

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam pelaksanaan praktik Kerja Profesi (KP), Praktikan di tempatkan pada kegiatan *event* Planogram Goes To Medan 2024 untuk mengisi posisi sebagai administrasi *event*. Praktikan memiliki tanggung jawab untuk membantu posisi administrasi *event* dalam melakukan *campaign* yaitu *WhatsApp Blast* dan *Email Blast*, kemudian Praktikan juga diberikan tanggung jawab untuk menjadi penanggung jawab SPG dan para pelaku ekraf untuk kepentingan PT Banu Kreatif Indonesia, dan administrasi *event* seperti pelaporan *sales report*, serta pelaporan kegiatan pada Planogram Goes To Medan 2024. Selain menjadi administrasi *event*, Praktikan di beri kesempatan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mempelajari bagaimana *event* secara langsung. Pada *event* Warung Rojali, Praktikan memiliki tugas untuk membantu SPG dan koordinator lapangan, seperti melayani pengunjung dengan menjelaskan Warung Rojali dan cara membeli produk pelaku ekraf secara digitalisasi kepada pengunjung, dokumentasi saat kegiatan berlangsung, dan administrasi stok barang pelaku ekraf. Praktikan di tempatkan pada kegiatan *event* Warung Rojali yang berlokasi di kantor Kemenparekraf yaitu Gedung Sapta Pesona, Jakarta pusat.

Kegiatan Planogram Goes to Medan 2024 ikut berpartisipasi dalam *event* akbar F1 Powerboat dengan mengikut sertakan 76 Pelaku ekonomi kreatif. Planogram Goes to Medan 2024 merupakan kegiatan mempromosikan penjualan secara digitalisasi dan pemasangan booth untuk program offline berupa pameran. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu para pelaku ekonomi kreatif dalam memasarkan produk dan penjualan secara online dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dan pesat serta dapat meningkatkan penjualan dan juga meningkatkan *brand imagery* dari para pelaku ekonomi kreatif.

Pada booth tersebut dilakukan display produk pelaku ekraf, kemudian terdapat totator yang berisi gambar produk disertai barcodenya dengan tujuan mengikut sertakan banyak pelaku ekraf untuk melakukan transaksi jual beli secara digital, sehingga dapat memperluas target *customer* dan meningkatkan penjualan (Kemenparekraf, n.d.). Dengan sistem belanja secara online pada booth

Planogram Goes To Medan 2024 yang mengedepankan go digital ini, akan memudahkan pembeli melakukan transaksi dalam membeli produk yang diinginkan, tanpa harus membawa banyak barang pada saat kembali ke rumah, dengan melakukan transaksi di booth dan produk yang dibeli dapat dikirimkan langsung kepada alamat yang diinginkan oleh para pembeli.

Kegiatan promosi dilaksanakan guna untuk membantu peningkatan sales yang dilakukan dengan *platform* digital WhatsApp *Blast*, *Email Blast*, *Instagram* serta *Instagram ads*. Adapun materi promosi seperti *E-catalog*, video promosi, video produk, *Twibbon* dan *poster* untuk kepentingan kegiatan promosi yang PT Banu Kreatif Indonesia lakukan dan juga para pelaku ekonomi kreatif laksanakan.

Praktikan juga diberikan kesempatan oleh perusahaan untuk dapat meninjau *event* secara langsung, pada kesempatan ini Praktikan di tempatkan pada Warung Rombongan Jadi Beli (Warung Rojali) yang merupakan sebuah program yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf untuk mendukung UMKM di seluruh Indonesia. Warung Rojali hadir pada tahun 2022, kegiatan pada program ini adalah mengadakan penjualan secara daring Dengan memanfaatkan kemampuan siaran langsung yang tersedia di aplikasi media sosial. Warung Rojali dilaksanakan melalui siaran langsung di akun media sosial TikTok @warungrojali bersama dengan Menparekraf Sandiaga Uno. Kemudian, pada tahun 2024 Warung Rojali Kembali hadir dengan mengusung konsep dan design yang berbeda dengan harapan dapat meningkatkan promosi merek-merek lokal (Bali news, n.d.)

Konsep dan *design* Warung Rojali memadukan kegiatan online dan offline, dengan target meningkatkan citra *brand* serta meningkatkan *revenue*/penjualan pada saat *event* berlangsung. Booth dengan *design* baru dan mengusung digitalisasi dihadirkan sepanjang tahun mulai dari bulan Februari 2024 sampai dengan bulan November 2024. Selama periode tersebut, program akan dibagi menjadi lima *batch*, dengan setiap *batch* berlangsung selama dua bulan. Setiap *batch* akan melibatkan sepuluh pelaku ekraf yang berpartisipasi dalam kegiatan Warung Rojali. Program Warung Rojali 2024 hadir untuk ikut berpartisipasi pada kegiatan *Weekly Brief With Sandi Uno* (WBSU), yang dilaksanakan setiap seminggu sekali pada hari Senin yang berlokasi di kantor Kemenparekraf yaitu Gedung Sapta Pesona lantai 2 (Kantor berita indonesia, n.d.). Kolaborasi dengan direktorat marketing dan komunikasi, membuat promosi Warung Rojali semakin

kuat yaitu dengan dilaksanakannya kegiatan LIVE TIKTOK yang langsung melaksanakan LIVE Sale bersama Bapak Sandiaga Uno dan influencer yang dilaksanakan 1 kali dalam setiap *batch* nya. Adapun peserta berasal dari rekomendasi Kemenparekraf deputi pemasaran pada bidang D2, D4, D5 dan D7, seluruh direktorat memberikan daftar binaannya untuk diikuti sertakan dalam kurasi kegiatan Warung Rojali 2024. Booth di pasang di kantor Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu di Gedung Sapta Pesona Jl. Medan Merdeka Barat No.17-19 2, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 1011.

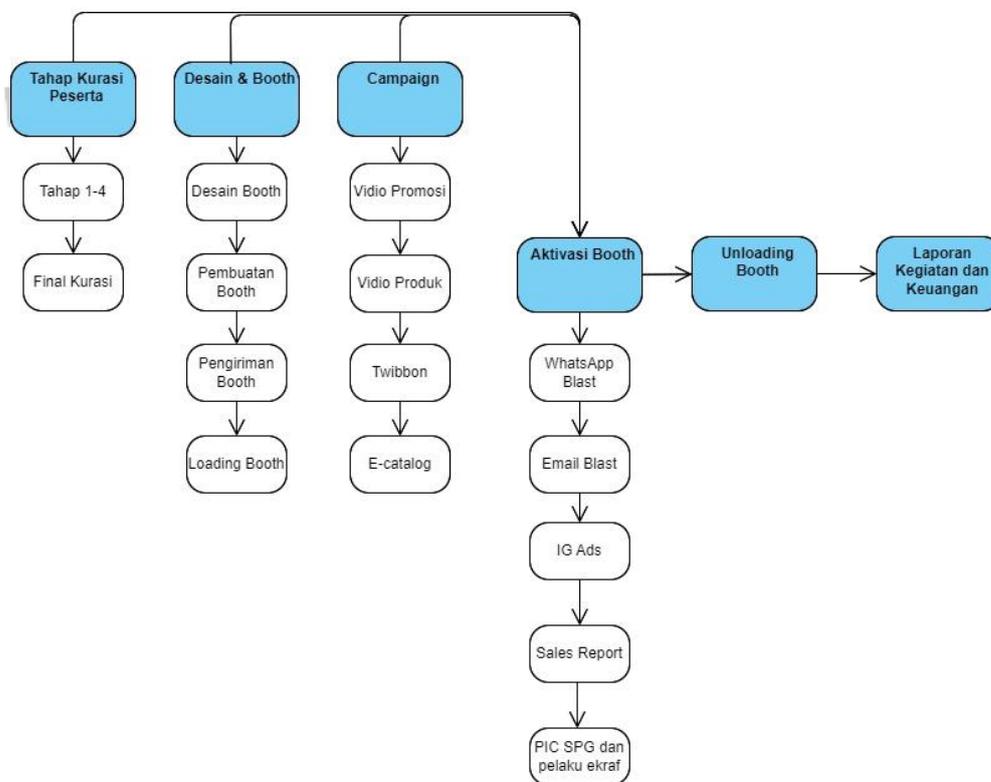
Pelaksanaan Kerja Profesi, Pelaksanaan Kerja Profesi dilakukan dengan intensitas tinggi di bawah arahan serta pengawasan langsung dari Bapak. Dimas Panji Sasangka selaku ketua tim pada *event* Planogram Goes To Medan 2024 dan Warung Rojali. Praktikan sejauh ini mampu untuk mengikuti semua arahan dan tugas-tugas yang harus dikerjakan dengan baik sesuai dengan SOP yang ditentukan. Melalui bimbingan Kerja Profesi yang diberikan, Praktikan mendapatkan banyak pengetahuan, wawasan, dan juga pengalaman baru sebagai bagian dari tim *event* Planogram Goes To Medan 2024 dan Warung Rojali.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi di PT Banu Kreatif Indonesia sebagai administrasi event pada kegiatan Planogram Goes To Medan 2024, selama periode 12 Februari 2024 hingga 18 Maret 2024. Di waktu bersamaan Praktikan juga diberi tugas untuk membantu *event* lainnya, praktikan di tempatkan pada *event* Warung Rojali untuk membantu SPG dan koordinator lapangan selama periode 04 maret 2024 hingga 12 May 2024. Jam kerja yang diterapkan bagi praktikan sesuai dengan standar waktu kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan, yaitu mulai dari pukul 09.00-18.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam dan Praktikan melakukan pekerjaan secara *Work From Office* (WFO). Adapun pekerjaan yang di lakukan secara *Work From Home* (WFH) yaitu *campaign WhatsApp Blast* dan *Email Blast* pada kegiatan Warung Rojali pada periode 19 Maret 2024 sampai 05 April 2024. Pada posisi administrasi *event*, praktikan biasa memulai hari dengan *zoom meeting* bersama CEO dan semua karyawan, kemudian Praktikan mulai melakukan *campaign WhatsApp Blast* dan *Email Blast*, berkoordinasi dengan SPG melalui *WhatsApp* grup untuk melakukan

display produk pelaku ekraf dan pelaporan booth setiap harinya, merekap data penjualan pada booth, pada sore hari Praktikan akan mengirimkan google form kepada para peserta pelaku ekraf untuk mengisi data penjualan online dan offline, dan melaporkan data *WhatsApp Blast*, *Email Blast* dan *report sales* kepada ketua tim untuk selanjutnya dilakukan rapat internal bersama kementerian. Dan pada kegiatan Warung Rojali, Praktikan memulai dengan melakukan dokumentasi absen dan dokumentasi booth, dokumen aktivasi kegiatan Warung Rojali dan terakhir pada sore hari melakukan cek stok.

Dalam melaksanakan kegiatan Kerja Profesi pada *event Planogram Goes To Medan 2024*, Praktikan perlu mengetahui *workflow* secara *komprehensif*, termasuk pada proses perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan. Sehingga membantu Praktikan untuk memahami tanggungjawabnya dengan lebih baik, serta dapat berkontribusi secara efektif dalam pencapaian tujuan perusahaan melalui partisipasi aktif dan keterlibatan yang berarti. Berikut adalah penjelasan *workflow* pada kegiatan *Planogram Goes To Medan 2024* :



Gambar 3. 1 *Workflow event Planogram Goes To Medan 2024*

Sumber: buatan pribadi

Berikut adalah penjelasan aktivitas Kerja Profesi yang dilakukan Praktikan selama kegiatan *event* Planogram Goes To Medan 2024 diantaranya sebagai berikut :

1. WhatsApp Blast

PT Banu Kreatif Indonesia menggunakan layanan WhatsApp Blast untuk mengimplementasikan kampanye dalam kegiatan Planogram Goes To Medan 2024, mengingat peran yang semakin penting dari *platform WhatsApp* dalam konteks bisnis saat ini. Saat ini, WhatsApp telah menjadi salah satu alat penting bagi perusahaan untuk mendukung kinerja bisnis seperti pada *event* Planogram Goes To Medan 2024 yang memiliki konsep digitalisasi. Salah satu manfaatnya adalah sebagai alat promosi yang efektif serta untuk meningkatkan kinerja layanan pelanggan sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggan.

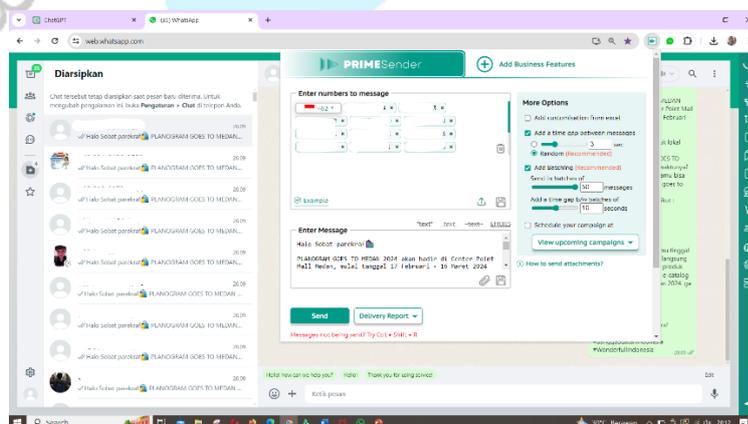
Penggunaan *WhatsApp Blast* dalam kegiatan promosi tidak hanya dapat mencapai prospek pelanggan secara langsung, tetapi juga tidak memerlukan biaya yang besar seperti yang dibutuhkan dalam iklan di media cetak atau radio, sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan *WhatsApp Blast* efisien dalam mengoptimalkan anggaran promosi perusahaan dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran pada kegiatan event tersebut.

Pada kegiatan Planogram Goes to Medan 2024, Praktikan setiap hari di tergetkan dengan 1.000 *WhatsApp Blast* kepada database pelanggan yang telah dipilih dengan total 20.000 prospek pelanggan, Adapun kriteria pelanggan yang masuk dalam *database* adalah dari kalangan pelanggan yang melek akan digitalisasi, seperti *entrepreneur* yang aktif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk keperluan bisnis mereka, orang-orang yang memiliki minat dan apresiasi terhadap karya seni karena terdapat produk-produk kriya yang ditawarkan, *entrepreneur* yang berbasis di Medan, serta masyarakat umum yang tinggal di Medan, sehingga memungkinkan untuk memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan interaksi dengan *audiens* yang relevan dan potensial. Hasil dari kampanye ini adalah *WhatsApp Blast* dilakukan mulai tanggal 17 Februari 2024 hingga 16 Maret 2024 dengan total 25.454 blast. Dengan demikian, dapat

diungkapkan bahwa Praktikan telah mencapai target *WhatsApp Blast* yang telah di tentukan oleh perusahaan.

Berikut adalah tahapan-tahapan dari aktivitas Kerja Profesi dalam melakukan *WhatsApp Blast*:

- 1) Buka aplikasi *WhatsApp Web* pada komputer
- 2) Kemudian, buka aplikasi *prime sender*
- 3) Masukkan nomor telepon dengan cara *copy paste* dari excel bank data dan masukan *caption*.
- 4) Lalu klik send, dan tunggu beberapa menit.
- 5) Dan jika blast telah selesai, maka akan muncul detail informasi berapa banyak nomor yang berhasil di *blast* dan dapat di *download report blast* dalam bentuk excel.
- 6) Download *report blast*, adapun keterangan- keterangannya :
 - a) Yes yang berartikan pesan telah berhasil terkirim.
 - b) No yang berartikan pesan tidak terkirim, apabila *comments invalid* number berartikan nomor tidak terdaftar dengan *WhatsApp*, sedangkan *comments issue with the number* berartikan nomor terhubung dengan *WhatsApp* namun tidak aktif.
- 7) Dan langkah terakhir, nomor yang memiliki keterangan yes akan di pindahkan ke excel *report WhatsApp Blast* dengan cara klik menu bar pilih data kemudian pada *tools menu* pilih *filter*, klik kolom B pilih yes.



Gambar 3. 2 Proses *WhatsApp blast*

Sumber: buatan pribadi

2. Email Blast

Selain menggunakan *WhatsApp Blast* sebagai alat kampanye antara perusahaan dan pelanggan, PT Banu Kreatif Indonesia juga menggunakan strategi *Email Blast* dengan tujuan memperkenalkan para pelaku ekonomi kreatif dan konsep planogram kepada perusahaan-perusahaan, dengan *Email blast* dikirimkan kepada personil dari perusahaan-perusahaan yang dianggap sebagai prospek pelanggan oleh pelaku ekonomi kreatif, dengan total data base email mencapai 10.000 email.

Fungsi dari penggunaan email sebagai media promosi pada kegiatan Planogram Goes To Medan 2024 di antaranya adalah memperkenalkan profil para pelaku ekonomi kreatif kepada perusahaan, menjadi sarana efektif untuk pertukaran informasi dan komunikasi antara pelaku ekonomi kreatif dengan calon pelanggan, serta sebagai *platform* untuk menawarkan produk-produk kepada perusahaan dengan harapan terjalin kerjasama yang mengarah pada model *Business to Business*.

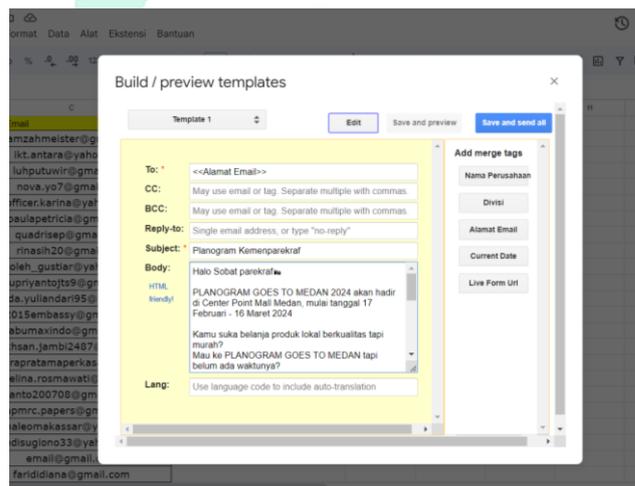
Pada kegiatan Planogram Goes To Medan 2024, Praktikan di targetkan untuk mengirimkan *Email Blast* kepada target perusahaan sebanyak 250 email blast per hari, mulai pada tanggal 17 Februari 2024 sampai 16 Maret 2024, dengan total email blast yang dilakukan oleh praktikan ialah 7.250.

Dari hasil pelaksanaan *Email Blast*, Praktikan dapat merangkum bahwa tidak ada satu pun perusahaan yang memberikan respons atau membalas email menunjukkan ketertarikan pada kegiatan Planogram Goes To Medan 2024. Namun, terdapat *respons* yang menunjukkan bahwa beberapa pelaku ekonomi kreatif telah menerima tawaran *Business to Business*, antara lain dari pelaku ekonomi kreatif seperti Mauas Madu, Kirana, Alkhalif, Pala Nusantara, dan Raki Tenun, menunjukkan adanya potensi kerjasama antara pelaku ekonomi kreatif dan perusahaan.

Berikut adalah tahapan-tahapan dari aktivitas Kerja Profesi dalam melakukan email blast:

- 1) Buka aplikasi google sheets pada laptop.
- 2) Kemudian buat *sheets* baru, dan *copy paste* data dari *excel* bank data.

- 3) Klik menu bar ekstensi, klik *form mule – email merge utility*, klik setup, lalu klik *choose source data and set merge type*.
- 4) Pilih data Google Sheet yang ingin di blast lalu klik *next : templates and send conditions*
- 5) Input beberapa informasi pada preview templates seperti kepada siapa email dikirimkan, subject, dan isi pesan. Lalu klik *save and send all* dan tunggu beberapa menit.
- 6) Setelah *Email Blast* telah selesai, pada *sheet* akan muncul status pengiriman.
- 7) Langkah berikutnya, klik menu bar pilih data, klik buat filter, kemudian pada kolom *send* status filter email yang berhasil di *blast*, kemudian pindahkan dengan cara *klik copy paste* pada *excel report email blast*.



Gambar 3. 3 Proses Email Blast

Sumber: buatan pribadi

3. Penanggung jawab SPG dan Peserta Pelaku Ekraf

Praktikan bertanggungjawab terhadap koordinasi dan komunikasi antara SPG dan pelaku ekraf, yang dilakukan secara daring melalui grup *WhatsApp* internal *event*. Praktikan akan menjalin koordinasi yang teratur dengan SPG setiap harinya untuk memantau *display* produk, stok produk, dan penjualan produk. Selain itu, Praktikan juga akan mengirimkan beberapa dokumentasi berupa foto dan video terkait aktivitas SPG, situasi booth dan display produk di grup *WhatsApp* peserta, pelaku ekraf sebagai laporan dan pembaruan. Dengan peran ini,

Praktikan berfungsi sebagai penghubung yang penting antara SPG dan pelaku ekraf, memastikan informasi dan dokumentasi terkini disampaikan secara efektif dan efisien untuk mendukung operasional.

Apabila pelaku ekraf ingin menanyakan informasi mengenai produk atau kegiatan *event* Planogram Goes To Medan 2024, Praktikan akan dengan sigap menyampaikan informasi tersebut melalui *WhatsApp* grup ataupun *WhatsApp* pribadi. Selain itu, Praktikan juga akan memastikan bahwa informasi penting lainnya disampaikan secara jelas dan tepat waktu, hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya miskomunikasi antara peserta dan tim, sehingga memastikan bahwa semua pihak terlibat memiliki pemahaman yang sama dan terkoordinasi dengan baik.

Dalam tugas sebagai penanggung jawab SPG dan pelaku ekraf, Praktikan diberikan alat komunikasi handphone dari perusahaan yang digunakan khusus sebagai alat komunikasi untuk kegiatan *event* di PT Banu Kreatif Indonesia. Hal ini tidak hanya berlaku untuk pelaku ekonomi kreatif pada acara Planogram Goes To Medan 2024, tetapi juga untuk event-event lainnya seperti Warung Rojali. Dalam konteks ini, Praktikan berbagi atau bergantian dengan membimbing kerja sesuai kebutuhan dan dinamika acara yang berlangsung. sangat penting untuk menjaga komunikasi yang aktif agar tidak terjadi miskomunikasi antara kedua *event* tersebut, karena dapat memastikan bahwa informasi yang diterima dan disampaikan oleh semua pihak terkait dengan jelas dan tepat waktu, sehingga meminimalkan risiko terjadinya kesalahpahaman atau kebingungan yang dapat mempengaruhi kelancaran dan kesuksesan kedua event tersebut.

4. Sales Report

Sales report merupakan dokumen atau rangkuman tertulis yang berisi informasi tentang aktivitas penjualan pada kegiatan *event* Planogram Goes To Medan 2024, mencakup data penjualan online, offline dan pada booth. Praktikan memiliki tanggung jawab untuk mengirimkan google form *sales report* setiap harinya pada sore hari pukul 18.00 kepada pelaku ekraf melalui grup *WhatsApp* peserta. Selanjutnya, pada keesokan harinya, Praktikan akan merapihkan data tersebut dan memindahkannya ke dalam *excel report sales* untuk diakumulasi. Dengan demikian, proses pelaporan penjualan menjadi lebih terstruktur dan memudahkan analisis performa penjualan secara keseluruhan.

Praktikan juga memiliki tugas untuk melakukan *follow-up* terhadap pelaku ekraf yang belum melaporkan laporan penjualan dengan pembagian dalam 3 tahap, yaitu :

- 1) Tahap pertama, Praktikan akan melakukan *follow-up* melalui grup WhatsApp peserta dan menyertakan tag kepada pelaku ekraf yang belum mengisi *sales report*.
- 2) Kemudian, pada tahap kedua, Praktikan akan melakukan follow-up melalui pesan *WhatsApp* pribadi kepada pelaku ekraf yang bersangkutan untuk segera mengisi laporan *sales report*.
- 3) Pada tahap terakhir, apabila masih terdapat banyak laporan penjualan yang tidak diisi, Praktikan akan menghubungi secara langsung pelaku ekraf tersebut via telepon untuk meminta agar segera mengisi laporan penjualan. Selain melakukan tindakan tersebut, Praktikan juga akan menyampaikan informasi terkait pentingnya laporan penjualan dan bagaimana laporan tersebut digunakan untuk mengevaluasi dampak dari kampanye yang telah dilakukan terhadap para pelaku ekraf. Laporan penjualan bersifat wajib bagi pelaku ekraf karena laporan tersebut menjadi salah satu indikator untuk melihat efektivitas dari kampanye yang telah dilaksanakan terhadap pelaku ekraf.

| 1 | Timestamp | NAMA | NAMA BRAND | SUB SEKTOR | LAPORAN SALES ONLINE (Di isi dengan jumlah nominal total sales penjualan online dalam 1 hari pada toko anda) | LAPORAN SALES OFFLINE (Di isi dengan jumlah nominal total sales penjualan offline dalam 1 hari pada toko anda) | TANGGAL LAPORAN SALES (Di isi dengan Tanggal Laporan Sales dalam 1 hari / Laporan Sales yang Tersebut (pp- 12/92/2024) | Apakah anda mendapatkan pesanan dari perusahaan pada kegiatan Program Goes to Medan 2024? (Silva "Da" tuliskan dan sebarang nama mitra pada kolom lainnya) | Apakah anda mendapatkan investor baru saat kegiatan Program Goes to Medan 2024? (Silva "Da" tuliskan dan sebarang nama mitra pada kolom lainnya) |
|----|--------------|------|---------------------|------------|---|---|---|---|---|
| 2 | 3/2/24 20:41 | | Batik siti Khadijah | FASHION | 0 | 0 | 2-Mar | TIDAK | TIDAK |
| 3 | 3/2/24 20:44 | | Zack Krezz | KULINER | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 4 | 3/2/24 20:46 | | Thaicasator | FASHION | 0 | 0 | 02.03.24 | TIDAK | TIDAK |
| 5 | 3/2/24 20:49 | | Maus madu/mauas km | KULINER | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 6 | 3/2/24 21:02 | | Aurora Rajut&Craft | FASHION | 0 | 0 | 2/29/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 7 | 3/2/24 21:03 | | Aurora Rajut& Craft | FASHION | 0 | 0 | 3/1/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 8 | 3/2/24 21:05 | | Aurora Rajut& Craft | FASHION | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 9 | 3/2/24 21:07 | | Bank Mladu | KULINER | 0 | 0 | 2.03.2024 | TIDAK | TIDAK |
| 10 | 3/2/24 21:14 | | Afa cokelat | KULINER | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 11 | 3/2/24 21:34 | | Drip Koffie | KULINER | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 12 | 3/2/24 22:03 | | Pamasib Etnik | KRIYA | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 13 | 3/2/24 23:09 | | KIRANA | KRIYA | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 14 | 3/3/24 0:37 | | Sekem art | KRIYA | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 15 | 3/3/24 0:42 | | ABC WOODENTOYS | KRIYA | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 16 | 3/3/24 6:00 | | TSDC STORE | KRIYA | 0 | 0 | 3/2/2024 | TIDAK | TIDAK |
| 17 | 3/3/24 6:25 | | Ibyyy snack | KULINER | 0 | 0 | 02/03/0/2024 | TIDAK | TIDAK |

Gambar 3. 4 Report sales online dan offline

Sumber: buatan pribadi

5. Pembuatan Laporan Kegiatan

Event Planogram Goes To Medan 2024 adalah sebuah acara yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (Kemenparekraf) yang berkolaborasi dengan Bank Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan sebuah laporan kegiatan Planogram Goes To Medan 2024 dan keuangan sebagai dokumen pertanggungjawaban dari PT Banu Kreatif Indonesia selaku pihak yang memperoleh tender. Praktikan diberikan tugas untuk membantu dalam membuat laporan kegiatan Planogram Goes to Medan 2024 berisi proses kegiatan mulai dari tahap kurasi hingga laporan penjualan. Dalam pelaporan tersebut, terdapat pendahuluan, kata pengantar, serta konsep kegiatan. Berikut penjelasan mengenai aktivitas pelaporan kegiatan Planogram Goes to Medan 2024:

- a) Tahap kurasi: Pada tahap ini, total keseluruhan pelaku ekraf yang ingin berpartisipasi dalam kegiatan Planogram Goes to Medan 2024 adalah 600 peserta. Selanjutnya, dilakukan 4 tahap kurasi yang menghasilkan 76 pelaku ekraf, terdiri dari 39 bidang fashion, 19 bidang craft, 17 bidang kuliner, dan 1 bidang *intelektual property*. Adapun kriteria yang lolos kurasi adalah memiliki pendapatan usaha bruto di atas 500 juta per tahun, telah memiliki perizinan usaha yang sah, aktif memiliki akun media sosial dan *marketplace*. Pada kegiatan Planogram Goes to Medan 2024, terdapat 30 pelaku ekonomi kreatif yang berasal dari Medan, yang didukung oleh binaan UMKM Bank Indonesia, serta 46 pelaku ekonomi kreatif dari luar Medan. Selain itu, PT Banu Kreatif Indonesia biasanya juga akan merekomendasikan pelaku ekonomi kreatif yang telah mengikuti Planogram sebelumnya untuk mengikuti kurasi, mengutamakan kontinuitas partisipasi mereka dalam program tersebut.
- b) Selanjutnya, dilaporkan bahwa terdapat 2 alternatif desain booth yang diajukan sebagai pilihan. Desain booth ini sebelumnya telah dipresentasikan kepada kementerian terkait dengan seluruh detailnya, termasuk ukuran dan spesifikasi lainnya. Setelah proses evaluasi, salah satu dari kedua desain booth ini akan dipilih untuk dilanjutkan ke tahap pembuatan. Kemudian dokumentasi pembuatan booth sebagai bukti konkret bahwa PT Banu Kreatif Indonesia telah menjalani proses

pembuatan booth sesuai dengan desain, detail, dan ukuran yang telah disepakati sebelumnya dengan semua pihak terkait. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam memastikan bahwa setiap langkah produksi dilakukan dengan akurasi dan konsistensi sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Dokumentasi pengiriman booth dari Jakarta ke Medan, dan proses loading booth (proses pemasangan booth).

- c) Hasil dari pembuatan video promosi, video produk, foto produk, foto barcode, poster dengan 2 alternatif, twibbon dengan 2 alternatif, dan e-katalog juga menjadi bagian dari pelaporan kegiatan tersebut. Pada pelaporan ini, terdapat hasil dari karya tim *creative* PT Banu Kreatif Indonesia yang telah dipilih sebagai kontribusi dalam acara Planogram Goes to Medan 2024. Karya ini tidak hanya mewakili dedikasi dan keterampilan tim kreatif, tetapi juga merupakan sebuah promosi yang digunakan sebagai sarana untuk mendukung kesuksesan acara Planogram Goes to Medan 2024. Dengan memanfaatkan layanan kreatif yang dimiliki oleh perusahaan, upaya ini bertujuan untuk memberikan dampak yang signifikan dalam memperkuat pesan-pesan kampanye serta memaksimalkan partisipasi dan minat masyarakat terhadap acara tersebut.
- d) Pelaporan hasil postingan pada feed Instagram @planogram_kemenparekraf serta insight dari dilakukannya iklan Instagram (IG ads) juga dimasukkan dalam laporan tersebut. Pada acara Planogram Goes to Medan 2024, Instagram digunakan sebagai alat utama untuk memperluas jangkauan pemasaran acara dan kegiatan yang terkait. Selain itu, IG Ads juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperluas pasar, melalui penggunaan strategis iklan yang ditargetkan secara spesifik kepada audiens yang relevan. Dengan demikian, Instagram menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi promosi yang bertujuan untuk mencapai tingkat partisipasi yang optimal dalam acara tersebut.
- e) Selanjutnya, dokumentasi hasil aktivasi pada booth meliputi berbagai foto yang menampilkan para pembeli serta aktivitas yang dilakukan oleh SPG. Ini tidak hanya menjadi bukti konkret bahwa acara Planogram Goes To Medan 2024 berjalan lancar, tetapi juga merupakan bukti yang menunjukkan bahwa tim bekerja sesuai dengan tugas dan jadwal yang

telah ditetapkan. Dengan melihat dokumentasi ini, dapat dipastikan bahwa tujuan acara tercapai dan partisipasi dari berbagai pihak telah terlaksana dengan baik.

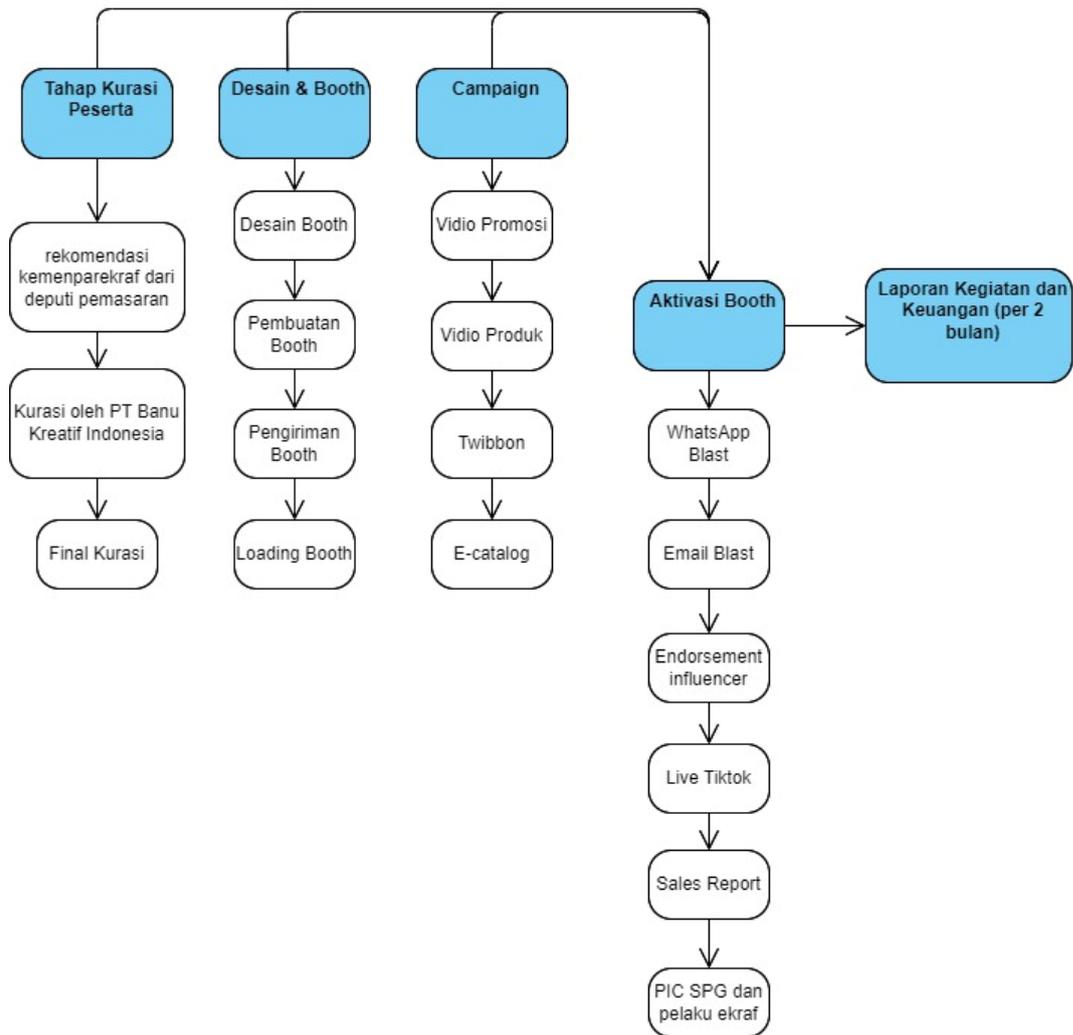
- f) Dan terakhir, akan disertakan hasil dari *WhatsApp Blast* dan *Email Blast*, serta laporan mengenai penjualan. Pada pelaporan *WhatsApp Blast* dan *Email Blast* akan terdapat daftar nomor *WhatsApp* yang berhasil di blast dan alamat email yang berhasil di blast mulai dari tanggal 17 Februari 2024 hingga 16 Maret 2024. Sementara itu, dalam pelaporan penjualan, akan disajikan hasil penjualan baik secara online maupun offline, termasuk dari penjualan di booth setiap harinya, yang telah diakumulasikan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang performa penjualan selama periode tersebut.



Gambar 3. 5 Laporan kegiatan dan keuangan Planogram Goes To Medan 2024

Sumber: buatan pribadi

Warung Rojali memiliki konsep yang berbeda dari Planogram Kemenparekraf, oleh karena itu, *workflow* pada kegiatan ini juga akan sedikit berbeda. Dalam rangka menggambarkan secara umum proses alur kerja, berikut adalah penjelasan *workflow* dari event Warung Rojali:



Gambar 3. 6 Workflow event Warung Rojali

Sumber: buatan pribadi

Praktikan ditempatkan pada event Warung Rojali untuk memberikan bantuan kepada SPG dan koordinator lapangan di Warung Rojali yang berlokasi di kantor Kemenparekraf, yaitu Gedung Sapta Pesona lantai 2. Praktikan ditugaskan hanya setiap hari Senin. Selama menjalankan tugas profesinya di event Warung Rojali, Praktikan memiliki tanggung jawab untuk membantu dalam berbagai aktivitas, seperti menyediakan bantuan kepada SPG dalam melayani pelanggan, memberikan dukungan logistik dan administratif kepada koordinator lapangan, serta mengelola berbagai aspek operasional yang terkait dengan kelancaran acara tersebut.

Berikut adalah penjelasan aktivitas Kerja Profesi yang dilakukan Praktikan selama kegiatan *event* Warung Rojali diantaranya sebagai berikut :

1. Melayani Pengunjung

Praktikan memiliki tanggung jawab untuk memberikan bantuan kepada SPG dalam melayani pengunjung, yang meliputi penjelasan yang jelas tentang Warung Rojali, produk yang dipajang di Warung Rojali, serta cara-cara membeli melalui digitalisasi. Hal ini menjadi penting mengingat adanya keterbatasan jumlah SPG yang disediakan oleh perusahaan pada *event* Warung Rojali, dimana hanya ada satu orang SPG yang tersedia untuk melayani pengunjung. Dengan demikian, praktikan diharapkan dapat membantu dalam mengatasi kekurangan personel untuk memastikan pengalaman pengunjung tetap optimal dan informatif selama berada di Warung Rojali.

Pada tugas ini, Praktikan memperoleh pengalaman baru dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang, namun Praktikan menghadapi kesulitan dalam menjalankan komunikasi yang efektif, sehingga belum sepenuhnya mampu untuk menjelaskan secara detail kepada pengunjung. Meskipun demikian, proses ini memberikan peluang bagi Praktikan untuk terus belajar dan meningkatkan keterampilan komunikasi, sambil mengumpulkan wawasan yang berharga dalam berinteraksi dengan berbagai tipe orang dan situasi yang berbeda di lapangan.



Gambar 3. 7 Praktikan menjelaskan kepada pengunjung

Sumber: koordinator lapangan

2. Dokumentasi aktivitas kegiatan Warung Rojali

Praktikan juga memiliki tanggung jawab untuk bergantian dengan koordinator lapangan dalam pengambilan dokumentasi berupa foto dan video. Proses dokumentasi ini dilakukan ketika ada pengunjung yang datang di booth, dan nantinya akan dijadikan sebagai laporan kepada koordinator lapangan mengenai situasi dan perkembangan booth kepada PT Banu Kreatif Indonesia. Selain itu, video yang dihasilkan juga akan dimanfaatkan oleh tim kreatif untuk diedit menjadi *story Instagram*, yang bertujuan sebagai *update* konten mengenai kegiatan Warung Rojali dan disebarakan untuk memberikan informasi kepada audiens terkait acara tersebut.

3. Administrasi Stok Barang Ekraf

Pada tugas ini, Praktikan berperan dalam membantu koordinator dalam administrasi stok, dengan menjadi bagian dari proses *cross check* setelah koordinator lapangan. Tujuannya untuk memastikan bahwa stok yang tersedia di Warung Rojali tercatat dengan benar. Tahapan dalam administrasi stok ini terdiri dari beberapa langkah, yaitu sebagai berikut:

1. Setelah koordinator lapangan menerima stok dan data yang dikirim oleh perusahaan, koordinator akan mencatat detail barang dan harga yang diterima. Praktikan kemudian diminta untuk membandingkan data tersebut dengan data yang diberikan oleh perusahaan.
2. Jika terdapat perbedaan antara data yang diterima dengan data yang telah disediakan, koordinator lapangan akan mengonfirmasi kembali informasi tersebut kepada perusahaan.
3. Setelah selisih diselesaikan, Praktikan akan memindahkan data yang sudah *diverifikasi* ke dalam *Google Sheet*, sehingga dapat diakses oleh semua pihak terkait.
4. Dan apabila terjadi penjualan di booth, Praktikan akan mengupdate stok secara langsung pada *Google Sheet* yang telah dibuat sebelumnya, untuk menjaga konsistensi dan akurasi informasi terkini mengenai persediaan barang. Dengan melalui tahapan ini, proses administrasi stok menjadi lebih terstruktur dan efisien, memastikan transparansi dan keakuratan informasi di Warung Rojali.

3.1 Kendala Yang Dihadapi

Selama Praktikan menjalani kegiatan Kerja Profesi di PT Banu Kreatif Indonesia sebagai administrasi *event*, Praktikan cukup banyak menghadapi kendala, sehingga berpengaruh terhadap kinerja Praktikan. Adapun beberapa kendala yang praktikan alami adalah sebagai berikut:

1. Kendala pada event Planogram Goes To Medan 2024

1. WhatsApp Blast

Dalam event Planogram Goes to Medan 2024, Praktikan dihadapkan pada kesulitan dalam melakukan *WhatsApp Blast* karena kerap kali nomor WhatsApp yang digunakan sering kali terkena tindakan spam dan bahkan blokir, yang menghambat proses *blast* menjadi lebih lambat dan kurang efisien. Hal ini menunjukkan perlunya strategi alternatif atau penyesuaian teknik dalam mengatasi tantangan komunikasi yang dihadapi, guna memastikan kelancaran dan efektivitas dari upaya promosi melalui *platform WhatsApp*.

2. Keterbatasan Alat Komunikasi *Handphone*

Kemudian, karena adanya keterbatasan pada *handphone* yang digunakan untuk operasional acara Planogram Goes to Medan 2024 dan Warung Rojali, seringkali Praktikan merasa kebingungan dan tidak percaya diri dalam menghadapi situasi yang timbul. Hal ini menunjukkan perlunya dukungan dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap kondisi teknis serta penyesuaian yang diperlukan agar Praktikan dapat mengatasi tantangan tersebut dengan lebih efektif dan efisien.

3. Pelaporan Kegiatan Planogram Goes To Medan 2024

Dan pada pelaporan, karena tidak adanya printer warna di kantor dikarenakan rusak, hal ini mengharuskan Praktikan dan pembimbing untuk melakukan pencetakan di luar kantor, yang kemudian berdampak pada kurang efisiennya dalam segi waktu dan biaya. Dengan demikian, kebutuhan untuk peralatan yang memadai di kantor menjadi semakin penting untuk memastikan kelancaran proses administrasi dan pengelolaan dokumen secara efisien.

2. Kendala pada event Warung Rojali

Pada *event* Warung Rojali, Praktikan tidak banyak menghadapi masalah yang signifikan. Namun, tantangan terutama muncul dari Praktikan sendiri, terutama dalam hal kemampuan komunikasi yang kurang baik, sehingga menjelaskan informasi kepada pengunjung cenderung kurang detail. Hal ini menekankan pentingnya pengembangan keterampilan komunikasi bagi Praktikan, yang dapat membantu meningkatkan interaksi dengan pengunjung serta memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi mereka.

3.2 Cara Mengatasi Kendala

Selama kegiatan Kerja Profesi, Praktikan cukup banyak mengalami kendala, namun Praktikan dapat mengatasi kendala tersebut dengan baik dengan bantuan dari tim. Dalam mengatasi kendala-kendala yang sudah disebutkan di atas, cara yang praktikan lakukan adalah :

1. Mengatasi Kendala pada Event Planogram Goes To Medan 2024

1. WhatsApp Blast

Praktikan berhasil mengatasinya dengan mengirimkan *blast* secara bertahap, sehingga nomor yang digunakan mengurangi terdeteksi sebagai *spam*. Selain itu, Praktikan juga menyediakan lebih dari satu nomor, yang digunakan secara bergantian dengan nomor lainnya, sebagai strategi alternatif untuk memastikan kelancaran proses *blast* dan menghindari terjadinya pemblokiran atau deteksi *spam* oleh penerima pesan. Langkah ini membantu Praktikan dalam mengoptimalkan efektivitas *WhatsApp Blast* dan memastikan pesan terdistribusi dengan baik kepada khalayak yang sudah di targetkan.

2. Keterbatasan Alat Komunikasi Handphone

Praktikan dan tim terkait diatasi dengan memberikan Praktikan akses WhatsApp Web pada komputer perusahaan yang Praktikan gunakan. Dengan demikian, Praktikan dapat menggunakan handphone ketika ada keperluan mendesak yang memerlukan penggunaan langsung dari

handphone. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya slow respon dan mis-komunikasi yang mungkin timbul akibat keterbatasan tersebut.

3. Pelaporan Kegiatan Planogram Goes To Medan 2024

Praktikan dan tim menemukan solusi dengan mencetak dokumen dalam format hitam putih di kantor untuk menghemat biaya. Selanjutnya, mereka meminta nomor telepon fotokopi untuk mencetak dokumen dalam format warna, memastikan hanya dokumen yang memerlukan warna yang akan dicetak agar efisien waktu dan kunjungan ke tempat fotokopi. Selain itu, tim juga mengkomunikasikan kendala yang dialami selama pelaporan kepada ketua tim untuk mengambil tindakan lebih lanjut dengan pihak perusahaan, demi kelancaran acara dan pelaporan di event selanjutnya.

2. Mengatasi Kendala pada Event Warung Rojali

Untuk mengatasi kendala ini pada event Warung Rojali, Praktikan dapat mengambil beberapa langkah:

1. **Praktik dan Role Play:** Praktikan melakukan latihan praktik langsung serta role play ketika di booth untuk memperkuat kemampuan komunikasi. Dengan berlatih secara aktif, Praktikan dapat lebih percaya diri dan terampil dalam menyampaikan informasi kepada pengunjung.
2. **Feedback dan Evaluasi:** Praktikan menerima feedback secara terbuka dari rekan tim. Dengan mendengarkan masukan dan melakukan evaluasi diri secara berkala, Praktikan dapat terus meningkatkan kemampuan komunikasinya. Tim juga memberikan dukungan tambahan bagi Praktikan dengan memberikan saran dan bimbingan yang berharga untuk membantu Praktikan mengatasi tantangan dalam berkomunikasi dengan efektif.