



**MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI
PT TEDMONNINDO PRATAMASEMESTA**

KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1Manajemen

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

QODRIAN DICKY REVIANANTA

19430100026

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

**MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI
PT TEDMONNINDO PRATAMASEMESTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Disusun Oleh:

NAMA : Qodrian Dicky Reviananta

NIM :19430100026

PROGRAM : S1 (Strata Satu)

JURUSAN : Manajemen



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DINAMIKA

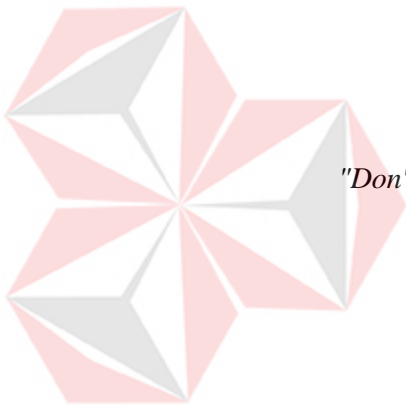
2023

“Untuk mencapai tujuan akhir harus bersabar, karena keyakinan lebih baik daripada rencana apapun”,

“If you don't do something because you think you can't do”

"Don't be tired of fighting, there will definitely be results from what we are fighting for."

QODRIAN DICKY REVIANANTA



UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

**MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI PT TEDMONNINDO
PRATAMASEMESTA**

Laporan Kerja Praktik oleh

Qodrian Dicky Reviananta

NIM : 19430100026

Telak diperiksa, diuji dan disetujui

Disetujui:



Pembimbing


Candraningrat, S.E., MSM.

NIDN. 0715048901

Penyelia


Dr. Iris Tutuarima, S.S., M.A.

GNIK Area Director Jakarta

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



UNIVERSITAS

Dinamika

Dr. Januar Wibowo, S.T., M.M.

NIDN. 0715016801

UNIVERSITAS DINAMIKA

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Qodrian Dicky Reviananta
NIM : 19430100026
Program Studi : SI Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI
PT.TEDMONNINDO PRATAMASEMESTA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi bagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialih mediakan dan dikelola dalam bentuk pengkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar sarjana yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Januari 2023

Yang menyatakan



Qodrian Dicky Revianata
NIM : 19430100026

ABSTRAK

Kegiatan pemasaran menjadi poin penting bagi unit bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Kegiatan pemasaran didalamnya mencakup strategi promosi. Strategi promosi menjadi hal terpenting bagi unit bisnis dalam meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga tercapainya profitabilitas yang besar. Strategi promosi saat ini dapat lebih mudah dilakukan dengan adanya perkembangan teknologi seperti mediasosial dan *website*. Keberadaan media sosial memiliki fitur-fitur yang menunjang strategi promosi dan menunjang perkembangan bisnis. Banyak pelaku bisnis yangtelah beralih menggunakan *digital marketing* untuk membantu proses bisnis. Salah satunya yaitu PT Tedmonnindo Pratamasemesta yang telah menggunakan media sosial dan *website*.

PT Tedmonnindo Pratamasemesta merupakan unit usaha bisnis yang bergerak pada bidang distributor penjualan peralatan rumah tangga khususnya Tando air, Dalam praktik sehari – hari, upaya PT Tedmonnindo Pratamasemesta masih terkendala dalam penambahan jumlah konsumen serta peningkatan penjualanmelalui *digital marketing*. Maka dari itu, strategi promosi melalui *website* dan media sosial untuk meningkatkan profitabilitas perlu dikembangkan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, *Website*, dan Media Sosial.

KATAPENGANTAR

Adapun Laporan akhir ini berisi tentang program MSIB yang Peserta MBKM telah laksanakan. Tujuan Peserta MBKM an laporan akhir ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam Program MSIB MBKM. Pada kesempatan luar biasa ini. Peserta MBKM ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing sertamendukung Peserta MBKM dalam penyelesaian laporan akhir ini terlebih kepada:

1. Dr. Januar Wibowo, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Dinamika yang telah memberikan izin kepada Peserta MBKM untuk mengikuti program Magang & Studi Independen Bersertifikat.
2. Dr. Iris Tutuarima, S.S., M.A., M.Psi. selaku Dosen Pembimbing yang mengarahkan dan memberikan dukungan dalam penyelesaian laporan kerja praktik ini.
3. Rachman Wahyu Kurniawan selaku Human Resource Development PT. Tedmoninndo yang telah memberi kesempatan dalam mengikuti program Magang ini.
4. Candraningrat, S.E., M.SM. selaku dosen pembimbing.
5. Kedua orang tua yang mendoakanku dan memberi support tiada henti dan teman teman yang telah bekerjasama, baik saat sesi pendaftaran maupun saat kegiatan berlangsung.

Surabaya, 22 Januari 2023

Peserta MBKM

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|---------------------------------------|------|
| ABSTRAK..... | i |
| KATAPENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| DAFTAR GAMBAR | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN | viii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 2 |
| 1.4 Tujuan..... | 2 |
| 1.5 Manfaat Kerja Praktik..... | 3 |
| 1.6 Sistematika Peserta MBKM..... | 3 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | 5 |
| 2.1 Latar Belakang Perusahaan | 5 |
| 2.2 Visi dan Misi Perusahaan | 6 |
| 2.3. Ruang Lingkup Perusahaan | 6 |
| BAB III LANDASAN TEORI | 8 |
| 3.1 Organisasi | 8 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 3.2 | Perencanaan Kebutuhan Sumber Daya Manusia | 8 |
| 3.3 | Tantangan Manajemen Sumber Daya Manusia..... | 8 |
| 3.4 | Sistem Perencanaan Sumber Daya Manusia..... | 9 |
| 3.5 | <i>Digital Marketing</i> | 9 |
| 3.6 | <i>Marketplace</i> | 11 |
| BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN | | 13 |
| 4.1 | Metode Pelaksanaan | 13 |
| 4.2.1 | Penyesuaian/ <i>Adaptability</i> | 15 |
| 4.2.2 | Efikasi Diri/ <i>Self Efficacy</i> | 16 |
| 4.2.3 | Berpikir Desain/ <i>Design Thinking</i> | 18 |
| 4.2.4 | <i>Problem Solving & Decision Making</i> | 19 |
| 4.2.5 | Berfikir Kritis/ <i>Critical & Creative Thinking</i> | 19 |
| 4.2.6 | <i>Emotional Intelligence</i> | 20 |
| 4.2.7 | Orientasi pelayanan / <i>Service Orientation</i> | 21 |
| 4.2.8 | <i>Cross Culture Collaboration</i> | 22 |
| 4.3 | Manajemen Sumber Daya Manusia..... | 22 |
| 4.3.1 | Uraian Jabatan | 23 |
| 4.3.2 | Standar Operasional Prosedur (SOP)..... | 24 |
| 4.3.3 | Sistem Remunerasi..... | 25 |
| 4.3.4 | Menyusun Kebutuhan Pembelajaran dan Pengembangan..... | 26 |



| | |
|--|----|
| 4.3.5 Merancang Kesepakatan Kerja..... | 27 |
| 4.3.6 Proses Rekrutmen..... | 27 |
| 4.3.7 Proses Seleksi..... | 28 |
| 4.3.8 Melakukan Penawaran Kerja Kepada Pelamar..... | 30 |
| 4.3.9 Administrasi Jaminan Sosial..... | 31 |
| 4.3.10 Administrasi Pengupahan..... | 32 |
| 4.3.11 Penerapan kebijakan MSDM..... | 33 |
| 4.4 <i>Digital Literacy</i> | 34 |
| 4.4.1 <i>Artificial Intelligence</i> | 34 |
| 4.4.2 Data Analisis..... | 36 |
| 4.4.3 <i>Digital Transformation Era</i> | 36 |
| 4.4.4 Evaluasi Kinerja Strategi Promosi Media Sosial..... | 37 |
| 4.4.5 Evaluasi Kinerja Strategi Promosi <i>Website</i> | 40 |
| BAB V PENUTUP..... | 42 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 42 |
| 5.2 Saran..... | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 43 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 2.1 Logo Manajemen Sumber Daya Manusia..... | 6 |



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 4.1 Kegiatan Selama Kerja Praktik..... | 13 |
| Tabel 4.2 Hasil Pengukuran Aktivitas Konten Instagram..... | 38 |
| Tabel 4.3 Hasil Pengukuran <i>Audience</i> Instagram | 38 |
| Tabel 4.4 Data Pengunjung <i>Website</i> | 41 |



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|----------------|
| Lampiran 1 Kegiatan Magang Studi Independen..... | 44 |
| Lampiran 2 Surat Balasan Penerimaan Studi Independen..... | 45 |
| Lampiran 3 Form KP 5 dan 6 | 46 |
| Lampiran 4 Kartu Bimbingan | 47 |
| Lampiran 5 Form KP 7..... | 48 |



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik kerja lapangan menurut (Oemar Hambalik 2001) merupakan metode pembelajaran secara pelatihan di lingkungan kerja yang sesuai dengan rumpun pembelajaran yang dipelajari. Tujuan dari praktik kerja lapangan yakni agar memberikan persiapan secara matang kepada peserta didik dalam melakukan pekerjaan tersebut. Praktik kerja lapangan memberikan gambaran secara nyata kepada siswa mengenai bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya. Dulunya praktik kerja lapangan disebut dengan pendidikan sistem ganda, yang artinya hasil pembelajaran dari sekolah maupun kampus kemudian diterapkan pada industri terkait studi yang dipelajari oleh siswa. Hal ini menjadikan hasil belajar yang diperoleh siswa menjadi sesuai dengan tuntutan industri.

PT Tedmonnindo Pratamasemesta merupakan sebuah instansi penyedia layanan internet yang berlokasi di Jalan Suka Maju, Duri, Bengkalis. PT Tedmonnindo Pratamasemesta kemudian melebarkan jangkauan pasarnya dengan menjadi salah satu produsen tandon air yang kemudian didistribusikan ke luar negeri. Peserta MBKM melakukan kerja praktik dalam bidang manajemen sumber daya manusia. Adapun cakupan pekerjaan yang dilakukan yakni mengenai proses rekrutmen hingga proses perencanaan sumber daya manusia pada PT Tedmonnindo Pratamasemesta. Pentingnya perencanaan SDM dalam sebuah perusahaan, merupakan salah satu alat untuk mengetahui tujuan perusahaan serta

evaluasi strategi yang digunakan dalam pencapaian tujuan tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang tersebut, maka perumusan masalah pada kerja praktik ini adalah:

- a. Bagaimana pemaparan materi mengenai manajemen sumber daya manusia pada Yayasan Insan Indonesia Kompeten?
- b. Bagaimana penerapan manajemen sumber daya manusia pada PT Tedmonindo Pratamasemesta?

1.3 Batasan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dijabarkan, maka Batasan masalah yang menjadi pembahasan pada laporan kerja praktik ini adalah:

- a. Pembahasan manajemen sumber daya manusia oleh Yayasan Insan Indonesia Kompeten
- b. Penerapan manajemen sumber daya manusia pada PT Tedmonindo Pratamasemesta

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dari melakukan kerja praktik ini, yakni:

- a. Mengetahui bidang keilmuan manajemen sumber daya manusia secara terpadu.
- b. Mempelajari secara langsung tentang ilmu manajemen sumber daya manusia secara riil dalam dunia kerja.
- c. Memberi gambaran dunia kerja bagi Praktikan sebelum memasuki dunia kerja.

1.5 Manfaat Kerja Praktik

Berikut manfaat pelaksanaan Kerja Praktik untuk instansi dan untuk peserta MBKM :

- a. Bagi PT Tedmonnindo Pratamasemesta

Memberikan *input* bagi perusahaan mengenai penerapan manajemen sumber daya manusia secara terpadu dalam sebuah perusahaan.

- b. Bagi Peserta MBKM

Adapun manfaat untuk peserta MBKM, yakni sebagai sarana penerapan ilmu yang telah didapatkan semasa belajar di perguruan tinggi maupun di Yayasan Insan Indonesia Kompeten. peserta MBKM juga mendapatkan manfaat lain, yakni dapat mengetahui industri kerja secara real, terutama dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

1.6 Sistematika Peserta MBKM

Untuk memudahkan pembaca dan peserta MBKM dalam melakukan pemahaman lebih mengenai pembahasan dalam laporan kerja praktik ini, maka peserta MBKM memaparkan sistematika peserta MBKM yang terbagi dalam beberapa bagian, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang PT Tedmonnindo Pratamasemesta, rumusan masalah yang menjadi masalah utama dalam pelaksanaan Kerja Praktik, batasan masalah yang menjadi fokus bahasan Kerja

Praktik, tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan Kerja Praktik, manfaat yang didapat dari pelaksanaan Kerja Praktik, serta sistematika Peserta MBKM.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Pada bagian ini berisi tentang profil instansi Yayasan Insan Indonesia Kompeten, mulai dari visi dan misi, serta struktur organisasi.

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bagian ini berisi tentang pembahasan mengenai teori yang digunakan sebagai landasan dalam pelaksanaan kerja praktik sebagai acuan kerja. Teori-teori ini didapatkan melalui proses pembelajaran dari program Studi Independen Bersertifikat di Yayasan Insan Indonesia Kompeten.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang penerapan manajemen sumber daya manusia pada sebuah perusahaan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini berisi mengenai kesimpulan atas keseluruhan kegiatan kerja praktik. Mulai dari pemberian materi oleh Yayasan Insan Indonesia Kompeten dan penerapan ilmu manajemen sumber daya manusia di PT Tedmonnindo Pratamasemesta. Selain itu, peserta MBKM juga memberikan saran dalam penerapan manajemen sumber daya manusia di PT Tedmonnindo Pratamasemesta.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Latar Belakang Perusahaan

PT Tedmonnindo Pratamasemesta adalah perusahaan berorientasi manufaktur yang didirikan pada tahun 1983, dan sejak itu berkembang menjadi salah satu pemasok tangki air terbesar di Indonesia, dipandu oleh visinya, yaitu “Menjadi pemimpin di pasar nasional untuk tangki air dan varian produk mereka, sambil memberikan solusi dan layanan berkualitas kepada konsumen kami”. Berawal dari produsen *fiber glass*, PT Tedmonnindo Pratamasemesta mengembangkan reputasinya sebagai produsen tangki air yang dapat diandalkan di pasar lokal. Saat ini, memiliki pangsa pasar yang kuat di Indonesia, karena terus mengadopsi teknologi manufaktur baru dan memperluas jajaran produknya. Penawaran PT Tedmonnindo Pratamasemesta dalam produk produk *fiber glass*, *polyethylene*, *stainless steel* dan PVC, mulai dari tangki penyimpanan besar hingga konektor pipa kecil dan dilengkapi dengan cetakan rotasi, cetakan tiup, cetakan injeksi, dan mesin cetak ekstrusi. Produk kami telah menjadi andalan di masyarakat Indonesia. Jaringan distribusi yang mencakup sebagian besar Sumatera dan Jawa. Menyediakan produk berkualitas kepada konsumen adalah prioritas utama.



Gambar 2.1 Logo PT Tedmonnindo Pratamasemesta

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dari PT Tedmonnindo Pratamasemesta yakni:

Untuk menjadi pemimpin di pasar nasional untuk tangki air dan produk variannya, sambil memberikan solusi dan layanan berkualitas kepada konsumen kami.

Sedangkan misi dari PT Tedmonnindo Pratamasemesta yakni:

- a. Terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas.
- b. Meningkatkan profesionalisme tenaga kerja.
- c. Membentuk tenaga kerja yang inisiatif, inovatif dan kreatifitas yang tinggi.
- d. Membentuk kualitas sumber daya manusia secara efektif dan efisien.
- e. Mengarahkan pekerjaan pada kepuasan pelanggan.

2.3. Ruang Lingkup Perusahaan

PT Tedmonnindo Pratamasemesta adalah salah satu perusahaan tangki air terkemuka di Indonesia. Senantiasa memproduksi produk produk yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Dengan terus melakukan inovasi melalui teknologi dan selalu menjadi yang terdepan di bidang tangki air. Mengingat daya saing untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin tinggi,

maka kami selalu menyusun strategi perencanaan produksi dan pemasaran yang matang. Sehingga kami akan selalu mampu memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. Berbekal pengalaman yang panjang berkomitmen untuk membuat kehidupan yang lebih baik dengan ide baru dan teknologi yang cemerlang melalui produk-produk yang kami produksi saat ini.

Namun, di samping itu Bapak Rachman selaku pengelola PT Tedmonnindo Pratamasemesta terus berusaha agar tetap menjalankan bisnis ini dan terus bertahan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Bapak Rachman dalam mengembangkan untuk mempertahankan usahanya dengan mencari ilmu pengetahuan dan pengalaman melalui kegiatan *sharing* bersama teman pebisnis, kegiatan seminar, media-media terkait pengelolaan bisnis, dan lain sebagainya. Melalui upaya tersebut, pemilik PT Tedmonnindo Pratamasemesta sedikit demi sedikit mengembangkan unit bisnis dan berupaya meningkatkan keuntungan bisnis.

Lokasi PT Tedmonnindo Pratamasemesta berada di Jalan Kedungdoro yang berdekatan dengan pusat bisnis di Kota Surabaya. Alasan pemilihan tempat tersebut selain digunakan sebagai tempat tinggal oleh pemilik PT Tedmonnindo Pratamasemesta di samping itu karena akses yang mudah untuk mencari dan menawarkan produk jasa kepada konsumen.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Organisasi

Organisasi merupakan sekumpulan orang dengan berbagai kompetensi yang saling berhubungan untuk mencapai satu tujuan yang sama. Chadwick (2016:11) Ada banyak sekali organisasi di Indonesia yang bisa membantu membantu membangun sektor pendidikan, ekonomi, kesehatan, hingga layanan masyarakat. Salah satunya adalah organisasi nirlaba. Oleh karena tidak bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, organisasi nirlaba memiliki sebutan lain organisasi non-profit atau NGOC.

3.2 Perencanaan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

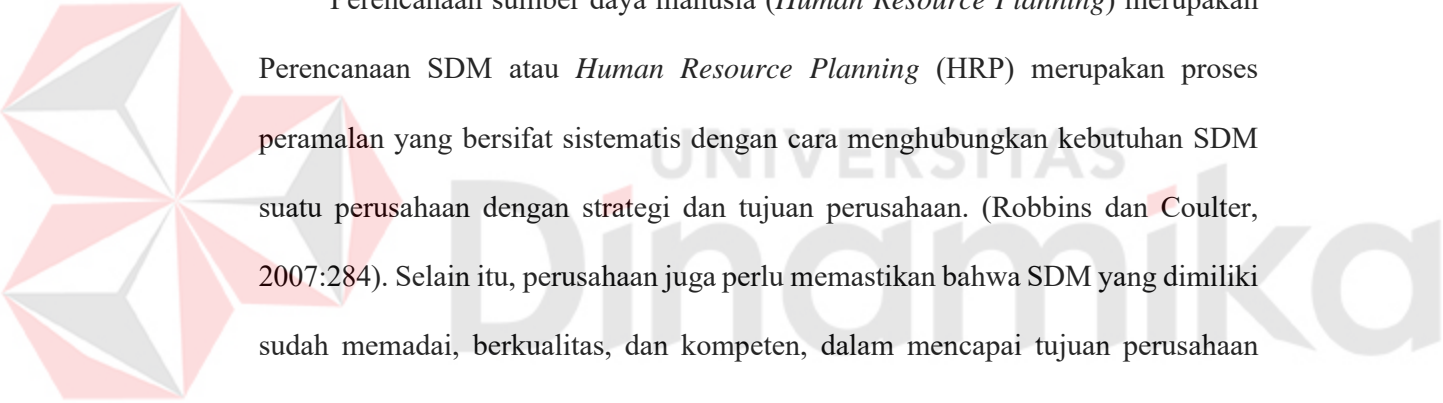
Perencanaan sumber daya manusia adalah fungsi pertama dari HRD. Biasanya, fungsi ini dijalankan sebelum perusahaan melakukan perekrutan karyawan. Menurut suatu perjanjian kerja, fungsi ini adalah tentang mengetahui kebutuhan organisasi di masa depan. Orang seperti apa yang dibutuhkan organisasi, dan berapa banyak? Mengetahui hal ini akan membentuk perekrutan, seleksi, manajemen kinerja, pembelajaran dan pengembangan, dan semua fungsi HRD lainnya.

3.3 Tantangan Manajemen Sumber Daya Manusia

Bertugas mengelola karyawan supaya tetap terarah sesuai visi dan misi perusahaan. Tujuan lain HRD adalah untuk mengelola keahlian, meningkatkan, dan memotivasi mereka untuk mencapai kinerja yang baik, serta memastikan

karyawan tetap berkomitmen pada perusahaan. Beberapa perusahaan juga menerapkan *360 degree feedback* di mana rekan kerja manajer, bawahan. Terkadang, pelanggan juga ikut serta meninjau kinerja karyawan. Tantangan MSDM disini adalah bagaimana menyesuaikan secara proaktif kebutuhan sumber daya manusia dan cara-cara melaksanakan tugas. Lebih lanjut, diantara berbagai kelompok dan individu yang ada didalam organisasi mungkin terdapat perbedaan orientasi nilai, yang dapat mengakibatkan konflik diantara mereka.

3.4 Sistem Perencanaan Sumber Daya Manusia



Perencanaan sumber daya manusia (*Human Resource Planning*) merupakan Perencanaan SDM atau *Human Resource Planning* (HRP) merupakan proses peramalan yang bersifat sistematis dengan cara menghubungkan kebutuhan SDM suatu perusahaan dengan strategi dan tujuan perusahaan. (Robbins dan Coulter, 2007:284). Selain itu, perusahaan juga perlu memastikan bahwa SDM yang dimiliki sudah memadai, berkualitas, dan kompeten, dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut. Pentingnya peran seorang *human resource department* menjadi salah satu kunci keberhasilan terhadap perlakuan kepada karyawan dengan latar belakang yang berbeda-beda.

3.5 Digital Marketing

(Menurut Chaffey dan Chadwick 2016:11) “*Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to achieves marketing objectives*”. Pernyataan tersebut memaknai bahwa *digital marketing* merupakan aplikasi dari internet dan

berhubungan dengan teknologi *digital* dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu. Menurut (Chaffey dan Chadwick 2016:11), (Dedi Purwana 2017:2) Jadi pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan *media digital* dengan menggunakan *internet* yang memanfaatkan media berupa *web*, *social media*, untuk mencapai tujuan pemasaran. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* merupakan pemasaran atas produk maupun jasa menggunakan *internet* dengan memanfaatkan *web*, *social media* guna meningkatkan pemasaran serta target konsumen.

Ciri-Ciri *digital marketing* yaitu ruang lingkup pemasaran lebih luas, bisa dijangkau siapa saja dan di mana saja. Tipe promosi yang fleksibel dan terpecah, contohnya melalui media sosial, artikel *website*, *email marketing* dan lain sebagainya. Komunikasi banyak arah, penjual dan pembeli memiliki peran yang sama yakni aktif untuk mendiskusikan produk. Komunikasi pun lebih terbuka dan responsif, bahkan banyak *e-commerce* yang sudah menawarkan layanan pelanggan 24 jam *non-stop*. Lalu, pada komponen *digital marketing* yaitu terdapat lima komponen dalam strategi *internet marketing*. Beberapa ahli, seperti (Mohammed, Fisher, Jaworski dan Paddison 2003,p4), menyebutkan kelima komponen tersebut yaitu:

a. Membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan

Tiga poin penting yang dapat membangun hubungan dengan pelanggan yaitu, *awareness*, *exploration* dan *commitment*. Sebuah program pemasaran bisa dikatakan sukses ketika bisa menggiring pelanggan sampai ke tahap komitmen. Di mana tujuan akhir dari *internet marketing* bukan hanya untuk menjalin hubungan dengan pelanggan secara *online*, namun juga *offline*.

Proses *Internet marketing* tentu harus dilakukan secara bertahap dan berproses. Dengan

begitu, hasil akhir yang diperoleh akan lebih terarah dan maksimal.

b. Alterasi

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, tujuan akhir dari pemasaran digital ialah untuk menciptakan hubungan dengan pelanggan secara *online* maupun *offline*. Sehingga, pada akhirnya harus terjadi pertukaran di dunia nyata.

c. *Online*

Sesuai dengan pengertian internet marketing, strategi pemasaran ini memang menggunakan internet sebagai medianya. Meski begitu, berkaitan dengan program dan strategi pemasaran tradisional tidak pernah terlepas dari proses ini.

d. Memenuhi kepuasan kebutuhan kedua belah pihak

Melalui *internet marketing*, pemenuhan kepuasan kebutuhan dari kedua belah pihak akan lebih mudah tercapai. Dalam hal ini, perusahaan memiliki tujuan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan laba, membangun kepercayaan terhadap konsumen.

3.6 *Marketplace*

Menurut (Opiida 2014) *Marketplace* adalah media *online* berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari *supplier* sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. *Marketplace* adalah wadah komunitas bisnis interaktif secara elektronik yang menyediakan pasar dimana perusahaan dapat ambil dalam kegiatan bertransaksi.

Marketplace memiliki beberapa karakteristik yaitu internet yang merupakan media perantara untuk mengintegrasikan proses bisnis baik penjualan, pembelian, persediaan dan pemesanan. *Marketplace* merupakan aplikasi atau bisa disebut media perantara untuk perdagangan produk, dan proses bisnis bisa berjalan

dengan baik. Inti penawaran dari *marketplace* adalah mempertemukan pembeli dan penjual sesuai dengan kebutuhan dan menawarkan efisiensi dalam bertransaksi di *marketplace* tersebut. Pada dasarnya konsep yang terdapat pada *marketplace* kurang lebih seperti pasar tradisional. Pihak *marketplace* tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual, karena tugas *marketplace* adalah menyediakan tempat atau fasilitas bagi para penjual yang berjualan.

Konsep pada *marketplace* sebenarnya mirip dengan pasar tradisional. Pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual. Tugas perusahaan *marketplace* hanya sebagai penyedia tempat bagi para pedagang yang ingin memasarkan produksinya kepada konsumen yang mencari produk dengan transaksi mudah dan cepat. Jika pembeli tertarik untuk membeli, transaksi akan diatur oleh *marketplace*, mulai dari pembayaran hingga pengiriman barangnya sampai ke tangan konsumen. Platform untuk sebuah *marketplace* bisa berupa aplikasi atau website. Semua operasional didalam *marketplace* termasuk pengelolaan *website* hingga metode pembayaran difasilitasi oleh perusahaan penyedia *marketplace* tersebut. Orang-orang lebih memilih melakukan jual beli melalui *online marketplace* karena kemudahan transaksi yang ditawarkan.

Melalui *platform* yang disediakan oleh perusahaan *marketplace* tersebut, tidak perlu menyewa tempat untuk membuka lapak jualan. Namun sebelum membuka lapak jualan di sebuah *online marketplace*, perhatikan kelebihan dan keuntungan berjualan di *platform*.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Praktik dilakukan selama 4 (empat) bulan. Berikut merupakan jabaran pelaksanaan kerja praktik:

Tanggal : 22 Agustus – 20 Desember 2022

Tempat : Yayasan Insan Indonesia Kompeten

Peserta : Qodrian Dicky Reviananta

NIM : 19430100026

Tabel 4.1 Kegiatan Selama Kerja Praktik

| No | Kegiatan |
|----|--|
| 1 | Penjelasan Materi MBKM |
| 2 | Mengerjakan Tugas <i>Pre Test</i> dan <i>Post Test</i> |
| 3 | Kegiatan kelas <i>Asynchronus</i> |
| 4 | Pelatihan Industri/Magang |

Kegiatan MBKM dimulai dari pukul 18.30 hingga pukul 20.30 dengan rincian *pre test* hingga pukul 18.30, kemudian pemaparan materi dari para praktisi yang berpengalaman di bidang *human departement* baik di dalam negeri maupun luar negeri, dari pukul 18.30 hingga pukul 20.00, dan pengerjaan *post test* dari pukul 20.00 hingga pukul 20.30. Berikut penjelasan lebih lengkapnya.

4.2 Kemampuan/*Soft Skill*

Soft skill merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu secara alami yang mencakup kecerdasan, baik emosional maupun sosial, komunikasi atau berinteraksi dengan individu lain, dan sebagainya. Dalam hal ini, adalah karakter individu. Tidak seperti *hard skill*, yang menggambarkan kemampuan teknis seseorang untuk melakukan tugas tertentu, *soft skill* banyak digunakan dalam berbagai pekerjaan dan industri. Sering dikatakan bahwa keterampilan keras dapat membuat seseorang diwawancarai, tetapi keterampilan lunak membantu mendapatkan dan mempertahankan pekerjaan itu. *Soft skills* itu penting karena membantu untuk bekerja dengan baik dengan orang lain. Keterampilan komunikasi, semangat tim, dan kemampuan beradaptasi memungkinkan untuk berkomunikasi dengan rekan kerja. Adapun kemampuan *soft skill* yang dapat diasah yakni:

- a. Mendengar aktif
- b. Negosiasi
- c. *Public speaking*
- d. *Storytelling*
- e. Komunikasi nonverbal
- f. Komunikasi verbal
- g. Presentasi
- h. Organisasi

Di pasar tenaga kerja dan pasar tenaga kerja yang berubah dengan cepat karena kemajuan teknologi, ini adalah keterampilan yang belum dapat ditiru oleh kecerdasan buatan (AI). Dengan mengembangkan *soft skill* yang terdapat

dalam diri, maka secara otomatis kualitas diri juga akan bertambah. Kemampuan dalam diri tersebut dapat menambah nilai jual dalam diri yang tercantum dalam *Curriculum Vitae* (CV). Dalam pembelajaran Gerakan Nasional Indonesia Kompeten bersama Qubisa ada 8 (delapan) materi *soft skills* yang diajarkan, 8 (delapan) *soft skills* akan dibahas dalam sub-bab berikut.

4.2.1 Penyesuaian/*Adaptability*

Penyesuaian atau pada bahasa Indonesia Adaptabilitas adalah kemampuan yang berkaitan erat dengan kondisi psikologi seseorang saat berhadapan dengan perubahan peran di dunia kerja. Mereka mampu beradaptasi pada peran barunya dengan baik dan menjalankan tugasnya dengan baik. Keterampilan *adaptability* termasuk didalamnya banyak sekali keterampilan yang bisa membantu seseorang buat beradaptasi dan menghadapi perubahan secara positif dan agresif. Beberapa jenis keterampilan adaptabilitas antara lain :

- a. Pemecahan masalah
- b. Cara berfikir kritis dan strategis
- c. Keterampilan bekerjasama
- d. Keterampilan berorganisasi.

Kemampuan penting sebab gambaran dari kemampuan seseorang pada hal keterampilan interpersonal, kepemimpinan, menentukan pendapat diri, dan keterampilan analitikal. Hal ini semua artinya kualitas yang sangat penting yang perlu dimiliki seseorang. Sejarah *adaptability* bermula asal kekuatan populasi yang akan tumbuh menjadi kekuatan pada bumi. Terdapat 2 (dua) jenis karakteristik seseorang, yakni karakter *optimistic* dan karakter pesimistik. Orang

dengan karakteristik optimistik beradaptasi dalam zona ketidaknyamanan melalui 3 (tiga) cara:

- a. Emigrasi
- b. Revolusi pertanian.
- c. Revolusi industri.

Teori perubahan dan respon yakni sebuah teori yang berkeyakinan bahwa peradaban muncul sebagai tanggapan atas tantangan baik antara alam dan manusia atau antara manusia dengan manusia.

4.2.2 Efikasi Diri/*Self Efficacy*

Efikasi diri artinya evaluasi seseorang terhadap kemampuan atau kompetensinya untuk melakukan sebuah tugas, mencapai tujuan, atau mengatasi hambatan (Baron & Byrne, 2004). Bandura juga menambahkan bahwa efikasi diri merupakan hasil dari proses kognitif yang terjadi pada diri individu. Efikasi diri mengacu pada keyakinan individu pada kapasitasnya untuk melaksanakan perilaku yang diperlukan untuk menghasilkan pencapaian kinerja tertentu. Efikasi diri mencerminkan keyakinan pada kemampuan untuk melakukan kontrol atas motivasi, perilaku, dan lingkungan sosialnya sendiri. Efikasi diri sangatlah penting sebab membantu menyebabkan kepercayaan diri, sebagai akibatnya terhindar dari keraguan serta kecemasan untuk melakukan suatu upaya untuk mencapai tujuan. Efikasi diri sangat krusial dalam dunia kerja waktu ini, adanya pandemi menyebabkan dunia berubah secara cepat dan mau tidak mau harus mengikuti keadaan. Dengan perubahan dunia yang begitu cepat juga memungkinkan beberapa pekerjaan yang ada akan musnah dalam waktu dekat. Akan tetapi, hilangnya beberapa pekerjaan tersebut, membuat bidang pekerjaan

baru yang kini muncul menggantikannya. Dalam pembentukan efikasi diri ada 4 (empat) tahapan:

a. Kognitif

Kognitif artinya percaya tentang efikasi diri akan membuat tipe antisipasi skenario. Skenario ini ada dua yakni efikasi diri yang tinggi, memunculkan skenario keberhasilan dan efikasi diri rendah kemungkinan terjadinya kegagalan dan kesalahan tinggi.

b. Atribusi

Teori Atribusi artinya bagaimana kita membuat keputusan tentang seseorang. misalnya seseorang itu baik atau buruk, maka kita akan membuat sebuah atribusi (penilaian) ketika kita merasa dan mendeskripsikan perilaku seseorang dan mencoba menggali pengetahuan mengapa mereka berperilaku seperti itu.

c. Harapan

Teori harapan mengusulkan seseorang individu akan berperilaku atau bertindak menggunakan cara tertentu sebab mereka termotivasi untuk memilih perilaku tertentu atau perilaku lain sebab yang akan terjadi yang mereka harapkan artinya sikap yang akan dipilih.

d. Perencanaan tujuan

Perencanaan merupakan suatu proses memilih apa yang ingin dicapai di masa depan serta menetapkan tahapan-tahapan yang diharapkan buat mencapainya. Tujuan adalah penjabaran atau implementasi asal pernyataan misi seseorang/organisasi, perihal apa yang akan dicapai atau apa yg akan dihasilkan pada jangka saat suatu perencanaan.

4.2.3 Berpikir Desain / *Design Thinking*

Design Thinking merupakan ideologi atau proses kreatif untuk memecahkan masalah kompleks yang berpusat pada manusia (pengguna), alias *human-centric*. *Design Thinking* diartikan jua pendekatan integratif, merupakan buat pemecahan *problem*, proses pemecahan duduk perkara dianggap beserta dengan syarat kerangkanya. Analisis masalah dan pengembangan solusi dipertimbangkan secara sistematis dan holistik dalam bentuk proses. aneka macam ahli yang diperlukan untuk analisis masalah dan pengembangan solusi terlibat dan saling bertukar pikiran. Lingkungan kerja untuk proses ini dirancang untuk mendorong kreativitas.

Ada 4 pilar *design thinking*, terdiri dari:

1. *Emphatise*

Yakni memahami permasalahan pelanggan, pengusaha atau pemangku kepentingan dan petakan dalam diagram *fish bone* atau *root cause analysis* misalnya.

2. *(Re)frame*

Memaparkan temuan masalah kemungkinan sebab sebab atau faktor, didiskusikan, perdebatkan, kerucutkan dan cari pokok permasalahan beserta sebab mengapa terjadi bisa penyimpangan, bisa lama waktu dan besarnya biaya investasi. Inti dari tahap ini adalah menyelesaikan dan menetapkan sebab utama permasalahan.

3. *Ideate*

Merupakan suatu rancangan yang tersusun di dalam pikiran, gagasan, maupun cita-cita.

4. *Prototype & test.*

leader yang baik dalam *design thinking* merupakan langka berikutnya untuk melakukan perubahan dalam birokrasi pemerintahan yakni seorang *Leader* atau pejabat JPT harus mampu memutuskan dan menyimpulkan kebutuhan apa yang dibutuhkan baik para anggota tim maupun masyarakat yang datang untuk meminta pelayanan publik, ketika keinginan dan kebutuhan.

4.2.4 *Problem Solving & Decision Making*

Problem solving adalah suatu pendekatan menghadapi di permasalahan menjadi suatu konteks untuk belajar tentang cara berpikir kritis serta keterampilan permasalahan, dan buat memperoleh pengetahuan dan konsep esensial asal materi pembelajaran. *Decision making* adalah proses pemilihan suatu alternatif cara bertindak menggunakan metode yang efisien sesuai situasi buat merampungkan suatu dilema. Langkah pertama dalam penyelesaian *problem solving* merupakan menentukan serta mendefinisikan persoalan kemudian identifikasi di posisi dimana ada realitasnya serta ada yang dibutuhkan, lalu temuan kabar, apa situasinya & latar belakang, kumpulkan semua berita, gunakan 5W + 1 H dan karakteristik persoalan empiris *symptoms*.

4.2.5 *Berfikir Kritis / Critical & Creative Thinking*

Berpikir kritis adalah sejenis keterampilan berpikir tingkat tinggi dimana individu menunjukkan kemampuan mereka untuk secara ilmiah dan penuh pertimbangan mengevaluasi suatu fenomena dari pandangan yang berbeda dalam konteks yang berbeda untuk membuat keputusan akhir yang efektif. *Creative thinking* atau berpikir kreatif artinya kemampuan individu pada memikirkan apa

yang telah dipikirkan seluruh orang sebagai akibatnya individu tadi bisa mengerjakan apa yang belum pernah dikerjakan semua orang dan menemukan cara-cara baru yang lebih baik untuk mengerjakan apa saja. Berpikir kritis menuntut individu untuk menganalisa dan menilai pemikiran dengan sebuah pandangan guna memperbaiki pemikiran yang didasarkan pada sebuah tujuan.

Berpikir kreatif merupakan kemampuan yang menyebabkan sebuah individu dapat melahirkan sebuah ide atau gagasan baru atau gagasan kreatif suatu hal. Seseorang dengan berpikir kreatif mampu memahami secara logis antara gagasan, mengidentifikasi, membangun, dan mengevaluasi argumen, mendeteksi ketidak konsistenan dan kesalahan umum dalam bernalar. Berpikir kreatif sangat krusial sebab dengan berpikir kreatif orang bisa membuatkan *skill* dan pengetahuan dalam menyebarkan usahanya dan memilih hal baru dan inovasi dalam hidupnya, sebab kreativitas mengajarkan kita menghitung, memiliki tekad yg kuat, lebih menghargai proses, lebih kuat serta fleksibel, serta memberi rasa kebebasan. Orang berpikir kreatif akan terdorong oleh hal baru, mengakui hal yang rumit, tidak mudah terpengaruh orang lain, daya imajinasi bertenaga, serta lebih terbuka pada perasaan serta pengalaman.

4.2.6 Emotional Intelligence

Emotional merupakan Dalam mengenal emosi diri siswa perlu belajar. kemampuan kepekaan yang dimiliki berdasarkan pengalaman sendiri dan juga dapat diperoleh dari lingkungan. Siswa yang mampu memahami dalam situasi sesungguhnya sedang belajar mengenal. Mengetahui karakter seseorang artinya siswa paham bertindak seperti apa dalam menghadapi situasi *emotional intelligence*, artinya kemampuan seorang mengatur kehidupan menggunakan

inteligensi (*to manage our emotional life with intelligence*) dan menjaga keselarasan serta pengungkapannya (*the appropriateness of emotion and its expression*) melalui keterampilan kesadaran diri, pengendalian diri, motivasi diri, ikut merasakan dan keterampilan sosial.

4.2.7 Orientasi Pelayanan / *Service Orientation*

Service orientation adalah aktivitas yang dilakukan dengan tujuan akhir untuk dapat memberikan pelayanan prima dengan mendengarkan kebutuhan dari pelanggan. Pelayanan ini tidak hanya dilakukan oleh *customer service*, tetapi setiap individu di dalamnya, termasuk staf, atasan, maupun manajer penjualan. *Service* adalah memberikan sebaik-baiknya usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan jika memungkinkan melebihi harapan *customer* melalui keseluruhan interaksi dengan produk, proses pegawai. Selain itu pelayanan adalah segala hal yang pelanggan harapkan dari kita. Pelanggan yang puas akan membeli kembali atau membeli lebih banyak, merekomendasikan orang lain untuk membeli produk yang sama, membeli produk lain yang kita tawarkan, dan memberikan *feedback* untuk *improvement* sebagai pelindung *brand*.

Sedangkan pelanggan yang tidak puas akan meningkatkan biaya seperti *redo*, *rework*, *complaint recovery cost*, resiko *legal cost* jika masuk ke ranah hukum, menurunkan *brand image*, kehilangan *business opportunities* harga produk yang mahal dan tidak kompetitif. Pelanggan internal adalah kepentingan yang bekerja di dalam perusahaan (karyawan) dan membutuhkan bantuan dari individu atau departemen lain untuk menyelesaikan pekerjaannya. Standar perilaku pelayanan menggambarkan perilaku utama yang dibutuhkan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan standar perilaku pelayanan memberikan

standar perilaku yang dapat mewujudkan pelayanan yang konsisten.

4.2.8 Cross Culture Collaboration

Cross culture adalah mata kuliah yang mempelajari tentang keragaman budaya yang ada didunia sekaligus dampak budaya tersebut terhadap kelangsungan masyarakat sosial dalam lingkup budaya tertentu. Dalam melakukan pekerjaan, kita harus berinteraksi dengan berbagai bangsa atau orang yang punya latar belakang budaya berbeda. *Cross culture* yang kita rasakan saat ini ada 3 yakni bisnis, pendidikan, dan sosial.

4.3 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan sebuah seni dalam mengelola orang, selain itu juga dibutuhkan kreativitas dan inovasi. Manajemen sumber daya manusia dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yang terdiri dari Personalia, *Human capital management*, dan manajemen sumber daya manusia itu sendiri. Ruang lingkup manajemen sumber daya manusia ada tiga meliputi aspek strategi, aspek operasional, dan aspek hasil. Fungsi manajemen sumber daya manusia ada tiga yaitu *change champion* yang bermakna menjadi agen perubahan, sehingga mengharuskan untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menyusun strategi perubahan, *strategic business partner* yang bermakna merealisasikan perencanaan bisnis, berkontribusi dalam pengembangan organisasi, dan pencapaian kinerja, dan yang terakhir adalah *employee advocate* yang bermakna mendukung, memfasilitasi dan melayani karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif agar karyawan menjadi semangat, bahagia, termotivasi, dan puas. Materi yang dipaparkan bersumber dari SKKNI Kemenaker No. 149 Tahun

2020 tentang penetapan standar kompetensi kerja nasional Indonesia kategori jasa profesional, ilmiah dan teknis golongan pokok aktivitas kantor pusat & konsultasi manajemen bidang manajemen sumber daya manusia.

4.3.1 Uraian Jabatan

Tujuan jabatan berisi pernyataan singkat dan jelas yang bertujuan untuk menjawab mengapa jabatan tersebut diterapkan pada organisasi. Dalam penyusunan uraian jabatan, perlu pemahaman aktivitas perusahaan secara umum dan pemahaman proses kerja. Analisis jabatan adalah proses pengumpulan, pencatatan, pengolahan, dan penyusunan data jabatan menjadi informasi jabatan. Dalam informasi jabatan terdapat nama jabatan, unit kerja, bagan organisasi, tugas pokok, peran, hasil kerja, tanggung jawab, wewenang, hubungan internal dan eksternal, kondisi, risiko, dan kualifikasi. Metode yang digunakan dalam menguraikan jabatan adalah kuesioner, wawancara, observasi, *logbook/diary*. Sumber data yang digunakan terdiri dari pekerja, *supervisor*, manajer, dan *job analysis*.

Prinsip analisis jabatan adalah menganalisa yakni memilah dan mengelola informasi ke dalam format uraian jabatan yang telah ditentukan, jabatan berarti tidak ada kaitannya dengan prestasi individu, pemangku jabatan hanya sebagai narasumber, fakta yang berarti tulisan kenyataan saat ini, bukan berisi informasi yang ideal atau seharusnya. Tujuan jabatan meliputi hasil akhir keseluruhan dari pekerjaan tersebut dan kegiatan utama untuk mencapai hasil akhir tersebut. Tanggung jawab utama jabatan merupakan rincian target pendukung yang harus dicapai oleh si pemangku jabatan agar tujuan jabatan yang bersangkutan tercapai. Ringkasan dari *output* penting yang menjadi kewajiban pokok dan melekat bagi

pemangku jabatan untuk dipenuhi, pemenuhan terhadap setiap tanggung jawab utama secara logika akan memberikan kontribusi langsung kepada pencapaian tujuan jabatan. Konteks jabatan terdiri dari tujuan jabatan, alasan posisi ini dibuat, posisi dalam struktur organisasi, kondisi lingkungan kerja serta informasi lain terkait pekerjaan ini. Persyaratan jabatan adalah persyaratan minimal yang harus dimiliki dari segi pendidikan, keahlian, kemampuan, pemahaman, pengalaman kerja, pelatihan atau sertifikasi khusus. Uraian jabatan adalah dokumentasi tentang tugas dan tanggung jawab jabatan-jabatan di dalam organisasi serta perannya dalam sistem dan prosedur kerja.

4.3.2 Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standar operasional prosedur atau biasa disingkat SOP adalah pedoman yang berisi prosedur-prosedur operasional standar yang ada dalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan bahwa setiap keputusan, langkah, atau tindakan, dan penggunaan fasilitas proses yang dilaksanakan oleh orang-orang di dalam suatu organisasi, telah berjalan secara efektif, konsisten, standar, sistematis dan sesuai dengan strategi organisasi. Setiap SOP yang ada harus selalu dimodifikasi dan diperbarui, atau bila terjadi ketiadaan, kita dapat mengembangkannya dari keterbatasan informasi yang dimiliki.

Mengidentifikasi kebutuhan SOP yakni mengidentifikasi apakah kegiatan yang dilakukan saat ini sudah memiliki SOP atau belum, dan bila sudah agar diidentifikasi apakah SOP masih efektif atau tidak, jika belum apakah kegiatan tersebut perlu disusun prosedurnya. Selain itu ada beberapa tahapan dalam mengidentifikasi kebutuhan SOP:

1. Menggambarkan proses bisnis di unit kerja tersebut atau alur kegiatan dari

kerja yang dilakukan di unit tersebut.

2. Dari identifikasi kebutuhan SOP dapat diketahui berapa banyak dan macam SOP yang harus dibuat disusun.
3. Identifikasi kebutuhan SOP dapat dilakukan dengan memperhatikan elemen penilai pada standar akreditasi, minimal SOP apa saja yang harus ada
4. Melakukan *benchmark* pada industri atau organisasi sejenis sebagai *role model*, namun tetap disesuaikan dengan rantai bisnis proses yang ada di organisasi.

4.3.3 Sistem Remunerasi

Remunerasi adalah pemberian sebuah imbalan atau penghargaan kepada seseorang yang sudah bekerja dan berkontribusi yang sifatnya rutin dari tempat bekerja. Penghargaan ataupun imbalan tersebut berkaitan dengan sistem penggajian pegawai. Dapat dikatakan bahwa remunerasi ini merupakan imbalan dalam bentuk uang atau bentuk lainnya yang diartikan sebagai pujian atas pencapaian yang telah didapatkan oleh pegawai. Tunjangan variabel/tidak tetap adalah tunjangan yang diberikan apabila pemegang jabatan memenuhi persyaratan tertentu. *Benefit* adalah bagian dari balas jasa yang diberikan perusahaan kepada karyawan dengan maksud untuk memberikan dukungan kepada karyawan dalam bekerja. Insentif adalah imbalan langsung yang diberikan kepada karyawan untuk memacu prestasi kerja, biasanya bersifat variabel.

4.3.4 Menyusun Kebutuhan Pembelajaran dan Pengembangan

Pembelajaran merupakan suatu perubahan pengetahuan, ketrampilan, dan perilaku yang relatif menetap yang terjadi karena pendidikan, pelatihan, praktek dan atau pengalaman. Ruang lingkup pembelajaran meliputi pengetahuan, ketrampilan, sikap mental, dan kebiasaan. Dalam perusahaan/organisasi, pembelajaran diharapkan difasilitasi organisasi/perusahaan, menjadi kesadaran bagi setiap pekerja, setiap pekerja berkomitmen untuk melaksanakannya, dan sebagai media untuk tumbuh berkembang. Kebutuhan pembelajaran dan pengembangan sangatlah penting untuk disusun oleh perusahaan karena akan mempengaruhi adaptasi, produktivitas karyawan, karir karyawan, lingkungan kerja yang kondusif. Selain itu kebutuhan pembelajaran dan pengembangan dapat menutup kesenjangan kompetensi karyawan, memastikan proses bisnis sesuai harapan, dan menghasilkan kualitas kerja yang diharapkan. Kompetensi adalah kombinasi dari pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang dapat meningkatkan kinerja sehingga mendukung suksesnya organisasi. Pendekatan organisasi terhadap pelatihan dan pengembangan ada dua diantaranya:

1. Tradisional

Fokus utama dari pendekatan ini adalah biaya, terdiri dari masih kurang menyadari pentingnya pelatihan bagi pekerja, pemimpin dilahirkan bukan dibuat, dan pelatihan perlu mengeluarkan biaya yang terlalu besar.

2. Maju

Fokus utama dari pendekatan adalah investasi, terdiri dari pengembangan karyawan, mempertahankan karyawan, pengembangan karir, dan mampu menghasilkan kinerja yang lebih baik.

Training need analysis adalah proses analisis kebutuhan program pelatihan atau pengembangan potensi SDM di sebuah organisasi. Tujuan dari adanya TNA yaitu peningkatan kinerja karyawan dan organisasi. ada 3 objek dalam TNA yaitu analisis organisasi, analisis tugas, dan analisis individu.

4.3.5 Merancang Kesepakatan Kerja

Hubungan kerja adalah hubungan (hukum) antara pengusaha dengan pekerja berdasarkan Perjanjian Kerja. Dalam Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan (UU Ketenaga kerjaan) disebutkan bahwa hubungan kerja terjadi karena adanya perjanjian kerja antara pengusaha dan pekerja/buruh. Perjanjian kerja adalah perjanjian antara pekerja/buruh dengan pengusaha atau pemberi kerja yang memuat syarat-syarat kerja, hak, dan kewajiban para pihak. Perjanjian kerja ini merupakan suatu ikatan yang harus dipenuhi oleh pekerja/buruh dan perusahaan tempatnya bekerja.

4.3.6 Proses Rekrutmen

Rekrutmen adalah proses aktif mencari, menemukan dan mempekerjakan *talent* untuk posisi atau pekerjaan tertentu. Istilah lainnya adalah merupakan praktik manajemen sumber daya manusia yang penting, karena mempengaruhi karakteristik dan kualitas kumpulan pelamar, yang selanjutnya mempengaruhi keberhasilan praktik manajemen sumber daya manusia berikutnya seperti seleksi, sosialisasi, dan pelatihan dan pengembangan. Selain itu menurut Noe rekrutmen adalah pelaksanaan atau aktifitas organisasi awal dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mencari tenaga kerja yang potensial. Tujuan rekrutmen adalah mendapatkan energi kerja yang mempunyai kompetensi guna mencapai

tujuan organisasi, membantu meningkatkan *success rate* seleksi dengan mengeliminasi jumlah *under qualified or overqualified*, mengurangi terjadi *labor turnover* yang tinggi. Fungsi rekrutmen adalah peranan strategis dalam menyediakan lapangan pekerjaan yang sinkron menggunakan analisis kebutuhan yang sudah ditetapkan, memberi berita pada aplikasi perihal jabatan yang ditawarkan dan persyaratan dan sifat pekerjaan, mempersuasi orang menggunakan talenta yang diharapkan buat melamar EEO (*Equal Employment Opportunity*). Rekrutmen yang komprehensif adalah rekrutmen yang *timesaving, engaged employees, proactive approach, improved performance*. Manfaat rekrutmen yang efektif adalah:

1. Mendapatkan talenta yang baik
2. Efisiensi dan efektivitas biaya cepat dan akurat
3. Meningkatkan produktivitas staf HR
4. Rasio waktu kerja dengan keluaran/ hasil kerja

4.3.7 Proses Seleksi

Seleksi adalah rangkaian atau beberapa kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi untuk dapat mengambil keputusan tentang siapa - siapa dari calon pegawai yang paling tepat (memenuhi syarat) untuk bisa diterima menjadi pegawai dan yang seharusnya ditolak untuk diterima menjadi pegawai. Tujuan seleksi adalah memastikan perusahaan memperoleh karyawan/pegawai sesuai persyaratan yang dibutuhkan serta memilih kandidat terbaik melalui persaingan uji kompetensi, merupakan proses penyaringan karyawan untuk menduduki suatu jabatan baik pada *entry level* hingga seluruh tingkatan manajerial maupun untuk promosi jabatan, dan seleksi merupakan proses '*matching*' antara kualifikasi calon

karyawan dengan persyaratan jabatan.

Alat seleksi yang digunakan biasanya terdapat 2 (dua) metode, yakni metode ilmiah dan metode non ilmiah.

1. Metode Ilmiah

Seleksi yang dilaksanakan tidak didasarkan kepada kriteria, standar atau spesifikasi kebutuhan nyata pekerjaan, biasanya berdasarkan:

- a. Ijazah terakhir dan transkrip nilai
- b. Surat keterangan pengalaman kerja
- c. Rekomendasi dari pihak terpercaya
- d. *Walk interview*
- e. Penampilan dan keadaan fisik
- f. Tulisan pelamar
- g. Surat lamaran

2. Metode Non Ilmiah

Seleksi dengan mengadakan analisis yang cermat tentang unsur-unsur yang diseleksi sehingga diperoleh karyawan yang kompeten dengan penempatan yang tepat. Selesi ini berdasarkan:

- a. Metode kerja yang jelas dan sistematis
- b. Berorientasi pada hasil
- c. Sesuai kebutuhan perusahaan
- d. *Job analysis*
- e. Berdasarkan undang-undang perbukuan

Alat seleksi yang digunakan akan menunjukkan hasil reliabel dan valid. Hasil reliabel yakni hasil yang menunjukkan konsistensi individu tersebut terhadap hasil



Sedangkan hasil valid menunjukkan bahwa keberhasilan pada tes wawancara kerja individu tersebut akan menunjukkan bagaimana keberhasilannya dalam pekerjaan.

4.3.8 Melakukan Penawaran Kerja Kepada Pelamar

Membahas tentang pengetahuan keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melakukan penawaran kerja kepada calon pekerja yang telah lolos dan mendapatkan persetujuan pada proses seleksi. Isi dokumen penawaran kerja, aspek-aspek yang berkaitan dengan hubungan kerja antara lain:

- a. Jabatan yang ditawarkan
- b. Tanggal bergabung
- c. Domisili pengangkatan sebagai pekerja
- d. Hak dan kewajiban sebagai pekerja
- e. Nilai remunerasi yang diperoleh dari fungsi remunerasi

Dokumen penawaran kerja disiapkan dengan menggunakan baku format yang ada dan memenuhi seluruh persyaratan kerja yang umum berlaku. Proses menyiapkan dokumen perjanjian kerja menggunakan cara memastikan bahwa seluruh informasi yang tertuang akurat dan sinkron dengan penawaran kerja yang sudah disepakati. Proses menandatangani dokumen perjanjian kerja dilakukan oleh calon pekerja dan otoritas organisasi dengan mempertimbangkan waktu otoritas yang berwenang dan persyaratan legal yang harus dipenuhi. Terdapat 3 (tiga) proses penerimaan pegawai, yakni: rekrutmen, seleksi, dan penempatan.

4.3.9 Administrasi Jaminan Sosial

Menurut UU No. 1 Tahun 1970 tentang Keselamatan dan Kesehatan Kerja, menjelaskan bahwa keselamatan dan Kesehatan kerja (K3) adalah suatu upaya praktis untuk memberikan jaminan keselamatan dan meningkatkan derajat kesehatan para pekerja/buruh dengan cara pencegahan kecelakaan dan penyakit akibat kerja, pengendalian bahaya di tempat kerja, promosi kesehatan, pengobatan dan rehabilitasi. Penyelenggaraan program jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat. Sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan negara. Di Indonesia sendiri jaminan sosial di bagi menjadi dua yakni jaminan sosial milik negara atau yang biasa disebut badan penyelenggara jaminan sosial (BPJS) dan jaminan sosial milik swasta dengan banyak penyelenggara.

Penyelenggaraan program jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat. Sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan negara. Jaminan hari tua dibayarkan kepada tenaga kerja apabila mencapai usia pensiun 56 tahun, mengalami cacat selama-lamanya, meninggal dunia, mengundurkan diri dan terkena PHK, dan pindah warga negara. JHT dapat diambil maksimal 10% untuk persiapan usia pensiun dan maksimal 30% untuk uang perumahan. Kecelakaan kerja adalah kecelakaan yang terjadi akibat hubungan kerja, termasuk penyakit yang timbul karena hubungan kerja, demikian pula kecelakaan yang terjadi dalam perjalanan menuju tempat kerja dan pulang dari tempat kerja menuju rumah. Suatu kasus dinyatakan sebagai kasus kecelakaan kerja apabila terdapat cedera pada tubuh manusia saat bekerja alias terkena musibah saat bekerja.

4.3.10 Administrasi Pengupahan

Menurut UU no 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Dasar penentuan upah adalah tidak lebih rendah dari upah minimum dimana perusahaan beroperasi, perusahaan memiliki pedoman atau aturan pengupahan sehingga pelaksanaan pengupahan di perusahaan selalu konsisten dan patuh pada ketentuan yang berlaku dan juga mengikuti perkembangan *labor market* sehingga pengupahan yang diberikan pada pekerja senantiasa kompetitif.

Administrasi pengupahan yang baik harus diperlukan pengetahuan dan pemahaman yang komprehensif tentang administrasi penggajian. Kebijakan pengupahan di perusahaan ditetapkan oleh direksi dan disesuaikan dengan situasi dan kondisi perusahaan, namun tetap berpedoman pada peraturan yang berlaku. Struktur upah adalah kisaran nilai nominal upah dari yang terkecil hingga yang terbesar untuk setiap golongan jabatan. Golongan jabatan adalah pengelompokan jabatan berdasarkan nilai atau bobot jabatan. Sistem pengupahan yang sering digunakan adalah *payroll*. Sistem *payroll* sendiri artinya sistem penggajian yang lebih modern menggantikan sistem upah harian karyawan.

Komponen utama dalam proses *payroll* adalah *financial/cash related* dan komponen insidental, bagian HR administrator umumnya melakukan administrasi pengupahan menggunakan *payroll process*, Bagian pajak yang memverifikasi

pajak pengupahan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan hal-hal yang berurusan dengan pajak penghasilan dan laporan pajak ke kantor pajak. Bagian HRIS bertanggung jawab atas sistem *payroll* pada perusahaan. Proses *assurance* adalah sebuah proses untuk menjamin proses administrasi dan pembayaran sudah dilakukan dengan benar sesuai aturan yang berlaku, bagian audit secara berkala setahun sekali akan melakukan proses audit yang nantinya hasil audit akan dijadikan acuan untuk proses *improvement* dalam menata administrasi penggajian yang *accountable* dan *compliance-based*.

4.3.11 Penerapan Kebijakan MSDM

Penerapan sumber daya manusia adalah kegiatan utama yang harus dilakukan oleh seorang manajer sumber daya manusia organisasi. Menurut William Werther dan Keith Davis (Sunyoto, 2015: 35), penerapan sumber daya manusia adalah proses yang sistematis untuk meramalkan kebutuhan pegawai dan ketersediaan pada masa yang akan datang baik jumlah maupun jenisnya. Kompetensi staff SDM berkaitan dengan kebijakan MSDM, meliputi pengelolaan & administrasi data pekerja, kehadiran pekerja, perjalanan dinas, *medical check up*, cuti/izin, surat menyurat, serta tindak lanjut hasil pembinaan serta valuasi kinerja serta *assessment*. Kehadiran peserta yakni memastikan kehadiran pekerja tercatat dengan baik serta rapi guna banyak sekali keperluan termasuk pembayaran honor. salah satu tugas HR staff adalah menyiapkan referensi atau rekomendasi sinkron standar yang berlaku. pada mengelola administrasi perlu adanya data yang valid. Data adalah catatan atas formasi warta yang diperoleh berasal observasi, pengukuran, penilaian terhadap suatu obyek atau lebih atau proses pengumpulan data lainnya. Data adalah bentuk jamak berasal dari asal bahasa latin yang berarti

sesuatu yang diberikan. dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Pernyataan ini adalah hasil pengukuran atau pengamatan suatu variabel yang bentuknya bisa berupa nomor, istilah kata, atau citra. Data kasar diperoleh berasal hasil pengukuran suatu variabel pada sampel yang diambil dari suatu populasi memakai teknik pengambilan sampel eksklusif.

4.4 Digital literacy

Digital literacy memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk hidup, belajar, dan bekerja dalam masyarakat di mana komunikasi dan akses informasi semakin meningkat melalui teknologi digital seperti platform internet, media sosial, dan perangkat seluler. Mengembangkan keterampilan dalam berpikir kritis. Ada 5 materi yang diajarkan, untuk penjelasannya akan dibahas pada sub-bab selanjutnya.

4.4.1 Artificial Intelligence

Artificial intelligen adalah kecerdasan buatan yang melebihi kecerdasan manusia. AI bisa membantu peranan manusia menjadi lebih otomatis. *Artificial intelligence* ada 6 macam ada *knowlegde base, expert system, deep learning, computer vision, machine learning, natural language processing*. Demand paling banyak untuk AI yakni proses berhitung, investasi, proses data, dan membuat algoritma. Manfaat AI adalah menambah *revenue*, menghindari resiko, mengurangi biaya operasi, inovasi, dan efisiensi operasional. Alat - alat yang digunakan antara lain *operation system (Windows, Mac, atau linux), browser,*

Tensorflow.js, Git, dan Visual Code. Dalam *machine learning* harus dilakukan 6 (enam) tahapan :

1. *Prepare data* yakni menyiapkan dan mencari data sebanyak -banyaknya,
2. Mengimplementasikan algoritma.
3. *Fine tune models* yakni apakah data dengan algoritma
4. Membuat prediksi *application programming interface* nantinya
5. *Development operation*.
6. Evaluasi.

Teachable machine adalah sebuah mesin yang dapat membuat sebuah objek baik bergerak maupun tidak. Disini peserta diajarkan bagaimana untuk mengumpulkan data set dengan mudah dan mengolah data set untuk dijadikan model deteksi gambar pada *Teachable Machine Google*, yang kemudian akan diolah dan dilatih secara otomatis, setelah itu melakukan *training model* dan *tuning* pada *dataset* yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk mendapatkan hasil *training* berupa *object detection* yang optimal untuk digunakan, setelah membuat langkah selanjutnya adalah mengaplikasikan *project* terhadap *model object detection* yang telah dibuat kedalam *HTML-JAVASCRIPT* agar dapat digunakan pada aplikasi dunia nyata, dan yang terakhir adalah mengupload *project* yang telah kita buat kedalam *Github Page* agar dapat digunakan secara *public* tanpa dipungut biaya apapun. Setelah membuat visualisasi kemudian membuat deteksi suara, ini sangat penting karena model ini nantinya mendeteksi suara kerusakan mesin yang dapat diaplikasikan pada dunia nyata dan bisnis.

4.4.2 Data Analisis

Data analisis adalah cara berpikir dalam penelitian. Dalam hal ini, data yang dianalisis berhubungan dengan pengujian secara sistematis untuk mencari pola. baik untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan keseluruhannya. Analisis data menggunakan logika, teknik statistik, dan pemrograman komputer untuk mengubah angka menjadi informasi yang dapat digunakan organisasi untuk meningkatkan alur kerja dan proses bisnis. Tujuan penting dari analisis adalah untuk membedakan antara data apa yang penting dan data apa yang harus diberi bobot lebih sedikit. Di banyak organisasi, analisis data juga bertanggung jawab atas kualitas data dan menyiapkan laporan untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal. Analisis data menggunakan alat dan algoritma matematika yang ada untuk memecahkan masalah terkait data, berbeda dengan ilmuwan data, yang seringkali ditugaskan untuk menemukan yang baru. *Cell reference* adalah perpotongan kolom dan baris yang ditunjuk oleh huruf kolom dan nomor baris. Selain itu *cell reference* adalah kumpulan koordinat yang ditempati sel pada lembar kerja. *Cell reference* digunakan dalam rumus untuk menunjukkan di mana nilai disimpan.

4.4.3 Digital Transformation Era

Masih sedikit bisnis yang fokus pada transformasi ini, padahal ini merupakan sebuah peluang besar. Teknologi baru dapat mendefinisikan ulang produk & layanan, mengaburkan batasan industri, dan menciptakan kumpulan pesaing non-tradisional yang sama sekali baru. Hal yang kurang sesuai dengan para eksekutif adalah peluang yang sangat nyata bagi teknologi baru ini untuk membuka bisnis yang sepenuhnya baru bagi perusahaan mereka di luar pasar yang

saat ini dilayani. Dan seringkali, jenis transformasi inilah yang menawarkan peluang terbesar dalam menciptakan nilai baru. Contoh yang jelas bagaimana transformasi domain bekerja adalah pengecer *online*, Amazon. Amazon berkembang menjadi domain pasar baru dengan peluncuran *Amazon Web Services* (AWS), yang sekarang menjadi layanan infrastruktur/komputasi awan terbesar, di domain yang sebelumnya yang dimiliki oleh raksasa IT seperti Microsoft dan IBM. Ini dapat dibandingkan dengan melihat melalui kaca buram. Itu membuat sulit bagi pengambil keputusan untuk melihat apa yang ada di sana. Untuk mengatasi hal tersebut lakukanlah disrupsi sedapatnya, belajar dan membuka pikiran. Pemimpin digital adalah seseorang yang memahami arus perubahan ciri- ciri SECU dan VUCA di era ekonomi digital.

4.4.4 Evaluasi Kinerja Strategi Promosi Media Sosial

Setelah melakukan kegiatan promosi dengan pembenahan melalui konten pada media sosial PT Tedmonnindo Pratamasemesta, yaitu Instagram dan Facebook maka selanjutnya adalah dengan melakukan kegiatan evaluasi dengan tujuan untuk mengukur hasil kinerja strategi promosi yang telah dilakukan di PT Tedmonnindo Pratamasemesta. Dalam pelaksanaan kerja praktik ini telah dilakukan dengan pembuatan konten media sosial pada PT Tedmonnindo Pratamasemesta. Jaya sebanyak tiga kali dalam satu hari yang terbagi menjadi postingan pagi, siang, dan sore. Lalu selanjutnya yaitu dengan mengukur *audience* yang berinteraksi dengan hasil konten yang sudah dibuat.

Dibawah ini merupakan hasil pengukuran data yang dianalisis dari

media sosial Instagram PT Tedmonnindo Pratamasemesta dengan mengukur antara target yang direncanakan dengan hasil realisasi dari kerja praktik:

Tabel 4. 2 Hasil Pengukuran Aktivitas Konten Instagram

| No. | Keterangan Aktivitas Konten | Target | Hasil |
|-----|-------------------------------|--------------------|--------------------|
| 1 | Konten <i>Review</i> Produk | 50 Jangkauan Akun | 215 Jangkauan Akun |
| 2 | Konten Testimoni Pelanggan | 50 Jangkauan Akun | 195 Jangkauan Akun |
| 3 | Konten <i>Story</i> Instagram | 50 Jangkauan Akun | 64 Jangkauan Akun |
| 4 | Konten <i>Reels</i> Instagram | 200 Jangkauan Akun | 510 Jangkauan Akun |

Tabel 4.3 Hasil Pengukuran *Audience* Instagram

| No. | Keterangan | Target | Hasil |
|-----|-------------------|-----------|---------|
| 1 | <i>Impression</i> | 100 – 200 | 332-748 |
| 2 | <i>Reach</i> | 100 – 200 | 478-668 |
| 3 | <i>Like</i> | 20 – 50 | 18-34 |
| 4 | Tayangan Video | 100 – 200 | 21-301 |

Dapat dilihat pada tabel 4.3 bahwa konten *review* produk ditargetkan menjangkau sebanyak 50 akun dan realisasinya dapat menjangkau sebanyak 215 akun hal ini disebabkan oleh pembuatan konten *review* produk dengan menyasar target audiens yang tepat seperti ibu-ibu, kontentestimoni pelanggan ditargetkan menjangkau sebanyak 50 akun dan realisasinya dapat menjangkau sebanyak 195 akun dikarenakan pembuatan konten testimoni yang dibuat belum bisa meyakinkan audiens untuk membeli produk di PT Tedmonnindo Pratamasemesta konten *story* ditargetkan dapat menjangkau sebanyak 50 akun

dan realisasinya dapat menjangkau sebanyak 64 akun karena kurangnya konten *story* yang dibuat sehingga hanya menjangkau sebanyak 64 akun saja, konten *reels* ditargetkan dapat menjangkau sebanyak 200 akun dan realisasinya dapat menjangkau sebanyak 510.

Jangkauan akun dikarenakan audiens di Instagram lebih tertarik melihat video *reels* daripada melihat gambar saja. Berdasarkan perbandingan antara target dan realisasi tersebut, maka target dari setiap aktivitas konten Instagram dapat dicapai dengan baik dikarenakan beberapa hal seperti pembuatan konten yang interaktif sehingga dapat mempengaruhi persepsi calon pelanggan sehingga banyak yang memperhatikan dan melihatnya. Namun ada beberapa hal lain yang menyebabkan target dapat tercapai dengan mudah yaitu pembuatan target yang tidak spesifik dan kurangnya pertimbangan dalam menentukan target.

Lalu dapat dilihat juga pada tabel hasil pengukuran *audience* Instagram dengan menampilkan data bahwa tingkat *impression audience* Instagram ditargetkan mencapai 100–200 *impression* dan hasil realisasinya mencapai 332–748 *impression* hal ini dikarenakan konten yang dibuat terjadwal dengan baik sebanyak tiga kali sehari sehingga membuat konten dapat tampil di layar audiens sangat banyak dan ini dapat mempengaruhi tingkat penayangan akun Instagram di layar audiens, lalu tingkat *reach audience* Instagram ditargetkan mencapai 100-200 *reach* dan hasil realisasinya mencapai 478-668 *reach* dikarenakan konten yang telah dibuat menyesuaikan dengan target audiens di Instagram sehingga dapat menjangkau akun unik di Instagram untuk

berkunjung ke akun Instagram, lalu tingkat *likes audience* Instagram ditargetkan mencapai 20-50 *likes* dan hasil realisasinya mencapai 18-34 *like* dikarenakan kurangnya pemberian *hashtag* dalam postingan sehingga tidak dapat menjangkau banyak *likes* dan kurangnya penempatan *copywriting* yang sesuai dengan konten postingan produk sehingga tidak mendapatkan *like* yang terlalu tinggi, lalu tingkat penayangan video *audience* Instagram ditargetkan mencapai 100-200 penayangan video dan hasil realisasinya mencapai 21-30 penayangan video dikarenakan konten video yang dibuat tidak terlalu banyak sehingga menyebabkan penayangan video terbilang rendah.

4.4.5 Evaluasi Kinerja Strategi Promosi Website

Selanjutnya, yaitu dengan melakukan evaluasi kinerja konten pada *website* yang dilakukan dengan mengunggah produk di *website* dengan jam *upload* sebanyak 3 kali juga, yaitu terdiri dari pagi, siang, dan sore. Lalu untuk jumlah pengunjung setiap minggunya pada waktu pelaksanaan kerja praktik ini tertera sebagai berikut:

Tabel 4.4 Data Pengunjung Website

| Minggu Ke | Target | Jumlah Pengunjung Website |
|-----------|----------------|---------------------------|
| 1 | 100 pengunjung | 103 pengunjung |
| 2 | 100 pengunjung | 98 pengunjung |
| 3 | 100 pengunjung | 120 pengunjung |
| 4 | 100 pengunjung | 88 pengunjung |

Dapat dilihat pada tabel data pengunjung *website* pada minggu ke satu ditargetkan dapat menarik 100 pengunjung ke *website* dan hasil realisasinya dapat menarik 103 pengunjung ke *website*, lalu pada minggu ke dua ditargetkan dapat menarik 100 pengunjung ke *website* dan hasil realisasinya dapat menarik 98 pengunjung ke *website*, lalu pada minggu ke tiga ditargetkan dapat menarik 100 pengunjung ke *website* dan hasil realisasinya dapat menarik 120 pengunjung ke *website*, lalu pada minggu ke empat ditargetkan dapat menarik 100 pengunjung dan hasil realisasinya dapat menarik 88 pengunjung ke *website*.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perencanaan manajemen sumber daya manusia sangat penting dilakukan untuk perusahaan. Hal ini dapat menunjang kepentingan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Terdapat beberapa langkah untuk melakukan perencanaan SDM, mulai dari proses penetapan kriteria pekerja yang sesuai dengan posisi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Kemudian melakukan *interview* untuk mengetahui karakteristik setiap individu yang melamar di perusahaan. Hal ini juga berguna sebagai penyesuaian individu terhadap kriteria SDM yang telah ditetapkan. Lalu perusahaan akan menetapkan kandidat yang terpilih menjadi karyawan di perusahaan tersebut.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk Yayasan Insan Indonesia Kompeten, yakni agar dapat terus memberikan pembelajaran yang mumpuni mengenai manajemen sumber daya manusia. Kemudian dapat diberikan evaluasi secara berkala mengenai pembelajaran yang telah disampaikan, agar siswa dapat mengetahui tingkat keberhasilan pembelajaran yang telah didapat. Tentunya hasil evaluasi tersebut dapat menjadi koreksi tersendiri bagi siswa terhadap materi pembelajaran yang telah didapat.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Digital*, h. 74.

Brown. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Digital*, h. 74-75.

Coutler, S. a. (2010). *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. h. 2 -3.

Candraningrat, C. Wibowo, J. & Santoso, R. (2020). *Pembuatan Digital Marketing*

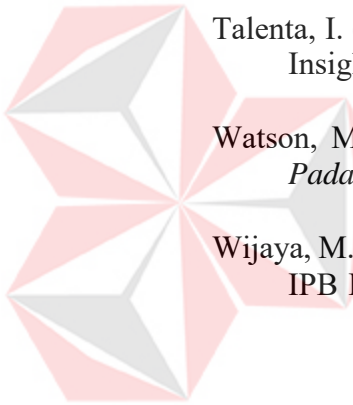
Samsudin, Sadili. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Pustaka Setia, 2010.

Sutadji. (2010). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Dee Publish.

Talenta, I. (2022). In *Pengembangan SDM di Era serba Digital* (h.8). Jakarta: Insight.

Watson, M. (2003). In *Park, Digital Maturity Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Theme* (p. 9). Bandung: Litabmas stp Bandung.

Wijaya, M. H. (2014). *Memodel Transformasi Berbasis Digital*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.



STAS
Dinamika