga Indah	Do			https://www.instagram.com/casa_de_kati/	2.687	100	140		
3 Maret 2025	Yeni Yolanda	Do			https://www.instagram.com/yeni.yolanda/	19.000	300	55		
19 Februari 2025	Kadek Dwi Astuti	Do			https://www.instagram.com/mamawidwitee/	971	38	12		
6 Februari 2025	Dini Ayu	Do			https://www.instagram.com/diniayua/	75.591	1.200	48		
4 Februari 2025	dewi taraswati	Do			https://www.instagram.com/dwitarasw_troels/	8.900	558	21		
11 Februari 2025	Sib Jaenab	Do			https://www.instagram.com/umamah.zafar/	645	29	11		
5 Januari 2025	Vena	Do			https://www.tiktok.com/@miss.vena?_t=ZB9					
10 Februari 2025	Vena Widya	Do			https://www.instagram.com/uplandanaireta/	7.800	55	40		
12 Februari 2025	Nia	Do			https://www.instagram.com/umamahomomony/	1.443	52	30		
3 Februari 2025	devie ayu	Do			https://www.instagram.com/devieayup/	6.778	183	18		
19 Februari 2025	Ditta	Do			https://www.instagram.com/ditcar/					
11 Februari 2025	hifziah	Do			https://www.instagram.com/hifziahreza/					
13 Januari 2025	Adam	Do			https://www.instagram.com/adamzaynab/					

Gambar 3.8 Spreadsheet penilaian konten

3.2.7 *Weekly progress meeting*

Praktikan akan rutin mengikuti *weekly progress meeting* dengan pembimbing lapangan, teman magang, serta CEO (jika ada). Di *meeting* tersebut praktikan akan menyampaikan apa saja yang dikerjakan selama 1 minggu, hasil yang sudah dikerjakan, dan kendala yang dihadapi. Kemudian pembimbing lapangan dan juga CEO akan memberikan tanggapan, serta saran untuk setiap minggu kedepannya terkait kinerja praktikan.



Gambar 3.9 *Weekly progress meeting*

3.3 Kendala yang dihadapi

Dalam melaksanakan kerja profesi di PT Hagia Global Servis, praktikan mengalami beberapa kendala atau kesulitan dalam melaksanakan atau menyelesaikan beberapa tugas dan pekerjaan yang telah diberikan. Kendala yang ada dalam masa kerja profesi membuat praktikan untuk berfikir lebih dalam dan bekerja lebih keras agar permasalahan yang ada dapat terselesaikan dengan baik melalui motivasi yang muncul di benak praktikan.

3.3.1 Menemukan KOL yang tepat

Praktikan terkadang memiliki kendala dalam mencari KOL yang benar-benar relevan dengan merek dan target *audiens* bisa sangat sulit, cukup jarang juga mendapatkan *customer* juga yang menginginkan jasa dari Hagia dengan kode promo KOL yang telah bekerja sama dengan Hagia. Lalu, KOL dengan pengikut besar tidak selalu menjamin kesesuaian nilai atau efektivitas kampanye, seringkali mereka membeli jumlah *like* ataupun *comment*.

3.3.2 Membangun dan Memelihara Hubungan dengan KOL

KOL sering kali memiliki jadwal yang padat dan sulit dihubungi, sehingga cukup memakan waktu dalam menjalin komunikasi serta mencari kata “sepakat” dalam bekerja sama. Kemudian praktikan harus membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan sehingga membutuhkan waktu dan upaya *extra*.

3.3.3 Mengukur Efektivitas Kampanye

Praktikan turut mengukur ROI (*Return on Investment*) dari kampanye KOL, hal ini bisa menjadi sulit terutama dalam hal kesadaran merek atau keterlibatan. Lalu, hal semacam metrik seperti jumlah pengikut atau suka tidak selalu mencerminkan dampak kampanye yang sebenarnya.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Pada saat praktikan mendapatkan atau berada didalam kendala dalam bekerja, praktikan mencoba terlebih dahulu memecahkan permasalahan dengan pemikiran diri sendiri. Apabila Praktikan tidak sanggup memecahkan masalah

atau menanggung beban kemudian praktikan meminta bantuan antara karyawan pihak kantor untuk memberikan solusi.

3.4.1 Mengatasi Menemukan KOL yang Tepat

Dalam mengatasi *challenge* ini, praktikan telah lakukan riset mendalam tentang KOL, termasuk demografi pengikut, tingkat keterlibatan, dan kesesuaian nilai dengan merek. Kemudian praktikan juga menggunakan spreadsheet analisis media sosial untuk membantu mengidentifikasi KOL yang tepat. Dan yang terakhir, praktikan ikut mempertimbangkan KOL mikro atau nano yang mungkin memiliki audiens yang lebih tertarget dan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi.

3.4.2 Mengatasi Membangun dan Memelihara Hubungan dengan KOL

Dalam *challenge* ini biasanya praktikan membangun komunikasi yang jelas, profesional, dan menarik dengan KOL. Kemudian praktikan juga menghargai waktu dan upaya KOL, serta memberikan mereka kebebasan kreatif dalam pembuatan konten. Alhasil terciptanya hubungan yang lebih personal serta kepercayaan pada Hagia.

3.4.3 Mengatasi Mengukur Efektivitas Kampanye

Yang biasanya praktikan lakukan adalah menetapkan tujuan kampanye yang jelas dan terukur. Lalu praktikan juga menggunakan berbagai metrik untuk mengevaluasi kampanye, seperti tingkat keterlibatan, jangkauan, lalu lintas situs web, dan konversi. Terkadang juga praktikan menggunakan analisis media sosial untuk melacak kinerja kampanye.

3.5 Pembelajaran yang Didapat dari Kerja Profesi

Dalam masa kerja profesi yang berlangsung selama empat bulan, praktikan selalu mendapatkan informasi pengetahuan dan bimbingan dari pembimbing kerja pratikan serta karyawan lainnya yang bekerja di Hagia Cleaners. Praktikan mendapatkan hal-hal baru yang baru praktikan ketahui ketika bekerja di Hagia Cleaners. selain itu, praktikan menyadari bahwa pentingnya tanggung jawab dalam dunia kerja dan proses pembelajaran selama menjalankan kegiatan ini. Banyak pembelajaran lainnya yang praktikan peroleh, antara lain:

1. Keterampilan Komunikasi yang Kuat

Pekerjaan praktikan ini menuntut kemampuan komunikasi yang baik, baik secara lisan maupun tulisan. KOL Specialist harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan KOL, memahami kebutuhan mereka, dan menyampaikan pesan merek dengan jelas.

2. Kemampuan Negosiasi

Bagi praktikan, keterampilan negosiasi sangat penting untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik merek maupun KOL. Hal ini mencakup negosiasi jasa yang akan diberikan, cakupan pekerjaan, dan hak penggunaan konten.

3. Kemampuan Membangun Hubungan

Praktikan belajar bagaimana membangun dan memelihara hubungan baik dengan KOL sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang. Hal ini mencakup kemampuan untuk membangun kepercayaan, menghargai pendapat KOL, dan bekerja sama secara efektif.

4. Manajemen Proyek

Praktikan sebagai KOL *Specialist* sering kali mengelola beberapa KOL dalam satu bulan sekaligus, sehingga keterampilan manajemen proyek yang baik sangat penting. Hal ini mencakup kemampuan untuk mengatur waktu, anggaran, dan sumber daya manusia (*cleaners*) secara efektif.

5. Analisis Data

Praktikan sebagai KOL *Specialist* harus mampu menganalisis data metrik konten KOL untuk mengukur efektivitasnya melalui cek rata-rata view. Hal ini mencakup pemahaman tentang metrik seperti jangkauan, keterlibatan, dan konversi.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan pelaksanaan Kerja Profesi (KP) yang telah dilakukan di Hagia Office, PT Hagia Global Servis, dapat disimpulkan bahwa praktikan telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan.

1. Peningkatan Kompetensi dan Pengetahuan dalam Bidang Manajemen Marketing dan Manajemen SDM

Praktikan secara signifikan telah meningkatkan kompetensi di bidang Manajemen Marketing melalui peran sebagai KOL Specialist di divisi digital marketing. Tugas-tugas seperti riset influencer, mendata influencer, menjalin komunikasi dan negosiasi barter value, melakukan penjadwalan, hingga menganalisis efektivitas konten (cost per view) secara langsung mengasah keterampilan praktikan dalam manajemen kampanye digital dan strategi pemasaran influencer. Pengalaman membantu unit konten kreator juga memperluas wawasan praktikan dalam produksi materi promosi. Meskipun fokus utama adalah marketing, aspek Manajemen SDM juga terasah secara tidak langsung melalui interaksi profesional dengan berbagai pihak (influencer, CEO, rekan kerja), serta pengalaman dalam membangun dan memelihara hubungan kerja. Praktikan juga belajar tentang pentingnya tanggung jawab dan disiplin dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Implementasi Teori dan Kemampuan Memberikan Solusi

Praktikan mampu mengimplementasikan dan mengelaborasi teori ilmu yang didapatkan selama perkuliahan, terutama dalam bidang pemasaran digital dan komunikasi bisnis. Misalnya, konsep riset pasar diaplikasikan dalam riset influencer, prinsip negosiasi digunakan dalam penawaran kerjasama barter