

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA PROFESI

#### 3.1 Bidang Kerja

Dalam kesempatan menjalankan kegiatan Kerja Profesi, praktikan ditempatkan pada Divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY* (CBS) PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk. Divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY* merupakan salah satu divisi yang memiliki peran penting dalam perusahaan karena segala bentuk strategi untuk kepentingan komersial seluruh unit bisnis perusahaan disusun dalam divisi ini. Secara umum, divisi ini memiliki tugas untuk merancang program serta strategi bisnis yang berfokus pada branding, pemasaran, dan aktivitas penjualan dengan menggunakan hasil analisis data. Divisi CBS terbagi menjadi departemen *Sales & Marketing Strategy*, *Brand Development & Activation*, serta *Marketing Data & Analytic*. Ruang lingkup pekerjaan dari divisi ini terbagi di dalam masing-masing departemen. Gambaran mengenai ruang lingkup pekerjaan pada divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY* dijelaskan pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3. 1 Ruang Lingkup Pekerjaan Divisi CBS

<b>Department</b>	<b>Job Description</b>
<b>Sales &amp; Marketing Strategy</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat proyeksi penjualan bulanan dan tahunan.</li><li>- Menyusun strategi penjualan (menetapkan harga, menentukan channel, dan waktu penjualan).</li><li>- Menyusun report hasil penjualan dari berbagai channel penjualan.</li><li>- Menganalisis data hasil penjualan dan mengevaluasi strategi penjualan berdasarkan hasil analisis data.</li></ul>

- 
- Memastikan seluruh target penjualan tercapai sesuai dengan proyeksi yang telah ditentukan.

---

**Department**

**Job Description**

---

**Brand Development & Activation**

- Menyusun rencana untuk aktivasi dan pengembangan brand melalui strategi branding dan komunikasi.
- Melakukan branding dan komunikasi melalui berbagai aktivitas seperti campaign, ads, komunikasi media sosial, dll.
- Mencari channel kerjasama untuk promosi brand.
- Menyusun *desain* komunikasi untuk penjualan, campaign, dan aktivitas brand.
- Mengevaluasi strategi branding dan memastikan strategi branding telah berjalan optimal sesuai dengan target perusahaan.

---

**Marketing Data & Analytic**

- Menyusun strategi untuk menganalisis kondisi internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.
  - Menganalisis kondisi makro yang berhubungan dengan strategi yang dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai performa perusahaan.
-

Berdasarkan penjelasan yang tercantum dalam tabel 3.1 diketahui bahwa masing-masing departemen memiliki tugas yang berbeda namun tetap memiliki keterkaitan satu sama lain. Departemen *Sales & Marketing Strategy* memiliki lingkup kerja untuk menyusun sebuah rencana pemasaran dan penjualan secara strategis. Dimulai dari menyusun proyeksi penjualan di setiap bulannya berdasarkan dengan jumlah pengunjung dan pendapatan di periode berikutnya untuk dapat mencapai target. Setelah menyusun proyeksi, departemen ini kemudian harus menyusun strategi penjualan untuk setiap unit bisnis yang ada di PT. Pembangunan Jaya Ancol mulai dari menetapkan harga jual, mencari channel kerjasama untuk penjualan seperti marketplace dan *E-Commerce* untuk melakukan penjualan, serta menentukan waktu penjualan sesuai dengan analisis data dari hasil penjualan dari periode sebelumnya.

Ketika strategi penjualan telah disusun dan dijalankan, departemen ini harus menyusun laporan hasil penjualan setiap unitnya dimana laporan dari hasil penjualan ini akan digunakan kembali untuk menganalisis apakah strategi yang sebelumnya dijalankan berhasil atau tidak. Pada tahap ini departemen ini harus mengevaluasi strategi yang telah dijalankan. Hasil dari analisis data tersebut juga akan digunakan kembali untuk menyusun strategi pada periode berikutnya dengan berorientasi kepada proyeksi yang telah ditentukan.

Departemen *Sales & Marketing Strategy* memiliki tanggung jawab untuk menyusun strategi penjualannya, sedangkan Departemen *Brand Development & Activation* memiliki tanggung jawab untuk berjalan beriringan untuk menyukseskan strategi dari Departemen *Sales & Marketing Strategy* melalui branding dan komunikasi. Harga yang telah ditetapkan oleh departemen *Sales & Marketing Strategy* akan dikomunikasikan oleh departemen *Brand Development & Activation*. Departemen ini akan menyusun strategi beserta materi komunikasi agar pengunjung tertarik untuk membeli produk perusahaan. Selain itu, departemen *Brand Development & Activation* harus menyusun strategi branding dan komunikasi untuk membangun *brand equity* (*awareness*, *loyalty*, dan *image*) perusahaan melalui setiap aktivitas yang dilakukan untuk mencapai target perusahaan.

Apabila strategi penjualan dan aktivasi brand sudah berjalan maka departemen *Marketing Data & Analytic* menganalisis kondisi makro yang dapat mempengaruhi strategi yang akan atau sudah dijalankan oleh kedua departemen lainnya. Selain itu departemen ini juga harus menyusun strategi dalam menganalisis kondisi eksternal dan internal serta menganalisis dampak dari setiap strategi yang dijalankan oleh departemen *Sales & Marketing Strategy* dan *Brand Development & Activation* kepada perusahaan. Apakah strategi tersebut berhasil karena banyak pengunjung yang tertarik atau sebaliknya.

### **3.2 Pelaksanaan Kerja**

Dalam melaksanakan kegiatan Kerja Profesi di divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk*, praktikan dibimbing oleh beberapa mentor di setiap departemen. Pada hari pertama pelaksanaan kerja profesi praktikan mengikuti weekly meeting yang dilakukan setiap minggu di hari Senin atau Selasa untuk membahas progres dari setiap departemen. Kemudian praktikan diberikan arahan oleh ibu Ticha Hestiningrum Desanti selaku Head Division bahwa selama 1 (Satu) bulan pertama praktikan harus melakukan observasi pekerjaan yang dilakukan oleh masing-masing departemen di divisi ini.

Ibu Ticha Hestiningrum Desanti kemudian menunjuk Bapak Daniel Windriatmoko selaku Head Department *Sales & Marketing Strategy* untuk menjadi pembimbing kerja bagi praktikan selama menjalankan kegiatan Kerja Profesi. Bapak Daniel Windriatmoko mengarahkan bahwa praktikan tidak hanya akan ditempatkan dalam satu departemen saja, tetapi akan mempelajari setiap departemen yang ada di divisi Commercial Business Strategy.

Sehingga pada departemen *Sales & Marketing Strategy*, praktikan dibimbing oleh bapak Daniel dan Ibu Karmilah. Pada departemen *Brand Development & Activation*, praktikan dibimbing oleh ibu Inda, dan pada departemen *Marketing & Data Analytic* praktikan dibimbing oleh Ibu Hanjar. Praktikan memulai kegiatan Kerja Profesi (KP) pada departemen *Sales & Marketing Strategy*, kemudian dilanjutkan pada departemen *Marketing & Data Analytic*, dan terakhir adalah departemen *Brand Development & Activation*.

Berikut adalah penjelasan mengenai kegiatan yang praktikan lakukan ketika menjalankan kegiatan Kerja Profesi (KP) di Divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY* PT Pembangunan Jaya Ancol. Tabel 3.2 menjelaskan mengenai kegiatan pada departemen *Sales & Marketing Strategy*, Tabel 3.3 menjelaskan kegiatan pada departemen *Brand Development & Activation*, dan Tabel 3.4 menjelaskan kegiatan pada departemen *Marketing & Data Analytic*.

**Tabel 3. 2 Kegiatan Pada Departemen *Sales & Marketing Strategy***

<b><i>Department</i></b>	<b><i>Job Description</i></b>
<b><i>Sales &amp; Marketing Strategy</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun <i>report</i> penjualan (pengunjung dan pendapatan) harian dari platform Ancol.com.</li> <li>• Menyusun rekapitulasi penjualan (pengunjung dan pendapatan) dari mitra kerja sama (retail dan <i>E-Commerce</i>).</li> <li>• Menyusun Deck untuk kerjasama <i>referral</i> Ancol dengan UCG dan BEM Universitas.</li> <li>• Membantu membuat <i>Design Deck</i> penawaran program kerjasama kepada OTA.</li> <li>• Menganalisis data waktu kunjungan pada <i>High season</i>.</li> </ul>

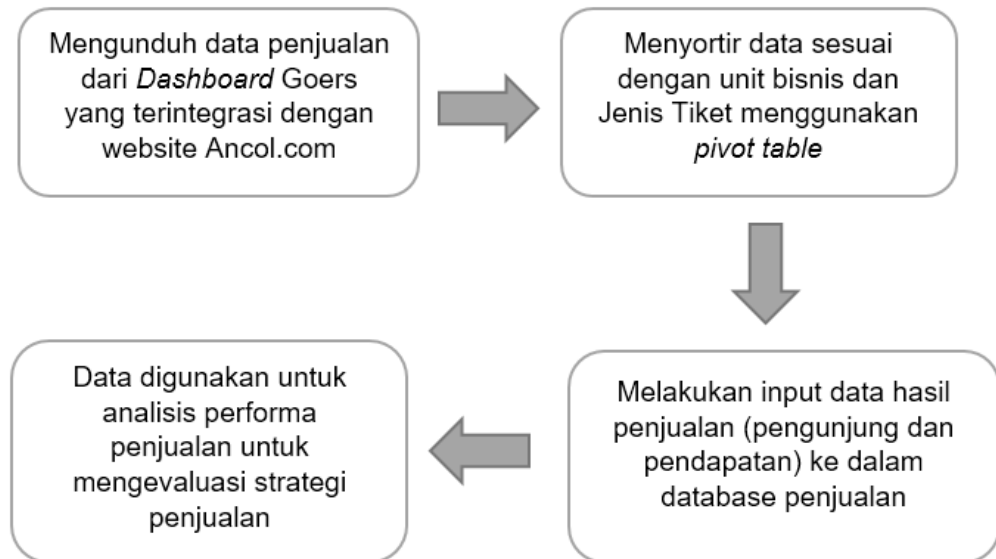
Tabel 3. 3 Kegiatan pada Departemen *Brand Development & Activation*

<i>Department</i>	<i>Job Description</i>
<b><i>Brand Development &amp; Activation</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menyusun dan mengajukan kontrak kerjasama promosi dengan mitra seperti Radio, Televisi dan Lainnya.</li> <li>● Menyusun dan Mempersiapkan kegiatan Hari Anak Nasional 2022.</li> <li>● Menjalin kerjasama barter promosi dengan <i>Influencer</i>.</li> <li>● Menyusun Media Plan Promosi Radio.</li> <li>● Menyusun Script untuk Spot Radio.</li> </ul>

Tabel 3. 4 Kegiatan pada Departemen Marketing & Data Analytic

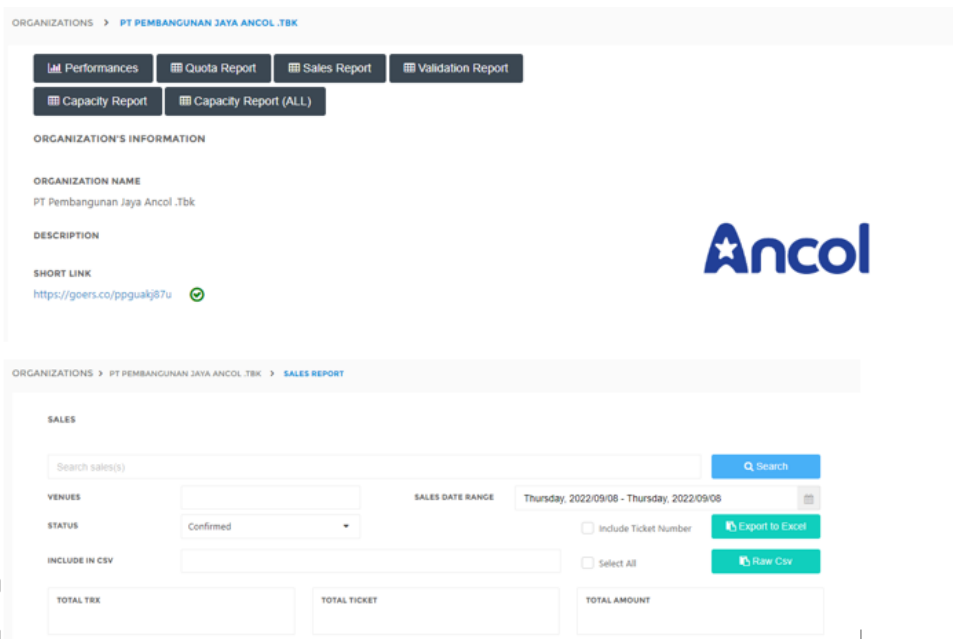
<i>Department</i>	<i>Job Description</i>
<b><i>Marketing &amp; Data Analytic</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Membantu memeriksa kuesioner riset.</li> <li>● Mengolah data hasil riset.</li> </ul>

### 3.2.1. Menyusun report penjualan (pengunjung dan pendapatan) harian dari platform Ancol.com



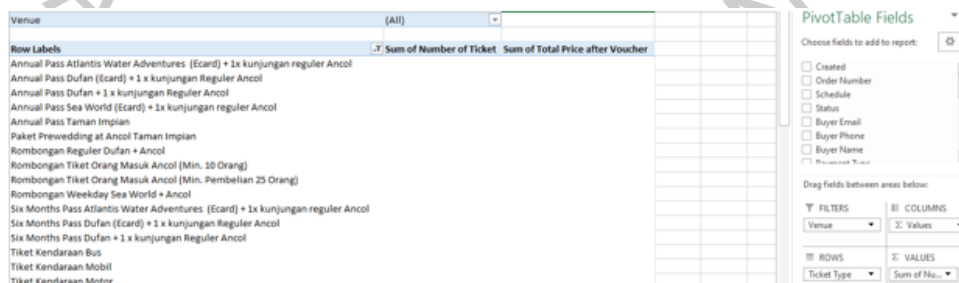
Gambar 3. 1 Alur Kerja dalam menyusun report penjualan harian dari platform Ancol.com

Gambar 3.1 menyajikan alur kerja dalam menyusun report penjualan harian dari platform Ancol.com. Kegiatan menyusun report penjualan harian adalah kegiatan mencatat atau melakukan rekapitulasi hasil penjualan harian yang telah dilakukan pada *website* Ancol.com ke dalam database penjualan Ancol. Penjualan yang dilakukan oleh Ancol.com yang bekerja sama dengan “Goers” untuk menjual tiket unit rekreasi Ancol (Taman Impian, Dunia Fantasi, Seaworld Ancol, Ocean Dream Samudra, dan Atlantis Water Adventures). Goers merupakan perusahaan startup penyedia teknologi untuk tempat wisata/rekreasi dan acara (online/onsite) (Team, 2021). Dalam hal ini segala bentuk transaksi jual beli tiket rekreasi di Ancol.com langsung terhubung secara otomatis dengan Goers. Hal yang pertama dilakukan ketika menyusun report penjualan harian dari platform Ancol.com adalah mengunduh atau menarik data penjualan dari Dashboard Goers dengan memilih tanggal seperti yang tergambar pada Gambar 3.2.



Gambar 3. 2 Dashboard Goers

Data penjualan yang ditarik dan diunduh dari *Dashboard Goers* akan terunduh dalam file CSV (*Comma Separated Values*). Setelah data diunduh, praktikan kemudian akan mengolah dan menyortir data tersebut untuk memisahkan data pengunjung dan pendapatan harian dari setiap unitnya menggunakan pivot table. Pivot table akan menunjukkan data pengunjung dan pendapatan dari hasil penjualan harian di Ancol.com untuk setiap masing-masing unit bisnis rekreasi Ancol yang tergambar pada Gambar berikut:

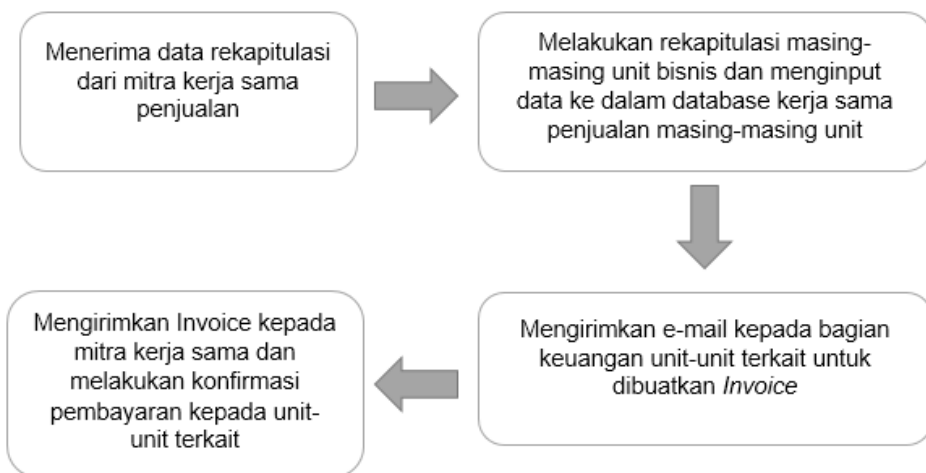


Gambar 3. 3 Pivot Table



Ketika data sudah diolah, maka data penjualan dari masing-masing unit bisnis tersebut di input kedalam *database* penjualan tahunan 2022. Data yang di input kedalam *database* adalah jumlah pengunjung dan pendapatan yang disesuaikan dengan jenis tiket, jumlah tiket, dan unit bisnisnya. Setelah data harian di input ke dalam database, data tersebut akan dianalisis dalam periode waktu tertentu seperti satu minggu atau satu bulan sekali untuk mengetahui performa penjualan atau untuk mengevaluasi strategi penjualan yang telah ditetapkan oleh departemen *Sales & Marketing Strategy*.

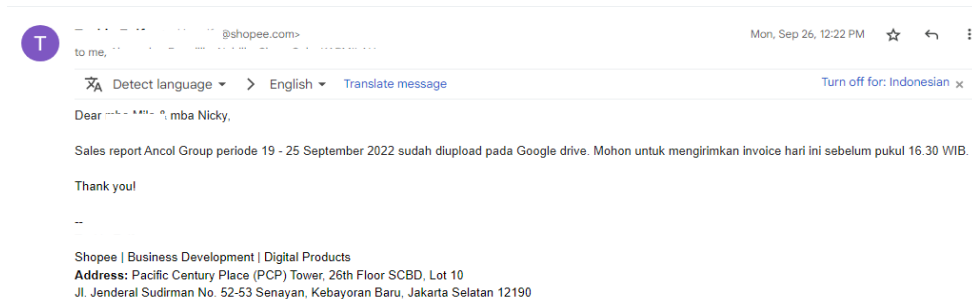
### 3.2.2. Menyusun rekapitulasi penjualan (pengunjung dan pendapatan) dari mitra kerja sama (retail dan *E-Commerce*)



**Gambar 3. 4 Alur Kerja Menyusun Rekapitulasi Penjualan Dari Mitra Kerja Sama**

Kegiatan menyusun rekapitulasi penjualan (pengunjung dan pendapatan) dari mitra kerja sama (retail dan *E-Commerce*) sejatinya tidak jauh berbeda dengan kegiatan sebelumnya. Perbedaannya adalah data yang direkapitulasi adalah data penjualan yang transaksinya dilakukan melalui mitra kerjasama Ancol seperti retail dan *E-Commerce*. Ada 12 (dua belas) mitra kerjasama Ancol dalam penjualan tiket rekreasi yaitu Shopee, Tokopedia, Blibli, Globaltix, Lakupon, Klook, Indomaret, Tiket.com, Loker.com, Traveloka, Indomaret, dan Pos Indonesia. Setiap periode satu minggu sekali dan satu bulan sekali masing-masing mitra kerja sama akan

mengirimkan laporan rekapitulasi penjualan unit Ancol di masing-masing platform melalui email.



**Gambar 3. 5 Laporan Penjualan Mitra Kerja Sama**

Setelah mendapatkan email dari masing-masing mitra, praktikan akan membuat rekapitulasi di dalam database masing-masing unit di masing-masing database mitra kerja sama. Setelah memasukan data penjualan dari mitra kerja sama ke dalam database, praktikan kemudian mengirimkan data penjualan tersebut ke bagian keuangan masing-masing unit untuk dibuatkan tagihan pembayaran (invoice). Apabila invoice telah diterbitkan oleh bagian keuangan masing-masing unit, maka praktikan akan mengirimkan kembali invoice tersebut untuk dilakukannya pembayaran. Ketika pembayaran sudah dilakukan maka pendapatan akan dicatat oleh bagian keuangan dari masing-masing unit tersebut.

### **3.2.3. Menyusun Deck Untuk Kerja Sama Referral Ancol Dengan UCG dan BEM Universitas**

*Deck* kerjasama *referral* Ancol dengan UCG dan BEM Universitas merupakan presentasi mengenai program kerjasama Ancol dengan *User Content Generator* (UCG) dan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) untuk menjadi referral Ancol dimana pihak tersebut akan mempromosikan unit bisnis Ancol dan sebagai gantinya pihak-pihak terkait akan mendapatkan keuntungan dari Ancol. *User Content Generator* (UCG) sendiri merupakan komunitas yang tergabung dalam sahabat Ancol yang mempunyai fungsi sebagai memberikan *feedback* positif kepada penggiat media sosial di seluruh media sosial resmi milik PT Taman Impian Jaya Ancol. Sedangkan Badan Eksekutif Mahasiswa merupakan sebuah organisasi yang ada di

dalam kampus dan dikelola oleh mahasiswa dan merupakan lembaga eksekutif di tingkat fakultas maupun universitas (Hakim, 2022). Program ini dijalankan untuk memberikan kesempatan setiap orang untuk dapat memasuki ruang keajaiban Ancol.

Dalam membuat *Deck* kerjasama ini, praktikan membuat materi berdasarkan tujuan dari program ini sendiri. Mulai dari menyebutkan lini bisnis Ancol hingga menjelaskan benefit yang akan didapatkan dari kerja sama ini. *Deck* kerjasama tergambar pada Gambar 3.6.



Gambar 3. 6 Deck Kerjasama Ancol x BEM

#### 3.2.4. Membantu Membuat Design Deck Penawaran Program Kerja Sama Kepada OTA

Kerja sama penawaran kepada OTA merupakan sebuah program sekaligus strategi yang dilakukan oleh Ancol untuk memberikan penawaran-penawaran baru bagi mitra kerja sama. Praktikan membantu dalam pembuatan desain dari deck penawaran kerjasama Ancol untuk meningkatkan penjualannya. Praktikan membantu untuk membuat 2 (dua) deck kerjasama untuk penawaran deposito dan bulk program. Deposit program adalah sebuah program penjualan tiket yang ditawarkan oleh Ancol kepada mitra kerja sama dimana para mitra kerja sama harus menyimpan dana di Ancol untuk melakukan penjualan tiket. Sedangkan Bulk program adalah program dimana mitra kerja sama harus membayar sejumlah tiket unit rekreasi di awal muka setelah itu mitra kerja sama dapat menjual tiket yang telah dibayar diawal muka tersebut. Design yang dibuat praktikan berlandaskan pada guideline dan ketentuan design Ancol seperti pada Gambar 3.7.

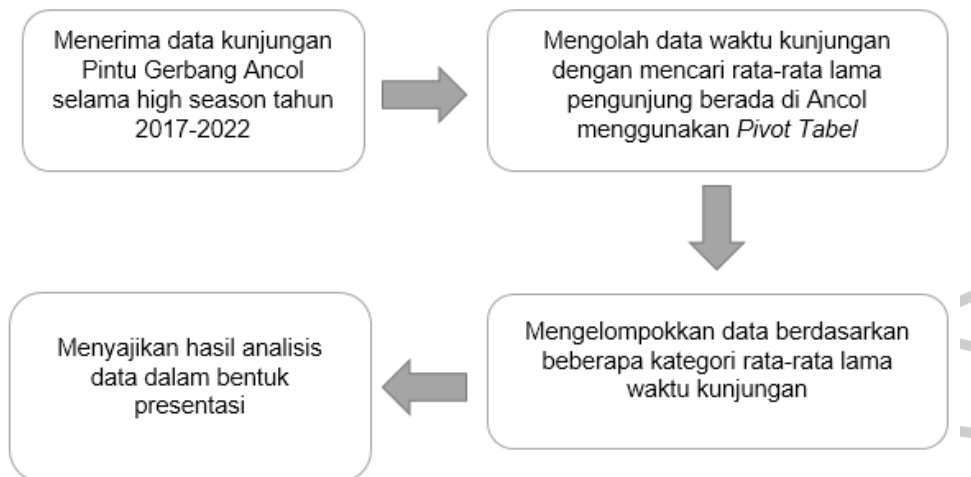
## DEPOSIT PROGRAM 2023

Ancol



Gambar 3. 7 Deck Program Deposit OTA

### 3.2.5. Menganalisis Data Waktu Kunjungan Pada High season



Gambar 3. 8 Alur Kerja Analisis Data Waktu Kunjungan Pada High season

Gambar 3.8 menunjukkan alur kerja dari analisis data waktu kunjungan pada *High season*. Analisis data merupakan kegiatan atau proses pengolahan data yang memiliki tujuan untuk menemukan informasi yang berguna yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan untuk solusi suatu permasalahan (Kurniasari, 2021). Analisis data waktu kunjungan pada *High season* ini untuk menyusun sebuah strategi penjualan baru dengan mengetahui rata-rata lama waktu berkunjung di Ancol. *High season* sendiri terdiri dari *season* libur sekolah, hari raya Idul Fitri, dan Natal serta Tahun Baru.

Tahap pertama dalam proses analisis data adalah menerima data waktu kunjungan Pintu Gerbang Ancol yang telah ditarik melalui sistem dan

data tersebut dikelompokkan menjadi beberapa kategori seperti pada gambar berikut.

kode	Hari	Jenis	waktu_masuk	waktu_keluar	stay_length_in_minut	stay_length_in_hari	Kategori	Bulan
5.70462E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:04	01/02/2022 12:39	455	7.6	7-8 Jam	1. Februari
5.70452E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:04	01/02/2022 07:01	116	1.9	1-2 Jam	1. Februari
5.70572E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:07	01/02/2022 09:47	279	4.7	4-5 Jam	1. Februari
5.70442E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:08	01/02/2022 09:47	278	4.6	4-5 Jam	1. Februari
5.70562E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:09	01/02/2022 16:40	690	11.5	>8 Jam	1. Februari
5.70502E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:13	01/02/2022 08:15	181	3.0	2-3 Jam	1. Februari
5.70542E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:58	01/02/2022 16:19	651	10.4	>8 Jam	1. Februari
5.70542E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:58	01/02/2022 08:21	142	2.4	2-3 Jam	1. Februari
5.70572E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:58	01/02/2022 07:27	88	1.5	1-2 Jam	1. Februari
5.70502E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:59	01/02/2022 10:54	295	4.9	4-5 Jam	1. Februari
5.70462E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:59	01/02/2022 06:59	59	1.0	1-2 Jam	1. Februari
5.70442E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 05:59	01/02/2022 08:12	132	2.2	2-3 Jam	1. Februari
5.70452E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 11:41	341	5.7	5-6 Jam	1. Februari
5.70462E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 11:56	356	5.9	5-6 Jam	1. Februari
5.70442E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 10:48	288	4.8	4-5 Jam	1. Februari
5.70572E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 06:28	28	0.5	1-2 Jam	1. Februari
5.70452E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 08:53	172	2.9	2-3 Jam	1. Februari
5.70572E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 07:35	94	1.6	1-2 Jam	1. Februari
5.70542E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 07:47	107	1.8	1-2 Jam	1. Februari
5.70572E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 07:46	105	1.8	1-2 Jam	1. Februari
5.70452E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:00	01/02/2022 10:17	256	4.3	4-5 Jam	1. Februari
5.70442E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:01	01/02/2022 07:16	75	1.3	1-2 Jam	1. Februari
5.70452E+29	Selasa	1. Senin-Kamis	01/02/2022 06:01	01/02/2022 07:34	73	1.2	1-2 Jam	1. Februari

Gambar 3. 9 Data Waktu Kunjungan High Season

Setelah data dikelompokkan, maka data tersebut kemudian diolah menggunakan pivot table dengan mencari rata-ratanya dan dikelompokkan kembali dalam kategori hari yaitu senin-kamis, jum'at, sabtu-minggu & libur nasional. Setelah data diolah menggunakan pivot table, maka data tersebut disajikan dalam bentuk presentasi seperti Gambar 3.10 dimana akhirnya dari data tersebut ditemukan suatu informasi untuk membuat suatu strategi baru.

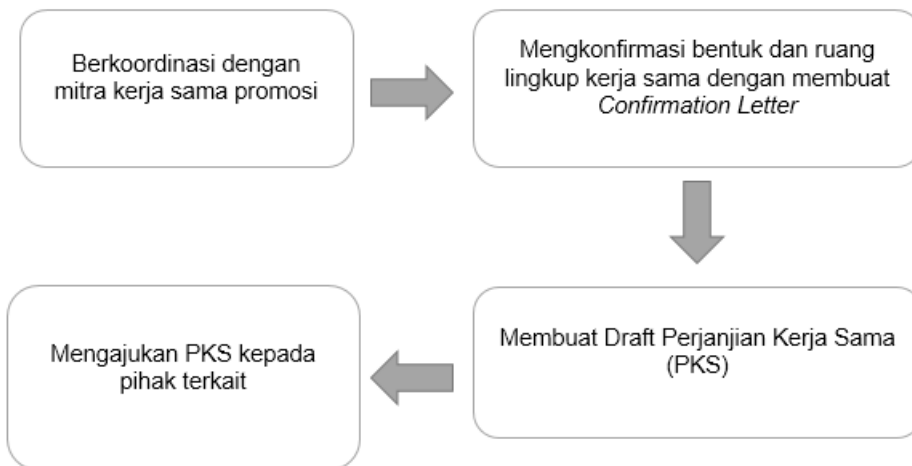
Interval Waktu (Jam)	1. Februari			1. Februari Total	2. Agustus			2. Agustus Total
	1. Senin-Kamis	2. Jumat	3. Sabtu-Minggu (Libur Nasional)		1. Senin-Kamis	2. Jumat	3. Sabtu-Minggu (Libur Nasional)	
>8Jam								
1-2 Jam								
2-3 Jam								
3-4 Jam								
4-5 Jam								
5-6 Jam								
6-7 Jam								
7-8 Jam								
Grand Total								

Interval Waktu (Jam)	1. Februari			2. Agustus		
	>8Jam					
1-2 Jam						
2-3 Jam						
3-4 Jam						
4-5 Jam						
5-6 Jam						
6-7 Jam						
7-8 Jam						
Grand Total						

Gambar 3. 10 Hasil Analisis Data

### 3.2.6. Menyusun Dan Mengajukan Kontrak Kerja Sama Promosi Dengan Mitra Seperti Radio, Televisi Dan Lainnya



**Gambar 3. 11 Alur Kerja Menyusun dan Mengajukan Kontrak Kerja Sama**

Gambar 3.11 menunjukkan alur kerja dalam menyusun dan mengajukan kontrak kerjasama dengan mitra terkait. Tahap pertama yang dilakukan adalah berkoordinasi terlebih dahulu dengan mitra kerja sama seperti radio dan televisi dan menentukan jenis dan ruang lingkup kerja sama. Yang dimaksud jenis kerja sama adalah apakah kerja sama tersebut dikenakan biaya atau kerja sama sistem barter. Sedangkan untuk ruang lingkup kerja sama adalah mengenai batasan dan lingkup dari kerja sama, hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak serta jangka waktu dari kerja sama tersebut. Apabila kedua belah pihak telah menentukan jenis dan ruang lingkup kerja sama, maka kerjasama dikonfirmasi dengan menandatangani *Confirmation Letter*.

Tahap selanjutnya setelah penandatanganan *Confirmation Letter* oleh kedua belah pihak adalah menyusun Draft Perjanjian Kerja Sama (PKS). PKS ini memiliki fungsi untuk mencegah dan atau meminimalisir munculnya masalah di kemudian hari (Pramana, 2020). Setelah itu draft PKS kemudian harus di review oleh tim legal dari masing-masing pihak. Apabila sudah tidak ada perubahan dari tim legal kedua belah pihak maka PKS sudah bisa diajukan untuk penandatanganan.

Di Ancol sendiri proses penandatanganan PKS dimulai dengan paraf yang dilakukan oleh manajer dari departemen terkait. Karena kontrak ini tentang kerja sama promosi maka manajer dari departemen *Brand Development & Activation* harus membubuhkan parafnya di dalam PKS. Setelah manajer terkait PKS diajukan kepada Direktur kemudian final check akan dilakukan kembali oleh tim Legal.

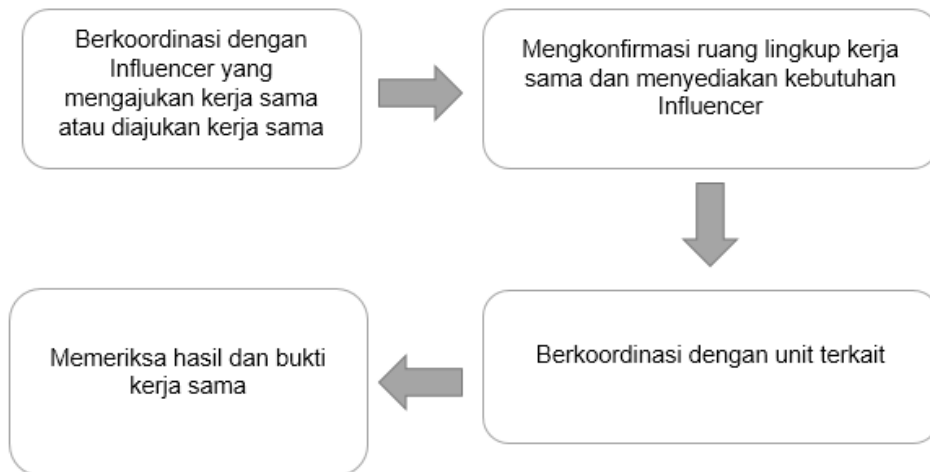
### 3.2.7. Menyusun dan Mempersiapkan kegiatan Hari Anak Nasional 2022

Hari Anak Nasional merupakan sebuah perayaan yang dilakukan untuk menunjukkan kepedulian kepada anak-anak di Indonesia untuk memenuhi haknya sebagai seorang anak (Arfiansyah, 2022). Pada peringatan Hari Anak Nasional 2022, Ancol berpartisipasi untuk merayakan hari anak nasional dengan mengadakan kegiatan bertema “One Day a Leader”. Dalam kegiatan ini Ancol mengundang beberapa anak dari Yayasan Perlindungan Perempuan dan Anak untuk bisa menjadi pimpinan Ancol selama satu hari. Pada kegiatan ini anak-anak juga memiliki kesempatan untuk berbincang langsung dengan Direktur Utama PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk yaitu bapak Teuku Sahir Syahali.

Dalam kesempatan ini praktikan melakukan kegiatan untuk menyusun desain presentasi direktur utama Ancol pada kegiatan peringatan Hari Anak Nasional 2022. Selain itu praktikan juga berkontribusi dalam pembuatan naskah MC, naskah sambutan direktur, dan menjadi operator dalam kegiatan tersebut.



### 3.2.8. Menjalin kerja sama barter promosi dengan *Influencer*



**Gambar 3. 13 Alur Kerja Menjalin Kerja Sama Barter Dengan *Influencer***

Gambar pada 3.13 menjelaskan mengenai alur kerjasama barter dengan *influencer*. Secara umum, *influencer* seseorang yang memiliki peran dan memberikan pengaruh karena cara pandang, nasehat atau pendapatnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Handika & Darma, 2018). Kerja sama barter dengan *influencer* ini merupakan sebuah strategi promosi yang saat ini dikenal dengan *influencer* marketing. *influencer* marketing adalah sebuah cara untuk mempromosikan produk melalui sosok atau seseorang yang memiliki pengaruh di masyarakat atau segmen pelanggan tertentu (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

Kerja sama barter antara Ancol dengan *influencer* adalah kerja sama yang dilakukan tanpa mengeluarkan biaya dimana *influencer* diberikan tiket rekreasi di Ancol dan kemudian *influencer* tersebut harus mempromosikan campaign yang sedang dijalankan oleh Ancol. Tahap pertama yang dilakukan ketika menjalin kerja sama dengan *influencer* adalah berkoordinasi dengan *influencer* yang ingin bekerja sama seperti pada Gambar 3.14. Ketika *influencer* sudah setuju untuk bekerja sama dengan ruang lingkup yang telah ditentukan maka praktikan melakukan koordinasi dengan pihak internal Ancol untuk menyiapkan tiket bagi *influencer*. Setelah *Influencer* melakukan kunjungan, maka praktikan harus

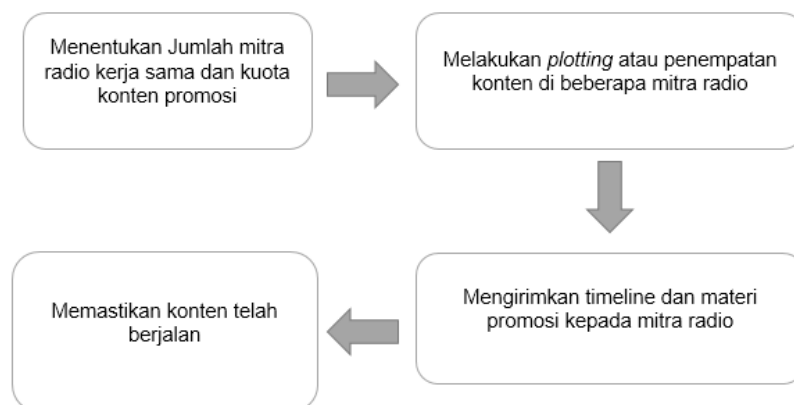


memastikan bahwa konten dan materi campaign telah di unggah sesuai dengan ketentuan yang telah diberikan.



Gambar 3. 14 Contoh Koordinasi dengan *Influencer*

### 3.2.9. Menyusun Media Plan Promosi Radio



Gambar 3. 15 Alur Kerja Menyusun Media Plan Promosi Radio

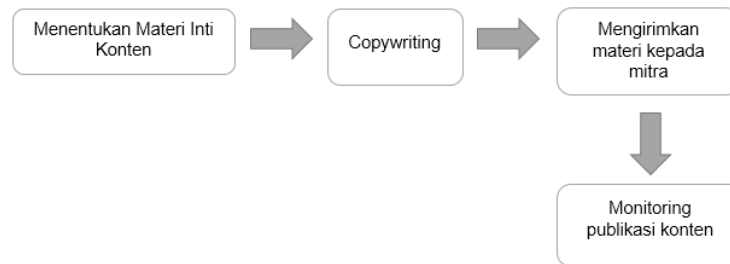
Pada kegiatan 3.2.6 praktikan melakukan kegiatan pembuatan PKS dengan radio dan pada kegiatan 3.2.9 ini praktikan melakukan tindak lanjut dari PKS yaitu menyusun media plan untuk promosi radio. Setelah menjalin kerja sama dengan beberapa radio, praktikan melakukan rekapitulasi dan

menentukan jumlah mitra radio yang bekerja sama dengan jumlah konten promosi yang bisa diunggah pada mitra tersebut. Setelah menentukan jumlah mitra radio dan menghitung kuota maka praktikan membuat penempatan konten di beberapa mitra radio dengan membuat timeline.

Gambar diatas menjelaskan timeline posting untuk setiap materi yang akan dipublikasikan. Setelah itu, praktikan ditugaskan untuk mengirimkan timeline tersebut kepada mitra radio terkait bersama dengan materi dari setiap kontennya. Kemudian tahap terakhir dari alur kerja ini adalah memastikan bahwa konten yang dikirimkan telah berjalan sesuai dengan timeline yang telah ditentukan oleh pihak Ancol.

Media	Materi	Vol	Periode Tayang	Keterangan
<b>OZ Radio</b>				
Spot	Jakarta Birdland	6	25-28 Oktober 2022	2 Spot/Hari
		6	31 Oktober-04 November 2022	
		6	07-11 November 2022	
		6	14-18 November 2022	
		4	21-25 November 2022	1 Spot/Hari
		4	28 November - 02 Desember 2022	3 Spot/Hari
		10	05 - 09 Desember 2022	2 Spot/Hari
		6	12 - 16 Desember 2022	
		6	19 - 23 Desember 2022	
		6	28 - 30 Desember 2022	
<b>Total</b>		60		
<b>Kuota</b>		60		Sisa 0
<b>Balada FM</b>				
Spot	Jakarta Birdland	4	25-28 Oktober 2022	1 Spot/Hari
		8	31 Oktober-04 November 2022	2 Spot/Hari
		8	07 November-11 November 2022	
		4	14 November-18 November 2022	1 Spot/Hari
		4	21 November-25 November 2022	
		4	28 November - 02 Desember 2022	1-2 Spot/Hari
		6	05 - 09 Desember 2022	
		4	12 - 16 Desember 2022	1 Spot/Hari
4	19 - 23 Desember 2022			

### 3.2.10. Menyusun Skript untuk Spot Radio



**Gambar 3. 17 Alur Kerja Menyusun Skript untuk Spot Radio**

Alur kerja yang tergambar pada Gambar 3.17 merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan 3.2.6 dan 3.2.9. Kegiatan menyusun skript untuk spot radio merupakan sebuah kegiatan untuk menentukan materi apa yang akan dijadikan sebagai konten dan akan dijalankan oleh pihak mitra Radio. Tugas pembuatan script untuk spot radio pertama kali diberikan untuk mengangkat materi tentang wahana baru di Ancol yaitu Jakarta Bird Land. Setelah mengetahui materi inti untuk konten, praktikan mulai membuat materi untuk spot radio dengan mencantumkan kelebihan-kelebihan dan keuntungan yang bisa didapatkan pengunjung apabila datang ke Jakarta Bird Land.

#### Materi Jakarta Bird Land for SPOT Prambors

Jakarta Bird Land, Kawasan baru di Ancol yang memiliki banyak koleksi burung, menghadirkan suasana alam seperti di hutan sungguhan yang memiliki air terjun di dalamnya. Terdiri lebih dari 50 species burung seperti burung Makau Amerika, Kakatua Indonesia, Rangkong, Elang, Alap-alap, dan masih banyak lagi. Bertempat di dome raksasa dengan luas 3.600 meter persegi dan ketinggian 15 meter. Dome ini punya banyak sekal spot menarik yang bisa digunakan untuk mengambil foto dan membagikannya di Instagram (Instagramable). Ada juga 4 mini show setiap hari di beberapa area yang berbeda yang tentunya akan sangat menarik untuk dilihat karena akan menambah pengetahuan baru tentang burung. Segera datang ke Jakarta Bird Land untuk mendapatkan pengalaman baru yang mengedukasi, menarik, dan menyenangkan dengan membeli tiketnya di Ancol.com.

**Gambar 3. 18 Script untuk Spot Radio**

Tahap selanjutnya setelah membuat materi adalah mengirimkan materi tersebut kepada mitra radio dan yang tercantum pada Gambar adalah Prambors Radio. Setelah materi dikirimkan konten akan diproduksi secara mandiri oleh mitra radio. Sehingga tahap terakhir yang dilakukan oleh praktikan dalam kegiatan menyusun script untuk spot radio adalah

monitoring publikasi konten dan memastikan bahwa konten yang berjalan sudah sesuai dengan materi yang diberikan.

### 3.2.11. Membantu memeriksa kuesioner riset

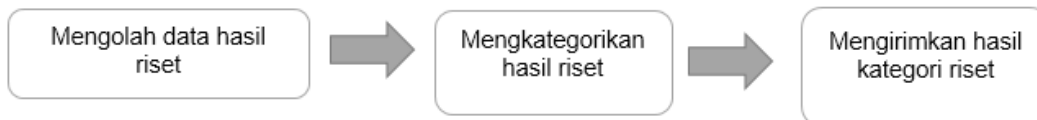
Kuesioner riset adalah sebuah cara untuk mengumpulkan data dengan membuat daftar pertanyaan yang akan digunakan untuk melakukan riset atau penelitian untuk mengumpulkan informasi yang tidak dapat dijawab oleh data sekunder yang pada kesempatan ini praktikan mendapatkan tugas untuk memeriksa kuesioner riset mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan di taman air, kawasan wisata, taman belajar, dan aquarium.



**Gambar 3. 19 Tugas Memeriksa Kuesioner Riset**

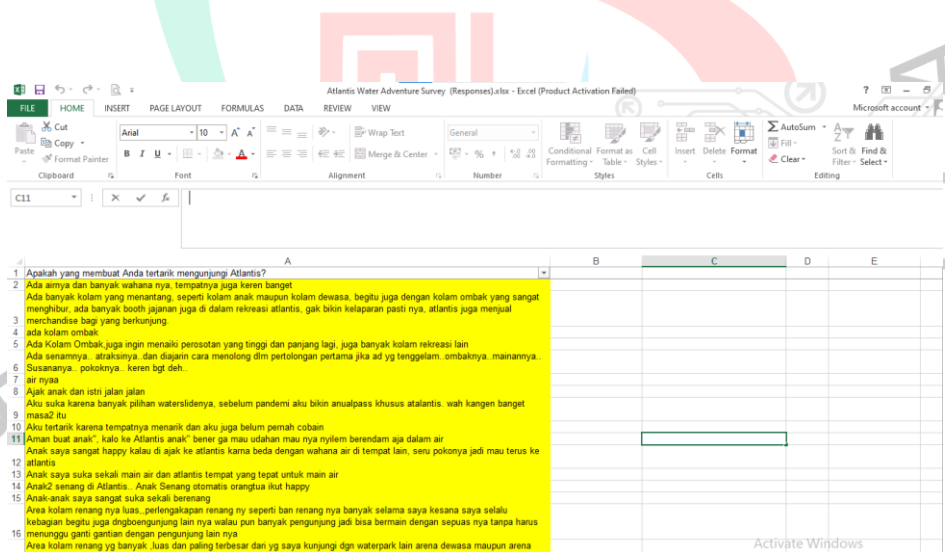
Isi dari kuesioner pada yang tercantum pada gambar 3.19 terbagi menjadi kategori yaitu screening awal, pertanyaan umum, kepuasan, makanan & minuman, merchandise, promosi, pengalaman, value, loyalitas, complain, kebiasaan, kebiasaan penggunaan media, price sensitivity matter, dan aktivitas media sosial. Pada saat melakukan kegiatan pemeriksaan kuesioner riset praktikan tidak menemukan kesalahan maupun perbedaan dalam kuesioner tersebut.

### 3.2.12. Mengolah data hasil riset



**Gambar 3. 20 Alur Kerja Mengolah Data Hasil Riset**

Kegiatan mengolah data hasil riset dijelaskan pada Gambar 3.20. Pada kegiatan Kerja Profesi (KP) ini praktikan mendapatkan kesempatan untuk mengolah data hasil riset Atlantis Water Adventures yang dilakukan dengan metode survei sederhana pada media sosial Ancol Taman Impian. Data pengisi survey Atlantis Water Adventures ini kemudian dikategorikan berdasarkan pilihan dari pengisi survey. Praktikan mengkategorikan jawaban pada pertanyaan “Apakah yang membuat Anda tertarik mengunjungi Atlantis?” seperti pada gambar 3.21 dibawah.



**Gambar 3. 21 Jawaban Survey Atlantis Water Adventures**

Tahap selanjutnya praktikan melakukan penyempitan jawaban dengan mengkategorikannya kedalam jenis respon yang sama seperti pada gambar 3.22.

Row	Category	Count	Category	Count
1	Air Kolam yang Jernih dan Bersih	6	Air Kolam yang Jernih dan Bersih	6
2	Area Bersih	13	Area yang Bersih dan Nyaman	26
3	Area Nyaman	13	Area Permainan Air yang Beragam	26
4	Arena Permainan	25	Tema dan Atlantis yaitu Dunia yang Hilang	7
5	Konsep Dunia Hilang	6	Beragam Kolam Berenang	69
6	Banyak Kolam	27	Banyaknya Promo	4
7	Banyak Promo	4	Rekreasi bersama Teman	8
8	Berenang	12	Rekreasi bersama Keluarga	78
9	Berenang bersama sahabat	1	Bermain Air dan Berenang	23
10	Bermain Air	11	Bisa ke Pantai Ancol	4
11	Bisa ke Pantai Ancol	4	Fasilitas yang Lengkap	20
12	Fasilitas Lengkap (Tersedia perlengkapan renang seperti ban, gazebo)	20	Karyawan dan Petugas yang Ramah dan Informatif	2
13	Harga Terjangkau	6	Harga Terjangkau	6
14	Isiruan	1	Pemandangan yang Indah dan Sejuk	7
15	Indah	5	Area Kolam yang Luas	36
16	Istana Air	1	Memori Masa Kecil	10
17	Kolam Anisi	10	Water Slide dan Permainan yang Beragam	64
18	Kolam Ombak	32	Kemudahan Terjang	1
19	Area Kolam Renang Luas	36	Tempat yang cocok untuk liburan dan healing	102
20	Memori Masa Kecil	10		
21	Mendapatkan Hal Baru (suasana & pengalaman)	13		
22	Pegawai Ramah dan Informatif	2		
23	Permainan Anak	3		
24	Refreshing	2		

**Gambar 3. 22 Kategori Jawaban Survey**

Riset Atlantis Water Adventures ini dilakukan untuk mengetahui respon masyarakat terkait dibukanya kembali wahana rekreasi ini dan mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan pengunjung untuk datang ke Atlantis Water Adventures. Hasil dari riset ini digunakan untuk membuat sebuah strategi baru untuk meningkatkan penjualan di Atlantis Water Adventures.

### 3. 3 Kendala Yang Dihadapi

Selama melaksanakan Kerja Profesi (KP) pada divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY* PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk, Praktikan mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru seputar dunia Manajemen Pemasaran dan implementasinya secara praktis. Kerja Profesi berjalan dengan lancar karena dukungan dan bimbingan dari para mentor di divisi Commercial Business Strategy. Namun dalam pelaksanaannya praktikan menghadapi beberapa kendala. Kendala pertama yang dialami oleh praktikan adalah karena pada pelaksanaan magang ditempatkan di beberapa departemen dalam satu waktu, pekerjaan yang diberikan menjadi lebih banyak dan membuat karyawan dan praktikan harus pulang lewat dari jam kerja. Hal ini dikarenakan juga oleh kurangnya sumber daya manusia yang tersedia pada divisi ini.

Selain itu praktikan juga menghadapi kendala terkait terbatasnya akomodasi dan fasilitas yang tersedia di tempat pelaksanaan kegiatan KP.

Ketika praktikan mendapatkan tugas untuk mengajukan tanda tangan ke unit-unit bisnis yang ada di Ancol dengan lokasi yang cukup jauh praktikan tidak mendapatkan akomodasi berupa transportasi dari perusahaan untuk melakukan hal tersebut sehingga menyebabkan praktikan harus meminjam kendaraan pribadi milik karyawan. Kemudian keterbatasan fasilitas juga menjadi kendala bagi praktikan. Contohnya adalah seperti email perusahaan. Dikarenakan praktikan diberikan tugas untuk berkoordinasi dengan pihak eksternal perusahaan, praktikan harus menggunakan email pribadi sehingga pihak eksternal seringkali meragukan praktikan dalam menjalankan tugasnya. Selain itu fasilitas ruangan, ketersediaan atk, dan kebersihan seringkali menjadi kendala praktikan dalam menjalankan tugas.

#### **3. 4 Cara Mengatasi Kendala**

Dikarenakan adanya keterbatasan SDM pada divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY* maka praktikan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memanajemen waktu dan pekerjaan agar dapat membantu setiap departemen yang membutuhkan bantuan dan mengerjakan tugas yang diberikan dengan baik. Cara yang dilakukan oleh praktikan ketika menghadapi kendala adalah dengan selalu membuat daftar pekerjaan dan mengurutkannya berdasarkan tingkat kepentingan dan deadline yang diberikan.

Untuk mengatasi kendala terkait akomodasi dan fasilitas, praktikan berusaha untuk dapat selalu berkoordinasi dengan mentor dan juga karyawan dari divisi lain apabila membutuhkan bantuan terkait akomodasi dan fasilitas tersebut.

#### **3. 5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi**

Banyak hal yang dipelajari oleh Praktikan dalam melaksanakan Kerja Profesi (KP) pada divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk* selama 400 jam. Pembelajaran yang diperoleh Praktikan adalah sebagai berikut:

1. Praktikan dapat mengasah kemampuan analisis data melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan seperti membuat laporan penjualan harian, penjualan *E-Commerce* dan beberapa tugas yang berhubungan dengan analisis data. Karena melalui tugas-tugas tersebut praktikan menjadi terbiasa untuk memperhatikan perkembangan dan laju penjualan setiap harinya dan secara tidak langsung praktikan juga dapat mengetahui apabila terdapat kemunduran atau kemajuan dalam penjualan.
2. Praktikan dapat mengasah kemampuan komunikasi melalui interaksi dengan karyawan PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk dan dengan pihak eksternal seperti *influencer* dan mitra radio dalam menjalin kerja sama. Selama melaksanakan kegiatan KP, praktikan banyak melakukan komunikasi dan koordinasi dengan beberapa pihak baik secara langsung, melalui telepon, ataupun secara tertulis sehingga hal tersebut sangat membantu praktikan dalam belajar untuk dapat berkomunikasi sehingga tercipta komunikasi yang efektif.
3. Praktikan dapat belajar mengambil keputusan dan bertindak dengan cepat. Dikarenakan divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY* yang merupakan jantung dalam perusahaan ini karena segala bentuk strategi yang berhubungan dengan kegiatan komersial dibuat di divisi ini, makas seringkali ketika dihadapkan oleh kondisi dan situasi yang baru divisi ini dituntut untuk dapat bergerak dengan cepat untuk bisa menyesuaikan perusahaan agar dapat tetap bertahan, maju, dan mencapai target serta tujuannya. Hal ini memberikan pembelajaran yang sangat berharga bagi praktikan untuk dapat mengambil keputusan dengan cepat namun tetap dengan cara yang tepat.
4. Praktikan memperoleh wawasan yang sangat luas tentang bidang Pemasaran di perusahaan. Dalam pelaksanaan kegiatan KP di divisi Commercial Business Strategy, praktikan mendapatkan wawasan yang luas tentang bidang pemasaran dikarenakan divisi ini terdiri dari



beberapa fokus yang berbeda seperti sales, komunikasi brand, dan riset. Sehingga praktikan dapat mempelajari secara langsung perbedaan bidang-bidang yang termasuk kedalam bagian dari pemasaran.

5. Praktikan dapat memperluas jaringan relasi dengan menjalin hubungan baru dengan banyak pihak. Melalui pelaksanaan tugas untuk berkoordinasi dengan berbagai pihak, mulai dari pihak internal perusahaan yang berbeda divisi, pihak eksternal seperti *influencer* dan mitra-mitra kerja sama, praktikan mendapatkan sebuah jaringan untuk memperluas relasi yang dimiliki.

6. Praktikan dapat meyakinkan diri untuk menjalani karir di bidang Manajemen Pemasaran.

Melalui berbagai bimbingan, arahan, dan pembelajaran yang telah diberikan oleh pembimbing yang ada di divisi Commercial Business Strategy, mulai dari ibu Ticha, bapak Daniel, ibu Mila, ibu Inda, dan ibu Hanjar, praktikan merasa sangat yakin untuk lebih mempelajari, mengembangkan diri, dan menjalani karir di bidang manajemen pemasaran.

7. Praktikan memperoleh gambaran mengenai dunia kerja.

Selama melaksanakan Kerja Profesi (KP) pada divisi *COMMERCIAL BUSINESS STRATEGY PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk*, praktikan dapat mengalami dan memperoleh gambaran secara langsung bekerja di sebuah perusahaan khususnya di industri pariwisata terbesar di Indonesia dengan berbagai macam lini bisnis yang dikelolanya.