

OPTIMALISASI PROSES PEMASARAN PRODUK UNTUK
KEBERLANJUTAN BISNIS DALAM MENYOKONG EFISIENSI
OPERASIONAL

(Laporan Praktek Kerja Pada Perusahaan Kliktron Indonesia)

Disusun Oleh :
ALIFYA RAYNISA SHAFARANI
E1210012

TUGAS AKHIR

**Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Pendidikan pada Program Studi Diploma III**



PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Laporan : **Optimalisasi Proses Pemasaran Produk Untuk Keberlanjutan Bisnis Dalam Menyokong Efisiensi Operasional Di Perusahaan Kliktron Indonesia**

Nama : Alifya Raynisa Shafarani

NRP : E1210012

Program Studi : Diploma III Manajemen Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



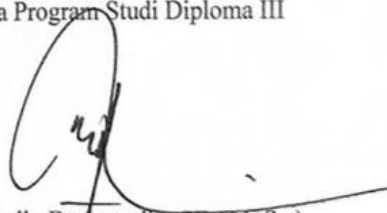
(Deddy Supriyadi, SE.,M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Diploma III



(Dr. Heri Nugraha.,SE. M.Si)



(H. Dindin Burhanudin, SE., M. Sc)

ABSTRACT

ALIFYA RAYNISA SHAFARANI. *Optimization of Product Marketing Process for Business Sustainability in Supporting Operational Efficiency at Kliktron Indonesia Company. Under the Guidance of Mr Deddy Supriyadi, SE.M, Si.*

This work practice aims to provide knowledge and practical experience in the technology sector, especially in product marketing. In addition, this internship also provides an opportunity for students to expand their professional network and build sustainable relationships. Communication message design is another important aspect, emphasising on effectively conveying Kliktron Indonesia's unique features and product characteristics to attract consumers. In addition, the selection of appropriate communication channels is also emphasised, with a focus on personalised communication to understand consumer needs and preferences.

This provides easy access to Kliktron Indonesia's products, packages, prices, mobile apps, Whatsapp, Instagram and Youtube, The importance of accurate sales data recording and inputting is also highly emphasised. This data is used to monitor the performance and profitability of the company's products, especially those related to Kliktron. This data is very important to understand the company's sales performance and profitability. Overall, regarding Kliktron Indonesia's communication

strategy, emphasising marketing through social media from theoretical concepts in real-world situations, and the company's efforts to build a strong presence in the advertising industry.

RINGKASAN

ALIFYA RAYNISA SHAFARANI. Optimalisasi Proses Pemasaran Produk Untuk Keberlanjutan Bisnis Dalam Menyokong Efisiensi Operasional Di Perusahaan Kliktron Indonesia. Di Bawah Bimbingan Bapak Deddy Supriyadi, SE.,M.Si.

Strategi komunikasi Kliktron Indonesia dan penerapannya di dunia nyata dimulai dengan penekanan pada pentingnya pengalaman praktik kerja bagi pengembangan akademis dan profesional mahasiswa, khususnya di bidang bisnis dan teknologi. Praktik kerja ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pengalaman praktis di sektor teknologi, terutama dalam pemasaran produk. Selain itu, praktik kerja ini juga membuka peluang bagi mahasiswa untuk memperluas jaringan profesional dan membangun hubungan yang berkelanjutan.

Selanjutnya, proses penentuan tujuan komunikasi difokuskan pada peningkatan kesadaran publik tentang iklan videotron. Kliktron Indonesia berupaya mencapai tujuan ini dengan menyediakan bukti dokumentasi dari proses pemasaran sebelumnya kepada calon klien dan menawarkan opsi iklan yang terjangkau sesuai anggaran mereka. Strategi komunikasi ini juga mencakup penyampaian secara langsung keunggulan iklan videotron kepada calon klien.

Desain pesan komunikasi menjadi aspek penting lainnya, dengan menekankan pada penyampaian fitur unik dan karakteristik produk Kliktron Indonesia secara efektif untuk menarik minat konsumen. Penggunaan platform media sosial untuk menyebarkan pesan iklan ditonjolkan melalui tagline "Discover Your Own Space" dan iklan kuota ritel yang dapat diakses melalui perangkat seluler.

Selain itu, pemilihan saluran komunikasi yang tepat juga ditekankan, dengan fokus pada komunikasi personal untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Platform media sosial seperti Linktree, digunakan sebagai alat yang nyaman untuk berbagi berbagai konten melalui satu tautan utama. Ini memberikan akses mudah untuk melihat produk, paket, harga, aplikasi mobile, Whatsapp, Instagram dan Youtube Kliktron Indonesia.

Pentingnya pencatatan dan penginputan data penjualan yang akurat juga sangat ditekankan. Data ini digunakan untuk memantau kinerja dan profitabilitas produk perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan Kliktron. Data penjualan ini mencakup informasi dari surat penjualan dan pembelian, yang kemudian dimasukkan ke dalam data penjualan untuk periode Februari hingga April.

Secara keseluruhan, mengenai strategi komunikasi Kliktron Indonesia menekankan pemasaran melalui sosial media dari konsep teoritis

dalam situasi dunia nyata, dan upaya perusahaan untuk membangun eksistensi yang kuat di industri periklanan.

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandung pada tanggal 9 April 2003 dengan nama lengkap Alifya Raynisa Shafarani yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sardi Wusono dan Ibu Yani Maryani. Beralamat di Komplek Bumi Cibiru Raya Blok A23 RT 01 RW 015 Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung Jawa Barat.

Lulus dari Sekolah Dasar Negeri Cibiru 08 pada tahun 2015. Lulus dari Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Cileunyi pada tahun 2018. Lulus dari Sekolah Menengah Atas Negeri 26 Bandung 2021. Dilanjutkan pada tahun 2021 penulis sebagai Mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia (Ikopin University) Jatinangor Sumedang.

Pada Tahun 2021 penulis menjadi Pengurus Unit Bola Basket Ikopin sebagai Anggota Divisi *Lapangan*. Pada tahun 2022 penulis menjadi Pengurus Himpunan Mahasiswa Diploma III sebagai Ketua Divisi *Public Relation*. Pada

tahun 2023 penulis menjadi pengurus Unit Bola Basket Ikopin sebagai Ketua Divisi Sumber Daya Manusia (SDM). Dan penulis juga aktif di beberapa Organisasi Rumah seperti Karang Taruna Cibiru Raya RW 15 dan Pemuda Pemudi Masjid Al-Ishlah (Kabilah).

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dengan judul **“Optimalisasi Proses Pemasaran Produk Untuk Keberlanjutan Bisnis Dalam Menyokong Efisiensi Operasional Di Perusahaan Kliktron Indonesia”**. Laporan Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Bisnis dengan konsentrasi Manajemen Bisnis di Universitas Koperasi Indonesia.

Mengingat pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis masih yang masih terbatas dan masih banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan tugas akhir ini.

Selain itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan, dan bimbingan baik secara moril maupun materil yang sangat berarti selama penulisan tugas akhir ini. Untuk Kedua Orang Tua tercinta Bapak Sardi Wusono dan Ibu Yani Maryani juga Adiku tercinta Elfa Risani Maulidina yang selalu mencurahkan kasih sayang serta perhatiannya, memberikan do’a, motivasi,

dan kepercayaan yang luar biasa, serta selalu memberi dukungan serta dorongan baik moril maupun materil kepada penulis. Maka sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus juga kepada :

1. Bapak Deddy Supriyadi, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan dalam proses penulisan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
2. Bapak H. Dindin Burhanudin, SE.,M.Sc. Selaku Direktur Program Studi Diploma III Universitas Koperasi Indonesia.
3. Seluruh Dosen/Pengajar yang telah memberikan ilmu yang sangat berarti dan bermanfaat bagi penulis serta seluruh Staff Tata Usaha Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Universitas Koperasi Indonesia.
4. Seluruh Pihak dan Karyawan Kliktron Indonesia yang telah mendapatkan kesempatan, membantu dan membimbing penulis selama melaksanakan Praktik Kerja.
5. Teruntuk sahabat seperjuangan Ristianti, Neng Afny, Amelia dan Fadillah yang selalu berbagi cerita dari suka maupun duka dan selalu kebersamai selama 3 tahun ini.
6. Teruntuk sahabat semasa kecil hingga sekarang Rihlati, Karinan, Algi, Zahira dan Afiyanti telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi dalam penulisan tugas akhir ini.

7. Dan terakhir untuk Alifya Raynisa Shafarani yaitu diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses-Nya. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini.

Semoga dengan adanya laporan tugas akhir yang telah penulis susun ini dapat bermanfaat bagi penulis dan dapat berguna khususnya bagi pembaca. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

Jatinangor, Juli 2024

Alifya Raynisa Shafarani

DAFTAR ISI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
ABSTRACT	iii
RINGKASAN.....	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Praktik Kerja.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja	3
1.2.1 Maksud Praktik Kerja	3
1.2.2 Tujuan Praktik Kerja.....	4
1.3. Kegunaan Praktik kerja.....	4
1.3.1 Kegunaan Teoritis	4
1.3.2 Kegunaan Praktis	4
1.4. Tempat Praktik Kerja.....	4
1.5. Jadwal Waktu Praktik Kerja	5
BAB II KEADAAN UMUM TEMPAT PRAKTEK KERJA	6
2.1 Sejarah berdirinya Tempat Praktik Kerja.....	6
2.1.1 Profil Perusahaan	8
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	9
2.1.3 Logo Perusahaan	9
2.1.4 Penghargaan Perusahaan.....	10
2.2 Keadaan Organisasi.....	11

2.3 Pelaksanaan Manajemen	24
2.4 Kegiatan Usaha	26
2.5 Keadaan Lingkungan Kerja.....	32
2.5.1 Lingkungan Halaman Gedung	33
2.5.2 Lingkungan Kantor Perusahaan	33
BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA	34
3.1 Bidang Pekerjaan Yang Dilakukan	34
3.2 Cara Pelaksanaan Kerja.....	34
3.3 Kendala Yang Dihadap	41
3.4 Cara Mengatasi Kendala Yang Dihadapi	41
3.5 Manfaat Yang Diperoleh.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Optimalisasi & Operasional dalam Proses Pemasaran.....	43
4.1.1 Pengertian Optimalisasi	43
4.1.2 Pengertian Operasional	43
4.1.3 Manajemen Operasional.....	44
4.2 Pemasaran Secara Umum & Digital	44
4.2.1 Pemasaran Melalui Sosial Media	45
4.3 Sosial Media yang Dipilih oleh Kliktron Indonesia.....	47
4.3.1 Linktree Kliktron Indonesia	47
4.3.2 Aplikasi Kliktron Indonesia	48
4.3.3 Instagram Kliktron Indonesia.....	49
4.4 Pengertian Efisiensi.....	50
4.5 Hasil penjualan di Sosial Media melalui Linktree & Aplikasi.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 KESIMPULAN	54
5.2 SARAN	55
DAFTAR PUSTAKA	56

LAMPIRAN.....	57
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kuota Videotron.....	7
Gambar 2.2 Revitron.....	7
Gambar 2.3 Livetron	8
Gambar 2.4 Xtron.....	8
Gambar 2.5 Mobitron.....	8
Gambar 2.6 Studio Kliktron Indonesia	9
Gambar 2.7 PT. Lintas Mediatama	9
Gambar 2.8 Logo Kliktron Indonesia	10
Gambar 2.9 Kegiatan Riot Fun Run 5k.....	10
Gambar 2.10 Kegiatan Road to Digiland Fun 2024.....	11
Gambar 2.11 Kegiatan BBQ Ride 2024.....	11
Gambar 2.12 Struktur Organisasi Kliktron Indonesia.....	12
Gambar 2.13 Kuota Videotron.....	29
Gambar 2.14 Revitron.....	29
Gambar 2.15 Livetron	29
Gambar 2.16 Xtron.....	30
Gambar 2.17 Mobitron.....	30
Gambar 2.18 Daily Package.....	31
Gambar 2.19 Weekly Package	31
Gambar 2.20 Monthly Package.....	32
Gambar 3.1 Saat Melayani Konsumen Secara Online	35
Gambar 3.2 Surat Pembelian.....	36
Gambar 3.3 Surat Penjualan.....	36
Gambar 3.4 Surat RAB	37
Gambar 3.5 Permintaan Placement	37

Gambar 3.6 Penawaran Billboard	37
Gambar 3.7 SPK.....	38
Gambar 3.8 Input Data Penjualan Bulan Febuari-April.....	38
Gambar 3.9 Pembuatan Surat pengajuan Dana.....	40
Gambar 3.10 Pembuatan Surat LPJ	40
Gambar 4.1 Tampilan Linktree Kliktron Indonesia	48
Gambar 4.2 Tampilan Aplikasi Kliktron Indonesia	49
Gambar 4.3 Tampilan Instagram Kliktron Indonesia	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Kliktron Indonesia	9
Tabel 4.1 Hasil Penjualan Produk di Sosial Media.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Hadir Magang	57
Dokumentasi Selama Magang.....	60