

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

value, dan analisis data diterapkan dalam evaluasi efektivitas kampanye. Praktikan juga menunjukkan kemampuan dalam menghadapi dan mengatasi kendala yang muncul, seperti kesulitan menemukan KOL yang tepat, membangun dan memelihara hubungan dengan KOL, serta mengukur efektivitas kampanye. Dengan inisiatif mencari solusi mandiri dan berani meminta bantuan saat dibutuhkan, praktikan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

3. Pengasahan Sikap Disiplin, Inisiatif, Bertanggung Jawab, dan Cepat Tanggap

Selama pelaksanaan KP, praktikan secara konsisten menerapkan sikap disiplin dengan mengikuti jam kerja yang telah ditetapkan dan menyelesaikan tugas tepat waktu. Inisiatif ditunjukkan melalui upaya mandiri dalam mencari solusi kendala dan eksplorasi KOL. Praktikan juga menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap setiap tugas yang diberikan, mulai dari detail pendataan hingga follow up, serta cepat tanggap dalam merespon komunikasi dan perubahan di lingkungan kerja. Sikap profesionalitas dan sopan santun terhadap seluruh pimpinan dan karyawan juga senantiasa dijaga, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif.

Secara keseluruhan, Kerja Profesi ini memberikan pengalaman komprehensif bagi praktikan untuk terjun langsung ke dunia kerja, mengaplikasikan ilmu yang didapat, mengembangkan keterampilan praktis, serta membentuk sikap profesional yang krusial untuk karir di masa depan. Praktikan berhasil memenuhi semua tujuan KP melalui penempatan di divisi digital marketing, khususnya sebagai KOL Specialist, di Hagia Office.

4.2 Saran

Dalam melaksanakan kerja profesi praktikan melakukannya sesuai dengan sistem dan ketentuan yang telah ada. Dalam tahap persiapan pratikan menjalankan sistem yang telah diberikan oleh Universitas Pembangunan Jaya. Dalam tahap pelaksanaan kerja profesi di PT Hagia Global Servis Graha Raya, praktikan telah melaksanakan sistem yang sudah dimiliki oleh perusahaan. Namun praktikan memiliki berbagai saran yang dapat membangun dan dapat menjadi bahan pertimbangan yang positif untuk kedepannya, yaitu:

4.2.1 Bagi Perusahaan

i. Optimalisasi Strategi Riset dan Pemilihan KOL

□ Pemanfaatan Data Analitik Lanjutan:

Hagia Cleaners dapat mempertimbangkan investasi pada *tools* analitik media sosial yang lebih canggih. *Tools* ini tidak hanya menampilkan jumlah *followers* atau *likes*, tetapi juga demografi audiens KOL secara lebih granular, tingkat keterlibatan autentik (*engagement rate*), serta analisis sentimen komentar. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi KOL yang memiliki audiens yang lebih loyal dan relevan dengan target pasar Hagia Cleaners (ibu-ibu usia 25-50 tahun dengan kondisi ekonomi menengah ke atas) dan meminimalkan risiko *influencer* dengan *fake followers* atau *engagement*.

□ Eksplorasi KOL Mikro dan Nano dengan Niche yang Kuat:

Seperti yang praktikan sudah coba atasi, KOL mikro (10.000-100.000 *followers*) dan nano (<10.000 *followers*) seringkali memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dan audiens yang sangat spesifik (*niche*). Meskipun jangkauannya lebih kecil, konversi yang dihasilkan bisa lebih tinggi karena hubungan yang lebih personal dengan audiens. Hagia Cleaners dapat melakukan uji coba dengan kolaborasi lebih banyak

dengan KOL kategori ini untuk melihat efektivitas *cost per view* dan konversi, terutama untuk layanan jasa kebersihan spesifik.

- **Pembuatan Persona KOL Ideal:** Dengan mengidentifikasi lebih jauh karakteristik KOL yang paling sukses sebelumnya (misalnya, jenis konten yang mereka buat, gaya komunikasi, atau bahkan topik lain yang sering mereka bahas), Hagia Cleaners dapat membuat "persona KOL ideal" yang akan mempermudah proses riset dan seleksi di masa mendatang.

ii. **Peningkatan Kualitas Komunikasi dan Membangun Hubungan Jangka Panjang dengan KOL**

- **Personalisasi Pendekatan Awal:** Selain penawaran *barter value* dan SOW, upayakan untuk melakukan riset singkat tentang setiap KOL sebelum dihubungi. Sebutkan secara spesifik mengapa Hagia Cleaners merasa mereka cocok atau berikan apresiasi terhadap salah satu konten mereka. Pendekatan yang lebih personal ini dapat meningkatkan peluang mereka merespons dan merasa lebih dihargai.

- **Sistem CRM (Customer Relationship Management) untuk KOL:** Menggunakan *tools* CRM sederhana atau bahkan spreadsheet yang lebih terstruktur untuk melacak semua interaksi dengan KOL, dari kontak pertama, negosiasi, jadwal, hingga evaluasi pasca-kampanye, dapat membantu tim KOL Specialist mengelola hubungan secara lebih efisien dan personal, serta tidak melewatkan *follow-up* penting.

- **Inisiatif Pengelolaan Komunitas KOL:** Pertimbangkan untuk membentuk sebuah *database* atau bahkan *mailing list* khusus untuk KOL yang pernah bekerja sama. Berikan *update* mengenai promo terbaru, tips kebersihan dari Hagia, atau bahkan sesekali tanyakan *feedback* mereka. Hal ini dapat memupuk hubungan jangka panjang

dan menjadikan mereka "advokat" merek Hagia Cleaners secara sukarela.

4.2.2 Bagi Universitas

- 1) Dalam melakukan sosialisasi informasi terkait kerja profesi secara lengkap dan komprehensif. Informasi yang diberikan pun harus jelas dan merata kepada seluruh mahasiswa yang terkait.
- 2) Berbagai keputusan atau informasi yang diberikan kepada mahasiswa harus memiliki pemahaman yang sama, agar mahasiswa tidak mengalami kendala pada saat menanyakan perihal Kerja Profesi. Jalan informasi antara satu dengan yang lainnya merupakan kendala mahasiswa untuk mendapatkan informasi mengenai sistematis kerja profesi.
- 3) Pemberdayaan mahasiswa perlu ditingkatkan dalam dukungan yang komprehensif untuk kesejahteraan mahasiswa. Dengan memberikan dorongan agar mahasiswa dapat berpartisipasi dan mempersiapkan Kerja Profesi dengan baik.

4.2.3 Bagi Mahasiswa

- a. Mempersiapkan segala kebutuhan dokumen dan administrasi terkait kerja profesi dari jauh hari sebelum masa kerja profesi usai. Tidak perlu menunda-nunda untuk melengkapi dokumen yang dibutuhkan.
- b. Mendengarkan dan menerima umpan balik yang merupakan peluang berharga untuk pertumbuhan pribadi dan profesional. Mahasiswa harus memiliki kesadaran dalam menghadapi situasi yang ada dengan tidak ragu bertanya mengenai hal apa yang harus diperbaiki dan lakukan perbaikan.

c. Setelah menjalankan Kerja Profesi, mahasiswa diharapkan selalu siap belajar dengan lihat setiap tugas sebagai kesempatan untuk belajar. Memiliki keinginan untuk mencoba hal-hal baru dan keluar

