

**PENERAPAN TEKNIK DIRECT MARKETING DAN INDIRECT  
MARKETING TERHADAP PEMASARAN APLIKASI GENIUS HR DI PT  
GIT SOLUTION  
TUGAS AKHIR MAGANG**



**Disusun Oleh:**

Nama : Dinni Kurnianti  
Nomor Mahasiswa : 19311419  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**PENERAPAN TEKNIK DIRECT MARKETING DAN INDIRECT  
MARKETING TERHADAP PEMASARAN APLIKASI GENIUS HR DI PT  
GIT SOLUTION  
TUGAS AKHIR MAGANG**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar  
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia



**Disusun Oleh:**

Nama : Dinni Kurnianti

Nomor Mahasiswa : 19311419

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai ketentuan yang berlaku”

Yogyakarta, 07 Maret 2023

Penulis,



Dinni Kurnianti

**PENERAPAN TEKNIK DIRECT MARKETING DAN INDIRECT  
MARKETING TERHADAP PEMASARAN APLIKASI GENIUS HR DI PT  
GIT SOLUTION**

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR MAGANG**

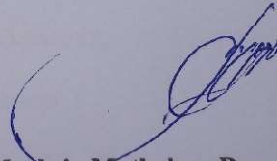
**Disusun Oleh:**

Nama : Dinni Kurnianti  
NIM : 19311419  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 07 Maret 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



**Muchsin Muthohar, Drs., MBA.**

**NIK: 843110104**

**muchsin@uii.ac.id**

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENERAPAN TEKNIK DIRECT MARKETING DAN INDIRECT MARKETING TERHADAP  
PEMASARAN APLIKASI GENIUS HR DI PT GIT SOLUTION**

Disusun Oleh : **DINNI KURNIANTI**

Nomor Mahasiswa : **19311419**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Senin, 03 April 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Muchsin Muthohar, Drs., MBA.

Penguji : R. Endy Gunanto Marsasi, Dr., M.M.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



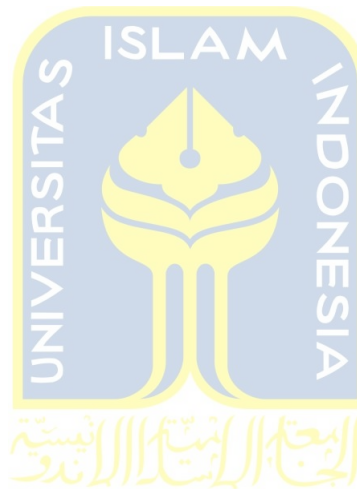
Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

## MOTTO

مَنْ سَارَ عَلَى الدَّرْبِ وَصَلَ

*“Man saara ‘alad darbi washala”*

Barang siapa berjalan pada jalannya sampailah ia



## ABSTRAK

### PENERAPAN TEKNIK DIRECT MARKETING DAN INDIRECT MARKETING TERHADAP PEMASARAN APLIKASI GENIUS HR DI PT GIT SOLUTION

DINNI KURNIANTI

Email: 19311419@students.uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam

Indonesia

Laporan akhir magang ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap pemasaran aplikasi Genius HR di PT GIT Solution. Aplikasi Genius HR merupakan produk baru dari PT GIT Solution sehingga sangat memerlukan *brand awareness* agar lebih dikenal oleh target pasarnya. Perlunya strategi dan taktik jangka panjang berfokus pada tujuan utama serta tugas dari divisi *business development*. Laporan akhir magang ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi, forum group diskusi (FGD), wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil laporan akhir magang ini menunjukkan kedua teknik tersebut dapat membantu dalam meningkatkan *brand awareness* serta meningkatkan jumlah pelanggan, yang mana *Direct marketing* sebagai teknik pemasaran utama dan *Indirect marketing* sebagai teknik pendukung atau pelengkap dari *Direct marketing*. Namun, produk Genius HR sejauh ini lebih efektif dipasarkan dengan strategi *Direct marketing*.

**Kata Kunci:** *Business development, Direct marketing, Indirect marketing dan Brand awareness.*

**ABSTRACT**

**APPLICATION OF DIRECT MARKETING AND INDIRECT MARKETING  
TECHNIQUES TO THE MARKETING OF THE GENIUS HR  
APPLICATION AT PT GIT SOLUTION**

**DINNI KURNIANTI**

Email: 19311419@students.uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam

Indonesia

*The final report of this internship aims to evaluate the application of Direct marketing and Indirect marketing techniques to the marketing of the Genius HR application at PT GIT Solution. The Genius HR application is a new product from PT GIT Solution so it really needs its brand awareness to be better known by their target market. The need for long-term strategies and tactics focuses on the main goal as well divisional duties business development. The final report of this internship uses a qualitative method with observation techniques, group discussion forums (FGD), interviews, literature and documentation. The results of this internship's final report show that these two techniques can help in increasing brand awareness and increasing the number of customers, in which Direct marketing is the main marketing technique and Indirect marketing is a supporting or complementary technique to Direct marketing. However, Genius HR products have so far been marketed more effectively with a Direct marketing strategy.*

**Keywords:** *Business development, Direct marketing, Indirect marketing and Brand awareness.*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, serta karunia-Nya dan tak luput shalawat serta salam saya haturkan kepada nabiullah Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan judul: “PENERAPAN TEKNIK DIRECT MARKETING DAN INDIRECT MARKETING TERHADAP PEMASARAN APLIKASI GENIUS HR DI PT GIT SOLUTION”

Laporan magang ini berisi kegiatan pengamatan, diskusi, riset dan praktek kerja pada PT GIT Solution Kantor Wilayah Yogyakarta, tepatnya pada bagian *Business development* atau *Tim Marketing*. Pengambilan data dilakukan dengan observasi, wawancara, forum grup diskusi, studi pustaka, dan dokumentasi dengan pihak yang terlibat langsung dalam divisi *Business development* dan proyek aplikasi Genius HR.

Pada penulisan laporan ini, penulis menyadari bahwa penulis tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, kritik dan saran dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa syukur dan bahagia, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam penulisan dan pelaksanaan magang.
2. Bapak Ahmad Nawawi dan Ibu Zariah selaku kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan kasih sayang, *support*, do'a tiada henti kepada penulis.
3. Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mengesahkan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Pak Muchsin Muthohar, Drs., MBA. selaku Dosen Pembimbing Magang yang telah memberikan bimbingan, masukan, nasihat, dan motivasi sehingga

penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Mas Hamid Muzaki selaku supervisor dan montor divisi *Business development* selama pelaksanaan Magang di PT GIT Solution yang telah banyak membimbing dan mengajarkan hal baru di dunia kerja.
6. Ibu Fereshti Nurdiana Dihan, S.E., M.M., CHRA., CPHCM., Ibu Andriyastuti Suratman, SE., MM., CHRMP., dan Ibu Erlita Ridanasti, SE., MM., selaku dosen yang telah memberi banyak masukan, bimbingan, ilmu, motivasi dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Nurul Fitriyana Ahmad dan Fadhilatunnisa selaku saudara kandung penulis yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, do'a dan dukungan lainnya.
8. Rizqy, Muthi, Andri, Nia, Hanip, Taufik, Bagus, Zahra, Icha, Nuna, Warda, Sinta dan Satria selaku sahabat terbaik penulis yang selalu memberi semangat, menghibur dan mengisi satu sama lain untuk memberikan nasihat serta menemani perjalanan penulis dari awal perkuliahan.
9. Tim Amikom Center dan Tim Genius HR selaku teman seperjuangan dalam satu proyek dengan penulis yang telah berjuang bersama, memberikan motivasi serta dukungan selama kegiatan magang.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan.

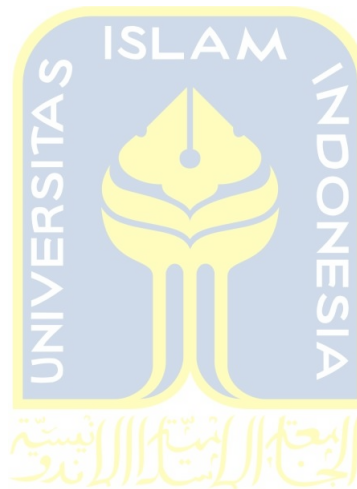
## DAFTAR ISI

COVER .....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN MAGANG .....	iv
LEMBAR PENGUJUAN.....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I (PENDAHULUAN) .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Magang .....	7
I.3.1 Tujuan Penulisan Laporan .....	7
I.3.2 Tujuan Pelaksanaan Magang .....	7
I.4 Manfaat Magang .....	8
I.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
I.4.2 Manfaat Praktis.....	9
I.4.3 Manfaat bagi Penulis Sebagai <i>Intern di PT GIT Solution</i> ...	9
I.5 Profil PT GIT Solution.....	9
I.5.1 Visi dan Misi.....	11
I.5.2 Identitas Kegiatan .....	11
I.5.3 Produk-produk PT GIT Solution .....	12
I.5.4 <i>Client</i> PT GIT Solution.....	14
I.5.5 PT GIT Solution X Kampus Merdeka .....	14
I.6 Waktu dan Lokasi Magang .....	18
BAB II (KAJIAN LITERATUR).....	19
II.1 Landasan Teori.....	19
II.1.1 Konsep Segmenting, Targeting, Positioning.....	19
II.1.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	19
II.1.3 Komunikasi Pemasaran .....	19
II.1.4 Konsep Komunikasi dan Komunikasi Efektif.....	20

II.1.5	<i>Target Audience</i> .....	21
II.1.6	<i>Business to Business</i> .....	22
II.1.7	<i>Business to Customer</i> .....	23
II.1.8	<i>Direct marketing</i> .....	24
II.1.9	<i>Sosial Media Marketing</i> .....	25
II.1.10	<i>Media Sosial</i> .....	26
II.1.11	<i>Kesadaran Merek</i> .....	26
II.1.12	<i>Business development</i> .....	27
II.1.13	<i>Aplikasi Genius HR</i> .....	30
II.2	<i>Kerangka Kerja</i> .....	31
BAB III (METODOLOGI PENELITIAN).....		34
III.1	<i>Pendekatan Penelitian</i> .....	34
III.2	<i>Sumber Data</i> .....	35
III.3	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	36
III.4	<i>Unit Analisis</i> .....	38
III.5	<i>Waktu dan Tempat Penelitian</i> .....	39
III.6	<i>Batasan Laporan Magang</i> .....	40
BAB IV (HASIL PELAKSANAAN PROGRAM MAGANG).....		41
IV.1	<i>Pembahasan Rumusan Masalah</i> .....	42
IV.1.1	<i>Bagaimana penerapan teknik Direct marketing dan Indirect marketing terhadap pemasaran aplikasi Genius HR?</i> .....	42
IV.1.2	<i>Apakah kelebihan dan kekurangan dari teknik Direct marketing dan Indirect marketing terhadap aplikasi Genius HR?</i> .....	44
IV.1.3	<i>Apakah lebih efektif jika teknik marketing yang diterapkan terhadap aplikasi Genius HR diawali dengan Direct marketing dan Indirect marketing sebagai pelengkap?</i> .....	47
IV.2	<i>Pengumpulan Data</i> .....	48

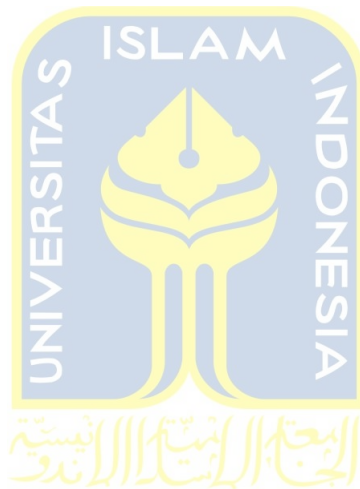
IV.3 Penerapan Segmenting, Targeting, Positioning pada Aplikasi Genius HR .....	52
IV.4 Penerapan Konsep <i>Marketing Mix 7P</i> .....	54
IV.5 Hasil Pelaksanaan Magang.....	48
IV.3.1 Observasi .....	48
IV.3.2 Wawancara .....	53
IV.3.3 FGD (Forum Grup Diskusi) .....	60
IV.3.4 Studi Pustaka .....	60
IV.3.5 Dokumentasi.....	60
IV.6 Kegiatan Sebagai <i>Business development Intern</i> .....	61
IV.4.1 Latar Belakang .....	61
IV.4.2 Metode Pendampingan .....	61
IV.4.3 Tugas yang Dilakukan.....	62
IV.4.4 Deskripsi Proyek .....	64
IV.7 Tim Proyek Genius HR .....	65
IV.8 <i>Management Project</i> .....	65
IV.9 <i>Marketing</i> .....	68
IV.6.1 <i>Direct marketing</i> .....	68
IV.6.2 <i>Indirect marketing</i> .....	75
IV.10 Tentang aplikasi Genius HR .....	84
IV.11 Struktur dan Penjelasan Alur aplikasi .....	95
BAB 5 (KESIMPULAN) .....	96
V.1 Kesimpulan.....	96
V.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
Lampiran A TOR .....	102
Lampiran B <i>Log Activity</i> .....	103
Lampiran C Surat Pernyataan Kerahasiaan ( <i>Confidential</i> ).....	106
Lampiran D Surat Rekomendasi Magang .....	107
Lampiran E Surat Pernyataan Kesanggupan Pelaksanakan MBKM.....	108
Lampiran F Surat Keterangan Penerimaan Magang .....	109

Lampiran G Surat Pelaksanaan untuk Tugas Akhir.....	110
Lampiran H Surat Pernyataan Tanggungjawab Mutlak.....	111
Lampiran I Dokumentasi Kegiatan .....	113
Lampiran J Sertifikat MBKM .....	120
Lampiran K Pertanyaan dan Jawaban Wawancara .....	121



## DAFTAR BAGAN

Bagan I. 1 Proses Internship .....	16
Bagan II. 1 Kerangka Kerja .....	34
Bagan IV. 1 Kerangka BAB IV (Hasil Pelaksanaan Program Magang).....	44



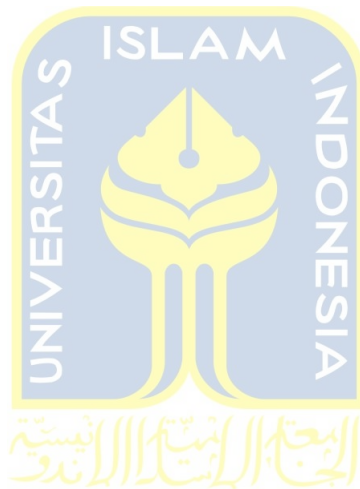
## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Aplikasi Software Development .....	12
Gambar I. 2 Aplikasi Game Development.....	13
Gambar I. 3 <i>Client</i> PT GIT Solution.....	14
Gambar IV. 1 BMC aplikasi Genius HR .....	57
Gambar IV. 2 Hasil <i>Research Mapping</i> Pasar .....	591
Gambar IV. 3 Hasil research target market aplikasi Genius HR .....	52
Gambar IV. 4 <i>Screenshot</i> mailchimp calon konsumen aplikasi Genius HR.....	63
Gambar IV. 5 Contoh <i>Screenshot</i> chat whatsapp calon <i>client</i> yang tertarik.....	656
Gambar IV. 6 Contoh <i>Screenshot</i> chat whatsapp calon <i>client</i> yang merespon dengan penolakan.....	67
Gambar IV. 7 Contoh <i>Screenshot</i> chat whatsapp calon <i>client</i> yang tidak merespon .....	68
Gambar IV. 8 <i>Screenshot</i> Agile Scram Task Genius HR .....	76
Gambar IV. 9 <i>Screenshot</i> Broadcast WhatsApp (RSU Awal Bros Batam).....	78
Gambar IV. 10 <i>Screenshot</i> Broadcast WhatsApp (RSD Darmayu).....	79
Gambar IV. 11 Foto Pelaksanaan Pitching di RSD Darmayu .....	80
Gambar IV. 12 <i>Screenshot</i> Mailchimp Genius HR.....	83
Gambar IV. 13 Foto Siaran bersama RBTv .....	84
Gambar IV. 14 Foto Siaran Bersama MQFM.....	85
Gambar IV. 15 Sosial Media Marketing .....	86
Gambar IV. 16 <i>Screenshot</i> Profil Instagram Genius HR.....	87
Gambar IV. 17 <i>Screenshot</i> Contoh Postingan LinkedIn Genius HR.....	89
Gambar IV. 18 Website Genius HR.....	91
Gambar IV. 19 Marketing KIT Videos .....	92
Gambar IV. 20 Marketing KIT Poster .....	92
Gambar IV. 21 MockUp Aplikasi Genius HR.....	93
Gambar IV. 22 Screen Profile.....	94
Gambar IV. 23 Screen Notification .....	94
Gambar IV. 24 Screen Kalender dan Jadwal .....	95
Gambar IV. 25 Screen Fitur Login Register .....	96
Gambar IV. 26 Home Screen.....	96
Gambar IV. 27 Screen Fitur Presensi.....	98
Gambar IV. 28 Screen Fitur Kelola Cuti .....	100
Gambar IV. 29 Screen Fitur Kelola Slip Penggajian .....	102
Gambar IV. 30 Screen Fitur Pinjam Barang (Fitur Baru).....	103
Gambar IV. 31 use case Aplikasi Genius HR.....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1. Profil Kegiatan.....	10
Tabel I. 2. Identitas Kegiatan .....	11
Tabel I. 3. Silabus Magang Divisi <i>Business Development</i> .....	18
Tabel IV. 1 BMC Aplikasi Genius HR.....	58
Tabel IV. 2 Nama & Tingkat Akreditasi RS Prov Kepri .....	61
Tabel IV. 3 Tugas Business Development.....	72



# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

*Business development* merupakan suatu konsep yang berfokus pada pasar baru, produk baru atau keduanya, melalui usaha patungan (*joint ventures*), akuisisi, pengembangan internal, perizinan, juga melalui investasi kerjasama modal minoritas (Odediran, 2013). Hal ini menjadi tantangan utama bagi penulis selama pelaksanaan magang di PT GIT Solution yang mana ditempatkan pada divisi *business development*. Proyek yang dipegang oleh penulis selama pelaksanaan magang yaitu, aplikasi Genius HR yang mana merupakan produk baru dari PT GIT Solution sehingga sangat memerlukan *brand awareness* agar lebih dikenal oleh target pasarnya, perlunya strategi dan taktik jangka panjang atau yang biasa disebut dengan *long-term-value* berfokus pada tujuan utama dari *development* aplikasi Genius HR.

Dalam melakukan pemasaran terdapat banyak sekali strategi yang dapat diterapkan, dari sekian banyak strategi pemasaran yang ada, penulis menggunakan *Business to business* (B2B) sebagai strategi yang akan diterapkan pada aplikasi Genius HR. B2B adalah transaksi yang dilakukan secara elektronik maupun fisik dan terjadi antara entitas bisnis satu ke bisnis lainnya. B2B merupakan penjualan produk atau jasa yang diberikan oleh suatu bisnis dan diperuntukkan untuk bisnis lain, bukan kepada *customer*. Interaksi perdagangan dengan menggunakan jaringan internet antar pelaku

usaha merupakan arti dari B2B, dimana produk yang dijual tidak akan langsung ke tangan konsumen akhir, melainkan produk yang dibeli akan diproses lagi oleh perusahaan lain, kemudian baru akan dijual kepada konsumen akhir (Rayport & Bernard JJ, 2001:4). Menurut Strauss & Frost (2012: 412). Sedangkan suatu bisnis yang melakukan penjualan barang maupun jasa atau memberikan pelayanan langsung kepada konsumen perorangan atau grup biasa dikenal dengan *Business to Consumer (B2C)*, singkatnya B2C merupakan pemasaran produk yang tertuju langsung kepada konsumen akhir.

Aplikasi Genius HR merupakan produk yang menasar pada B2B. Dalam hal ini, tim *marketing* dari *development* aplikasi Genius HR menerapkan teknik *direct* dan *Indirect marketing* dalam memperkenalkan aplikasi Genius HR, yang mana komunikasi yang dianggap lebih efektif dikarenakan pesan yang disampaikan bisa diatur sesuai kebutuhan konsumen biasa dikenal dengan *direct marketing* (Dwinugraha, 2020). Sedangkan, *Indirect marketing* merupakan strategi untuk mempromosikan suatu produk yang ditujukan untuk menyentuh pikiran dan perasan konsumen.

Salah satu jenis *Indirect marketing* adalah strategi *content marketing* yang nantinya akan diterapkan pada media sosial dan media berita. Holliman & Rowley (2014) menyatakan bahwa dalam mempublikasikan konten *marketing*, gambar, grafik, informasi, cara komunikasi, kata-kata, dan lainnya harus dapat menceritakan atau memberikan suatu gambaran produk dan merek yang dijual sehingga mampu mendapatkan perhatian *audiens* atau

calon konsumen *online*, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dalam B2B, konten yang dibuat bentuknya bisa sangat beragam, bisa berupa testimoni perusahaan lain yang sudah bekerja sama, artikel blog, webinar, konten social media, dll.

Konsep yang diterapkan oleh tim Genius HR pada *Direct marketing* yaitu dengan visit langsung kepada target *market*, menghubungi melalui Whatsapp dan email. Sedangkan pada teknik *Indirect marketing* difokuskan pada *digital marketing* melalui sosial media seperti Instagram, dan LinkedIn, serta media berita seperti stasiun televisi dan juga radio. Target *audience* dari konten yang dibuat adalah kepada direktur dan atau owner suatu perusahaan. Teknik *Direct marketing* menyampaikan pesan yang ingin langsung berhubungan kepada direktur atau owner untuk mengambil keputusan yang strategis. Sedangkan teknik *Indirect marketing* hanya sebagai informasi pelengkap dalam memperkenalkan aplikasi Genius HR pada sosial media.

Aplikasi Genius HR, merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh PT GIT Solution mendapatkan respon baik dari perusahaan, menjadi aplikasi untuk membantu presensi karyawan terbaik dalam kelasnya. Aplikasi berbasis android ini merupakan aplikasi *Human Resource Management* (HRM) yang dapat digunakan sebagai *platform* karyawan untuk melakukan presensi, mengecek slip gaji, mengelola cuti, serta melakukan pengecekan jadwal dan agenda kerja. Hadirnya aplikasi Genius HR ini sebagai jawaban dari permasalahan yang dihadapi oleh HRD hingga dapat mempermudah

kinerja serta meningkatkan efektivitas kerja untuk mencapai tujuan yang maksimal dari didirikannya suatu perusahaan.

Tujuan dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan atau profit guna membiayai operasional perusahaan dan juga mensejahterakan pemilik modal (Solikahan & Ariawan, 2021). Manajemen dalam mengelola suatu perusahaan memiliki peran yang sangat penting dikarenakan dalam mengambil keputusan serta pengawasan terkait kondisi keuangan perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap masa depan perusahaan (Hidayat & Meiranto, 2014). Sedangkan, yang paling vital dalam keuangan perusahaan adalah belanja karyawan, yang mana belanja karyawan merupakan *cost* yang paling besar dan berpengaruh yang harus dikelola dengan benar oleh suatu perusahaan. Kesadaran tersebut di era yang semakin kompleks seperti sekarang ini menjadi sangat penting yang mana setiap karyawan akan mendapatkan gaji yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Seperti ada yang mengambil cuti, mengalami keterlambatan dalam masuk kerja, mengambil istirahat terlalu lama, atau bahkan ada yang lembur dan juga berhasil mendapatkan suatu proyek yang besar sehingga memerlukan perhitungan fee yang sesuai dengan kinerjanya.

Perusahaan yang mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi berkepanjangan bukanlah perusahaan yang hanya mengandalkan keuangan perusahaannya saja, dikarenakan perusahaan memiliki sumber daya yang lain yang tidak kalah penting, yaitu sumber daya manusia (Francisca, 2017). Sumber daya manusia (SDM) sangat mempengaruhi peningkatan kinerja

suatu perusahaan, dan juga berperan aktif sebagai penggerak semua aspek yang ada di perusahaan (Putri, 2015). Oleh sebab itu SDM sangat penting bagi suatu perusahaan yang mana, manajemen SDM merupakan ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Hasibuan, 2013).

Perkembangan dunia informasi saat ini semakin meningkat dengan cepat, khususnya dalam membantu proses bisnis di suatu perusahaan (Habibi dkk. 2019). Internet dapat memenuhi banyak kebutuhan pengelolaan informasi. Sistem informasi manajemen yang menangani secara khusus data kepegawaian merupakan suatu hal yang harus mendapatkan perhatian khusus, (Raymond McLeod, Jr. 2001). Hal ini berkaitan dengan kemudahan dan efektifitas dalam pengolahan data pegawai, pengeditan data pegawai pencarian data pegawai, laporan data pegawai, sehingga penanganan pengolahan data pegawai lebih efisien dan efektif baik dari segi waktu maupun biaya. Oleh karena itu, karyawan sebagai kaki tangan dan otak dari sebuah perusahaan sangat perlu diperhatikan kesejahteraannya oleh manajemen perusahaan, misalnya gaji, tunjangan-tunjangan, upah lembur, cuti dan lain-lain yang diatur dalam undang-undang ketenagakerjaan yang dibuat oleh pemerintah (Habibi dkk. 2019).

Pentingnya pengolahan data karyawan menjadi alasan PT GIT Solution mengembangkan aplikasi Genius HR yang terhubung dengan *website* Genius HR dari perusahaan untuk *manage* karyawan dalam sebuah perusahaan.

Dalam aplikasi Genius HR berbasis android ini terdapat satu jenis *user* yaitu karyawan perusahaan yang terdaftar.

Aplikasi Genius HR dalam penggunaannya memperoleh berbagai benefit, diantaranya: mempermudah proses presensi menjadi lebih efektif dan efisien, serta karyawan dapat melakukan presensi dimanapun dengan menggunakan *image recognition*, memudahkan kontrol slip penggajian, mempermudah penyebaran informasi dan agenda, serta memudahkan proses pengajuan cuti, selain itu seluruh data presensi, cuti, penggajian tersimpan dalam satu sistem, sehingga memudahkan untuk proses pengecekan dan masih banyak lagi.

Keunggulan yang dimiliki aplikasi Genius HR tentu saja tidak cukup untuk masuk dalam pasar, dikarenakan adanya kompetitor (aplikasi serupa) yang telah ada sebelum hadirnya aplikasi Genius HR yang telah digunakan oleh berbagai perusahaan. Dengan begitu, diperlukan adanya peran dari tim *marketing* untuk lebih mengencarkan kehadiran aplikasi Genius HR yang akan diperkenalkan kepada target *market* oleh divisi *business development*.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang diambil oleh penulis melihat dari latar belakang diatas, maka penulis memutuskan untuk menjadikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap pemasaran aplikasi Genius HR?

2. Apakah kelebihan dan kekurangan teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap aplikasi Genius HR?
3. Apakah lebih efektif jika teknik *marketing* yang diterapkan terhadap aplikasi Genius HR diawali dengan *Direct marketing* dan *Indirect marketing* sebagai pelengkap?

### **I.3 Tujuan Magang**

Merujuk pada kurikulum yang berlaku di Jurusan Manajemen FBE UII, mahasiswa yang ingin menyelesaikan tugas akhir magang diwajibkan melaksanakan praktek kerja lapangan/penelitian dengan melakukan observasi terhadap suatu fakta yang terjadi di lapangan. Adapun tujuan dalam pelaksanaan magang ini diantaranya adalah untuk mencapai beberapa hal, antara lain:

#### **I.3.1 Tujuan Penulisan Laporan**

1. Untuk mengetahui penerapan teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap pemasaran aplikasi Genius HR.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap aplikasi Genius HR.
3. Untuk mengetahui apakah lebih efektif jika teknik *marketing* yang diterapkan terhadap aplikasi Genius HR diawali dengan *Direct marketing* dan *Indirect marketing* sebagai pelengkap.

#### **I.3.2 Tujuan Pelaksanaan Magang**

Dalam mengikuti program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka (MBKM) di PT GIT Solution (IT Total Solution) yaitu perusahaan yang



bergerak dibidang teknologi (Pengembangan Produk aplikasi, Game dan Training Center) memiliki target pengembangan sebagai tujuan bagi *intern*, yaitu:

- Mampu menyusun strategi untuk menciptakan atau mengembangkan sebuah produk (inovasi produk) yang dapat dikenal dan diterima oleh target pasar.
- Mampu melakukan riset dan menganalisa suatu produk.
- Mampu Menganalisa trend bisnis dan update teknologi.
- Kemampuan komunikasi yang baik.
- Pemahaman tentang strategi pengembangan bisnis dengan mencari peluang baru yang memungkinkan untuk terbentuknya sebuah bisnis baru yang dapat dipasarkan.

#### **I.4 Manfaat Magang**

Diharapkan setelah tugas akhir magang selesai dilaksanakan ada manfaat yang bisa digunakan, baik yang bersifat teoritis maupun praktis sebagai tindak lanjutnya.

##### **I.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi mengenai kelebihan dan kekurangan dari teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap aplikasi Genius HR. Berdasarkan dari hasil dari tugas akhir magang ini, penulis berharap hal ini menjadi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta dapat berkontribusi pada penelitian yang akan datang dan juga menjadi pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.

#### I.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, tugas akhir magang ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca terkhusus yang berkecimpung di bidang *business development* dan bidang pemasaran. Tugas akhir magang ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan, pihak-pihak yang berkepentingan dan juga penulis mengenai penerapan teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing*.

#### I.4.3 Manfaat bagi Penulis Sebagai *Intern* di PT GIT Solution

- Mendapatkan pengalaman kerja yang berharga sebagai bekal untuk digunakan setelah lulus dari kampus.
- Kesempatan praktik langsung dalam industri dan bidang kompetensi sesuai passion.
- *Mentoring* dan *coaching* selama 1 semester.
- Magang yang dilakukan secara *hybrid* (WFH dan WFO).
- Mendapatkan kesempatan yang lebih besar untuk diterima sebagai kerja *full time/freelance* di Amikom Center dan PT GIT Solution.

#### I.5 Profil PT GIT Solution

PT GIT Solution adalah salah satu badan usaha milik Yayasan Universitas Amikom Yogyakarta yang bergerak pada jasa perencanaan pembangunan dan pengembangan sistem informasi yang berskala nasional dan siap bersaing di kancah Internasional, didukung sumber daya manusia yang unggul dan berpengalaman di bidangnya serta mengedepankan teknologi kreatif, inovatif pada setiap jasa dan produk yang berkualitas untuk kepuasan *customer*. Pada program MSIB, proyek yang difokuskan adalah *mobile apps*, *web apps*, *game*, dan *3D Object Assets*.

PT GIT Solution sebagai perusahaan yang sedang berkembang akan menyelenggarakan program Magang *Online Academy for Skill Acceleration*, dengan berencana untuk mengeluarkan 60 produk berupa aplikasi dan *software* dalam tempo waktu 6 bulan. Pembuatan produk aplikasi dan game ini akan berguna sebagai akselerasi *skill* pemagang, meningkatkan kembali gairah dalam industri kreatif di sektor *apps development* secara umum, serta sebagai akselerasi dan adaptasi terhadap pola kerja di era *new normal* bagi PT GIT Solution secara khususnya. Dalam rangka melebarkan sayapnya PT GIT Solution akan menggencarkan promosi dan menciptakan ide-ide kreatif untuk mencapai targetnya.

Tabel I. 1.  
 Profil Kegiatan  
 Sumber: PT GIT Solution

Nama Kegiatan	Magang Bersertifikat di Divisi <i>Business development</i>
Nama Perusahaan	PT GIT Solution (IT Total Solution)
Lokasi	Depok, Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
Tipe Industri	<i>Technology</i>
Jumlah Pegawai	11-50 <i>employees</i>
Kode Kegiatan	MB-12651
Periode Kegiatan	21 Februari 2022 - 22 Juli 2022 (5 Bulan)
Profil Mitra	Unggul dan berpengalaman di bidang teknologi kreatif, inovatif pada setiap jasa dan produk yang berkualitas untuk kepuasan <i>customer</i>
Nomor Telepon	(0274) 884201 Ext. 121
E-Mail	<a href="mailto:info@gitsolution.co.id">info@gitsolution.co.id</a>

### I.5.1 Visi dan Misi

#### VISI

Menjadi Perusahaan kelas DUNIA di bidang Industri Kreatif berbasis teknologi.

#### MISI

Menciptakan Produk dan Jasa Teknologi Informasi yang berkualitas dunia memiliki peluang pasar di dalam negeri dan luar negeri.

Bekerjasama dengan *Entrepreneur* muda Universitas Amikom Yogyakarta dalam rangka implementasi karya di dunia bisnis.

Menyelenggarakan kerjasama lembaga pendidikan di bidang Informasi Teknologi untuk membangun calon sumber daya manusia yang siap terjun di industri kreatif.

### I.5.2 Identitas Kegiatan

Tabel I. 2.

Identitas Kegiatan

- |                   |  |
|-------------------|--|
| a. Skema Kegiatan | Magang   |
| b. Penyelenggara  | Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi   |
| c. Judul Kegiatan | Magang Bersertifikat di divisi <i>Business development</i>   |
| d. Lokasi         | PT. GIT Solution (GITs), Grha Universitas Amikom Yogyakarta Gd I Lt 2. Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Depok, Sleman, DIY 55283. |
| e. Durasi         | 21 Februari 2022 - 22 Juli 2022 (5 Bulan)  |

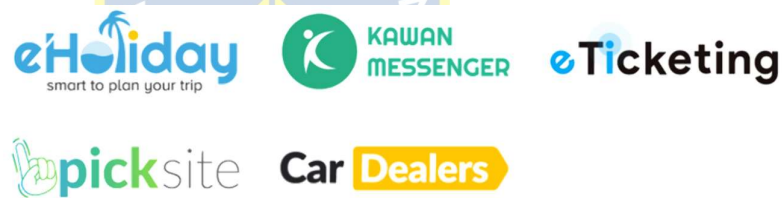
Sumber: PT GIT Solution

### I.5.3 Produk-Produk PT GIT Solution

Beberapa daftar produk PT GIT Solution yang telah dipasarkan ke seluruh Indonesia:

#### 1. *Software Development*

Divisi *Software Development* merupakan divisi yang melakukan pembuatan dan pengembangan aplikasi berbasis web, desktop dan mobile untuk kebutuhan perusahaan, lembaga swasta dan pemerintahan dalam memenuhi kebutuhan yang sangat tinggi terhadap teknologi informasi.



Gambar I. 1 Aplikasi *Software Development*

Sumber: [www.gitsolution.c.id](http://www.gitsolution.c.id)

#### a. *E-Holiday*

#### b. *Kawan Messenger*

Aplikasi sosial media pertama dengan fitur *e-commerce* yang termanajemen.

#### c. *E-Ticketing*

Untuk membantu pemilik bisnis mengelola data tiket *online* maupun *offline*.

#### d. *Picksite*

*Platform* instan *website* profil & *e-commerce* untuk UKM yang terintegrasi dengan sosial media.

e. *Car Dealers*

*Marketplace* mobil baru dengan *dealer* resmi se-Indonesia menggunakan fitur *chat*.

f. *Ustadzuna*

*Marketplace* pencari guru ngaji untuk mengajar secara privat di rumah.

g. *Brosur Digital*

Mini profil perusahaan seperti umumnya brosur dalam bentuk *website/aplikasi*.

h. *E-Logistic*

Sistem manajemen *logistik realtime* yang terintegrasi dengan perusahaan *logistik & customer*.

i. *Ayo Ronda*

Aplikasi keamanan lingkungan yang terintegrasi dari tingkat RT hingga Provinsi.

2. *Game Development*



Gambar I. 2 Aplikasi *Game Development*

Sumber: [www.gitsolution.c.id](http://www.gitsolution.c.id)

a. EduRaceS

c. Tak Gentar

e. Qurban Farm

b. The Ocean

d. Election Day

f. Mission on Mars

### I.5.4 Client PT GIT Solution



Gambar I. 3 Client PT GIT Solution

Sumber: [www.gitsolution.co.id](http://www.gitsolution.co.id)

### I.5.5 PT GIT Solution X Kampus Merdeka

#### a) Pengembangan Produk Aplikasi, Game dan *Training Center*:

Melihat progres dan kinerja yang baik oleh tim magang di batch pertama, PT GIT Solution cukup puas dan bangga atas dedikasi dan semangat yang luar biasa dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. Selama 3 bulan berjalan sudah lebih dari 5 proyek yang sudah diselesaikan oleh peserta magang. Program magang batch pertama memberikan dampak positif bagi peserta magang untuk membangun pemahaman dan pengalaman kerja praktek di industri. Walaupun belum tercapai sesuai target yang direncanakan, namun PT GIT Solution sangat mengapresiasi kinerja peserta magang dengan hasil yang mereka kerjakan selama proses magang. Mengamati dampak

yang luar biasa bagi peserta magang dan PT GIT Solution kembali membuka kesempatan tersebut.

PT GIT Solution sebagai perusahaan yang sedang berkembang akan menyelenggarakan program Magang *Online Academy for Skill Acceleration*, dengan berencana untuk mengeluarkan 60 produk berupa aplikasi dan *software* dalam tempo waktu 6 bulan. Pembuatan produk aplikasi dan game ini akan berguna sebagai akselerasi *skill* pemegang, meningkatkan kembali gairah dalam industri kreatif di sektor *apps development* secara umum, serta sebagai akselerasi dan adaptasi terhadap pola kerja di era *new normal* bagi PT GIT Solution secara khususnya. Dalam rangka melebarkan sayapnya PT GIT Solution akan mengencarkan promosi dan menciptakan ide-ide kreatif untuk mencapai targetnya.

#### **b) Program Magang PT GIT Solution**

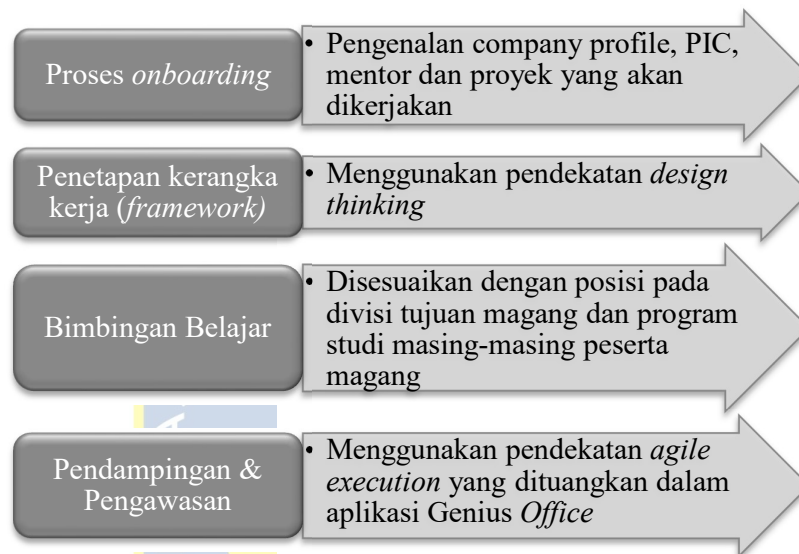
##### **Rincian Kegiatan:**

Pemegang terpilih akan mendapatkan kurikulum pembelajaran selama program magang, dengan capaian pembelajaran yang akan dikonversikan ke dalam SKS kurikulum masing-masing kampus asal mahasiswa. Untuk bisa menjalani magang dengan baik, pemegang juga akan mendapatkan pembekalan dan induksi awal, serta dipasangkan dengan mentor profesional yang akan mendampingi para pemegang selama proses magang berlangsung. Metode pelaksanaan dilakukan secara *Blended Learning*. PT GIT Solution menetapkan 14 mentor yang



akan mendampingi peserta magang secara intensif untuk 4 divisi, 17 posisi untuk 55 peserta magang.

### Proses Internship:



Bagan I. 1 Proses Internship

Sumber: [www.gitsolution.c.id](http://www.gitsolution.c.id)

### c) Posisi Magang di PT. GIT Solution

- 1) *Full Stack Web Developer*
- 2) *UI/UX Designer*
- 3) *Digital Marketing*
- 4) *Content Creator*
- 5) *Graphic Designer*
- 6) *3D Animator*
- 7) *Video Content Creator*
- 8) *Android Developer*
- 9) *Data Analyst*
- 10) *Unity 3D Programmer*
- 11) *Social Engagement*
- 12) *Business development*
- 13) *Project Manager*
- 14) *Quality Assurance*

#### d) Production Plan

##### a) Product Soft Dev & Game Dev

- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| 1) Genius Hospital | 6) Genius Metaverse |
| 2) Quiz General    | 7) Genius Office    |
| 3) LMS             | 8) Genius HR Office |
| 4) Game Edukasi    | 9) E-Ticketing      |
| 5) Cyber Security  |                     |

##### b) Training Center

- |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| 1) Bootcamp on Center | 3) Webinar & Workshop |
| 2) Corporate Training |                       |

#### e) Metode Pendampingan dan Pengawasan Magang

1. Pendampingan dan pemantauan secara *weekly* maupun *monthly*, yang akan dijadwalkan oleh mentor.
2. *Cycle meeting* untuk memastikan pekerjaan dijalankan dengan benar dan sesuai jadwal dilakukan dua sampai tiga dalam kali seminggu (kondisional).
3. *Daily meet* untuk memastikan pekerjaan dijalankan dengan benar, durasi maksimal 30 menit.
4. *Monthly evaluation* program intership akan dilakukan pada akhir bulan ke I, III, dan VI
5. Pekerjaan akan dibagi dalam target *sprint* mingguan yang dituliskan menjadi *backlight* untuk masing-masing tim pemegang.

6. Setiap peserta menuliskan *task* yang harus dikerjakan per harinya dalam *form* kerja yang telah disediakan.
7. Mentor akan mengisi *form* penilaian magang peserta magang.

#### f) Silabus Magang Divisi *Business development*

Tabel I. 3.  
Silabus Magang Divisi *Business Development*

<i>Learning Objective</i>	<b>Mata Pelajaran</b>	<i>Learning Outcomes</i>	<b>Total SKS</b>	<b>Total jam</b>
Pemahaman tentang strategi pengembangan bisnis dengan mencari peluang baru yang memungkinkan terbentuknya sebuah bisnis baru yang dapat dipasarkan.	Orientasi Kelas	<i>Brainstorming, Team Work</i> , Menganalisa dan mencermati <i>Business engagement</i> perusahaan saat ini.	2	56
	Dasar-Dasar ilmu pemasaran	Memahami istilah-istilah dan pengetahuan dasar dalam dunia pemasaran	4	112
	Riset & pemetaan pasar	Mampu Menganalisa <i>trend</i> bisnis dan perilaku konsumen	5	140
	Strategi pemasaran	Mampu menyusun strategi pemasaran yang menarik dan sesuai dengan segmentasi pasar	4	112
	<i>Product Branding</i>	Mampu menciptakan <i>positioning</i> yang tepat bagi perusahaan	5	140

Sumber: PT GIT Solution

#### I.6 Waktu dan Lokasi Magang

Pelaksanaan program magang selama 5 bulan (21 Februari 2022-22 Juli 2022) dengan metode *hybrid*, WFH (*Work from Home*) pada bulan Februari, Maret, dan April, serta 3 bulan terakhir WFO (*Work from Office*) pada bulan Mei, Juni, dan Juli. Dilakukan secara dengan jam kerja dari hari Senin sampai Jumat mulai pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB.

## **BAB II**

### **KAJIAN LITERATUR**

#### **II.1 Landasan Teori**

##### **II.1.1 Konsep Segmenting, Targeting, Positioning**

###### **a. Segmenting**

Segmentasi pasar membagi pasar menjadi segmen-segmen yang terdefinisi dengan baik. Segmen pasar terdiri dari kelompok pelanggan dengan kebutuhan dan keinginan yang sama. Tugas pemasar adalah mengidentifikasi jumlah dan jenis segmen pasar yang tepat dan menentukan segmen sasaran. Kami menggunakan dua set variabel yang luas untuk mensegmentasi pasar konsumen. Beberapa peneliti mendefinisikan segmen dengan memeriksa karakteristik geografis, demografis, dan psikologis deskriptif dan menanyakan apakah segmen ini mewakili kebutuhan atau tanggapan dari produk yang berbeda Kotler, P. & Keller, K.L.(2016).

###### **1. Segmentasi demografis dan psikografis**

Variabel ini terdiri dari jenis kelamin, usia, dan banyak karakteristik lainnya. Informasi demografis akan membantu melihat suatu kelompok pembeli seperti pengguna berat suatu produk dan merk. Demografi bisa digunakan dalam kombinasi melalui informasi perilaku pembeli yang membantu dalam mensegmentasi pasar, memilih saluran distribusi, merancang strategi promosi, dan keputusan lain tentang strategi pemasaran.

## 2. Segmentasi gaya hidup

Variabel ini terdiri dari faktor-faktor seperti pekerjaan, aktivitas, tempat tinggal, latar belakang pendidikan, dan pendapatan yang digunakan untuk mengelompokkan individu ke dalam kelas sosial yang lebih besar. Karakteristik gaya hidup yang melampaui demografi akan menawarkan konsumen yang lebih tinggi. Variabel segmen dapat dikembangkan melalui karakteristik gaya hidup. Informasi digunakan untuk mengelompokkan pasar, membantu memposisikan produk, dan memandu desain pesan iklan.

### **b. Targeting**

Menurut Kotler dan Amstrong (2016), target yaitu kelompok yang ditunjuk oleh perusahaan untuk dijadikan sebagai pelanggan sebagai hasil dari segmentasi dan penargetan. Perusahaan bisa memilih strategi cakupan pasar, salah satunya yaitu *Concentrated targeting strategy*. Perusahaan berfokus untuk menawarkan berbagai produk di segmen yang tampaknya memiliki potensi terbesar.

Menurut Cravens dan Piercey (2013), Menentukan target pasar berarti manajemen memilih organisasi atau pelanggan untuk dilayani di pasar produk. Strategi ini berfokus pada kematangan pasar, keragaman kebutuhan dan preferensi pembeli, ukuran perusahaan dibandingkan dengan pesaing, sumber daya dan prioritas perusahaan, dan ukuran pasar yang dibutuhkan untuk mencapai posisi keuangan yang baik. Target yang dipertahankan dalam sasaran dapat diprioritaskan untuk

membantu perencanaan produk baru, strategi penetapan harga, dan strategi promosi.

### c. Positioning

Menurut Kotler dan Keller (2016), sebuah merk dapat diposisikan menggunakan asosiasi seperti atribut produk, manfaat produk, kesempatan penggunaan, pengguna, kegiatan, kepribadian, kelas produk, logo, dan pesaing. Dengan istilah lain, positioning merupakan suatu tindakan atau langkah-langkah yang diambil oleh suatu perusahaan menggunakan tujuan buat menaruh nilai dimana pada segmen tertentu konsumen menghargai dan memahami apa yang dilakukan perusahaan pada hubungannya menggunakan pesaing. Dengan demikian, positioning bukan mengenai membangun produk menggunakan menempatkannya pada segmen eksklusif, namun memposisikan menggunakan menempatkan produk pada benak konsumen pada segmen tertentu melalui komunikasi. Ada beberapa cara *product positioning* yang bisa dilakukan pemasar dalam memasarkan produk kepada kepada konsumen yang dituju antara lain:

- a. *Positioning* berdasarkan perbedaan produk. Pendekatan ini dapat diambil ketika produk perusahaan mengungguli pesaingnya dan konsumen perlu merasakan perbedaannya dan manfaatnya
- b. *Positioning* berdasarkan atribut produk atau manfaat produk. Pendekatan ini berusaha untuk menentukan karakteristik apa yang

dimiliki suatu produk dan bagaimana konsumen akan mendapatkan keuntungan darinya.

- c. *Positioning* berdasarkan pengguna produk. Pendekatan ini mirip dengan penargetan. Penargetan adalah siapa pengguna produk tersebut.
- d. *Positioning* berdasarkan pesaing. Pendekatan ini digunakan dengan membandingkan keunggulan pesaing sehingga konsumen dapat menentukan produk mana yang lebih baik.

### II.1.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya (Kotler & Keller, 2007). Yang mana, konsep dari bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*), dalam bauran pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for service*) dengan penambahan unsur non-traditional *marketing mix*, yaitu orang (*people*), tampilan fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*), sehingga menjadi tujuh unsur yang biasa dikenal dengan 7 P (Zeithaml dan Bitner, 2000: 18).

Disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

### II.1.3 Komunikasi Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2012), perusahaan menggunakan sarana yang dikenal sebagai komunikasi pemasaran dengan tujuan sebagai *reminder*, menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak-pihak atau lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran (Swastha & Irawan, 2001).

Secara umum komunikasi pemasaran memiliki tujuan untuk membangun dan meningkatkan *brand awareness*, memperkuat, memperjelas dan mempercepat pesan suatu merek dan menstimulus serta memotivasi konsumen (Tulasi, 2012). Tujuan ini dapat dicapai dengan adanya bauran komunikasi yang terdiri dari iklan, promosi penjualan, *event* dan *experience*, hubungan masyarakat dan pemberitaan, *online* dan *social media marketing*, *mobile marketing*, pemasaran langsung dan interaktif, dan penjualan pribadi (Kotler & Keller, 2016).

### II.1.4 Konsep Komunikasi dan Komunikasi Efektif

Menurut Hendra dkk (2015) secara etimologis, komunikasi berasal dari perkataan latin “*communication*”. Istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama arti. Sedangkan secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian tersebut, jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada



orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia. Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hiburan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan sebagai hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok (Hendra et al. 2015).

Harold D. Laswell dalam Cangara (1998:17) juga menambahkan bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan ialah dengan menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”. Lain dengan Stevent dalam Cangara (1998:18), justru ia mengajukan sebuah definisi yang lebih luas, bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimulus. Apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya.

Dalam ukuran sederhana, komunikasi dikatakan efektif bila orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Secara umum komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim dan narasumber berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami penerima. Komunikasi efektif dapat diamati dengan memperhatikan pemahaman, menimbulkan kesenangan, hubungan yang semakin baik, mempengaruhi sikap serta menghasilkan tindakan. (Tubbs & Moss, 2001:22).

### II.1.5 Target Audience

Target *audience* menurut Kotler & Armstrong (2010, p. 433) bisa sebagai orang yang sudah pernah melakukan pembelian atau yang dianggap dapat berpotensi menjadi pembeli selanjutnya, baik berperan sebagai *decision maker* maupun *influencer*.

### II.1.6 Business to Business

*Business to Business* atau B2B merupakan interaksi perdagangan dengan menggunakan jaringan internet antar pelaku bisnis, yaitu pembeli dari produk yang dijual oleh penjual bukan konsumen akhir namun pabrikasi atau usaha perorangan di mana produk yang dibeli akan diproses lagi atau dijual langsung ke konsumen akhir (Rayport & Bernard JJ, 2001:4). B2B merupakan penjualan produk atau jasa yang diberikan oleh bisnis tersebut dan diperuntukkan untuk bisnis lain, bukan kepada *customer*. Menurut Laudon *e-commerce* bisnis ke bisnis (B2B) melibatkan penjualan produk dan layanan antar perusahaan.

Karakteristik dari B2B bisa didasarkan pada model dan bentuk websitenya, sebagaimana dinyatakan oleh Christina (2011) bahwa berdasarkan pada websitenya, maka terdapat beberapa karakteristik B2B, yaitu:

#### 1) *Private Stores on Seller's Site (One Seller, Many Buyer)*

Merupakan *marketplace* yang terdiri dari satu penjual dan banyak pembeli, dimana produk yang dijual tidak terlalu banyak dan harga yang ditawarkan biasanya tetap.

### **2) *Customer Portal (Few Seller, Many Buyer)***

Merupakan *marketplace* ini terdiri dari sedikit penjual dan banyak pembeli, dimana produk yang ditawarkan melalui katalog dengan harga yang sudah *fixed*. Website ini pada umumnya menawarkan layanan jasa seperti referensi, petunjuk penggunaan, informasi keamanan, dan lainnya.

### **3) *Independent Industry Marketplaces (Many Seller, Many Buyer)***

Merupakan *marketplace* yang terdiri dari banyak penjual dan banyak pembeli, dimana pada dasarnya menawarkan auctions dan harga yang dinamis.

### **4) *Consortia-sponsored Marketplaces (Few Buyer, Many Seller)***

Merupakan *marketplace* ini memiliki sedikit pembeli dan banyak penjual, dimana pembeli memiliki kendali dalam mengontrol transaksi serta harga yang ada dalam *marketplace* ini adalah harga tetap.

### **5) *Private Company Marketplaces (One Buyer, Many Seller)***

Merupakan *marketplace* yang memiliki satu pembeli dan banyak penjual, dimana penjual memiliki kesempatan untuk memberi penawaran pada pembeli tertentu.

## **II.1.7 *Business to Customer***

*Business to Customer* atau B2C adalah bisnis yang melakukan pelayanan atau penjualan barang atau jasa kepada konsumen perorangan atau grup secara langsung. Menurut Strauss & Frost (2012: 412) *Business to Consumer* (B2C) adalah pemasaran produk untuk konsumen akhir.

*Business to customer* (B2C) adalah bisnis yang melakukan pelayanan atau penjualan barang atau jasa kepada konsumen perorangan atau grup secara langsung.

Lemke et al. (2006) dalam risetnya menemukan delapan faktor yang mempengaruhi B2C *customer experience quality*, yaitu: *accessibility, competence, customer recognition, helpfulness, personalization, problem solving, promise fulfillment, dan value for time.*

Karakteristik *Business to Customer* menurut Purbo dan Wahyudi (2001), yaitu:

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan untuk umum.
- b. Servis yang diberikan bersifat umum dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh banyak orang. Contohnya karena sistem WEB sering digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis WEB.
- c. Servis diberikan berdasarkan permintaan. Dalam kondisi ini, customer memberikan suatu ide (inisiatif) dan prosedur harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- d. Sering dilakukan sistem pendekatan *client-server*.

### **II.1.8 Direct marketing**

Pemasaran langsung adalah komunikasi langsung dengan sejumlah konsumen sasaran untuk memperoleh tanggapan langsung dengan menggunakan surat, telepon, fax, email, dan sebagainya (Setiawan, 2011).

Dalam penerapannya *Direct marketing* atau pemasaran langsung dapat dilakukan dengan beberapa kegiatan diantaranya adalah direct mail. *Direct*

*mail* adalah suatu bentuk pemasaran dimana perusahaan mengirim surat, kartu pos atau bahan promosi lainnya, kepada pelanggan atau klien saat ini dan yang potensial. Dengan pengertian tersebut diketahui bahwa inti dari *direct mail* adalah pesan berupa *text* yang dikirim kepada target konsumen potensial, yang mana *direct mail* bisa disebut *direct message* pada era sekarang ini. Menurut Dmitry (2017), *direct message* media sosial Instagram menyerupai pemasaran dengan email terdahulu.

*Direct marketing* adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi (Pebrina dkk., 2019). Menurut Slavin (2008:4) “*Direct marketing* adalah jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk memperoleh tanggapan dari calon konsumen, baik melalui komunikasi telepon, surat, e-mail, atau faks”.

### II.1.9 Sosial Media *Marketing*

Menurut Zulfikar & Mikhriani, (2017), *social media marketing* adalah strategi pemasaran yang dilakukan untuk membuat tulisan, gambar, dan video yang diposting di akun media sosial. Hasil penelitian Sa'diya (2017) yang menyatakan bahwa semakin sering berbagi foto dan video pada media sosial (Instagram) akan semakin mudah mencapai kesadaran merek. Dari hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa makna konten lebih ditekankan pada foto dan video. Itulah alasan mengapa pada social media, terutama Instagram gambar diletakkan di atas sebelum teks, juga ketika

menggunakan fitur “pop up” (klik tahan lama sebuah gambar) (Wahyuni dkk. 2019).

### II.1.10 Media Sosial

Menurut Kotler & Keller (2016) berpendapat bahwa media sosial merupakan jalan tengah bagi konsumen untuk berbagi informasi dalam bentuk tulisan, gambar, audio, dan video dengan sesama pengguna atau dengan perusahaan. Beberapa tujuan dari media sosial bagi pemasar, sebagai berikut (Purnomo, 2013):

- 1) Membangun *engagement* dengan konsumen.
- 2) Menciptakan *sales leads*.
- 3) Membangun *awareness*.
- 4) Membangun komunitas online
- 5) Meningkatkan *traffic* ke website perusahaan.

Salah satu media sosial yang menjadi salah satu media sosial terlaris di era sekarang ini adalah Instagram. Instagram adalah media sosial sekaligus media komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk saling bertukar dan berbagi konten berupa foto, video, dan berbagai hal menarik lainnya yang dilengkapi dengan berbagai fitur serta filter.

### II.1.11 Kesadaran Merek

Kesadaran merek adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek, bahwa suatu merek terdiferensiasi dengan merek lainnya melalui dimensi tertentu yang dimiliki (Aaker, 2013). *Brand awareness* dibagi menjadi empat tahap,

yang dinamai *brand unaware* (tidak sadar akan merek), *brand recognition* (pengakuan merek), *brand recall* dan *top of mind* (Tritama & Tarigan, 2016).

Konten promosi sebagai strategi *digital marketing* harus direncanakan dan dibuat secara menarik serta didistribusikan sehingga mendorong *followers* menjadi konsumen ataupun sebaliknya. Dengan menerapkan model AIDA (*Attention, Interest, Desire dan Action*) mitra lebih mudah membuat komposisi konten pada media sosial Instagram dan juga membuat konten sesuai dengan kombinasi jenis dan tujuannya (Auliasari dkk. 2021).

#### **II.1.12 Business development**

*Business development* merupakan suatu konsep yang berfokus pada pasar baru, produk baru atau keduanya, dengan melalui akuisisi, perizinan, usaha patungan (*joint ventures*), investasi kerjasama modal minoritas dan pengembangan internal (Odediran, 2013).

Sebagian orang masih beranggapan bahwa *Business development* merupakan pekerjaan seorang *sales*. Padahal, *Business development* dan *sales* memiliki tugas yang berbeda. *Business development* adalah sebuah proses menciptakan nilai jangka panjang untuk perusahaan yang bertanggung jawab untuk mencari cara supaya interaksi dari ketiga unsur *Business development*:

1. Pelanggan

Tanpa adanya *customer*, sebuah perusahaan tidak akan berkembang. Namun, sebuah produk atau jasa tidak akan mungkin cocok bagi semua kalangan. Mencari strategi yang tepat agar sebuah produk atau jasa dapat dinikmati oleh sebanyak mungkin lapisan masyarakat, membaca permasalahan apa yang tengah dialami oleh pelanggan, apa yang mereka butuhkan, nilai apa yang mereka cari merupakan tugas yang harus dipecahkan dalam *Business development*.

Bisa jadi pelanggan sangat mempertimbangkan packaging saat membeli, atau lebih mementingkan kualitas barang. Hal ini harus bisa diidentifikasi oleh seorang *Business development* untuk kemudian bisa menjawab kebutuhan pelanggan yang terus mengalami perubahan.

## 2. Pasar

Dalam membangun bisnis, target *market* merupakan salah satu yang harus dipikirkan sejak awal. Hal ini berguna agar perusahaan mengetahui produk atau jasa apa yang dapat dijual. Namun, target *market* ini sifatnya dinamis, bisa terus berkembang, tidak stagnan hanya di satu titik. Seorang *Business development* memiliki tugas untuk mencari target pasar baru dan menyesuaikan produknya untuk bisa diterima di pasar tersebut.

## 3. Relasi Bisnis

Perusahaan pastinya akan membangun relasi dengan pelanggan, sponsor, partner bisnis, investor maupun *client*. Tanpa adanya relasi yang baik, mungkin sebuah bisnis tidak akan bertahan lama. *Business*



*development* hadir untuk membantu membangun kepercayaan, citra dan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan, respek, serta apresiasi satu sama lain. Tujuannya agar relasi perusahaan bisa berjalan dalam jangka panjang dan berkelanjutan.

Nilai jangka panjang atau yang biasa disebut *long-term-value* sendiri sederhananya yaitu uang, keuntungan, *image*, atau apa saja yang menjadi tujuan utama sebuah perusahaan berkembang. Namun, orang yang bertanggung jawab atas *Business development* bukan hanya mengusahakan keuntungan sebanyak-banyaknya dalam waktu singkat. Mereka juga harus memikirkan strategi dan taktik dalam jangka panjang demi berkembangnya perusahaan tersebut. Dengan kata lain, seorang *Business development* harus memutar uang terus-menerus agar perusahaan selalu untung.

Banyak yang menganggap pekerjaan *Business development* sama dengan *sales*. Nyatanya kedua pekerjaan ini berbeda. Orang dalam *Business development* bertugas untuk memajukan sebuah perusahaan dengan strategi pengembangan bisnisnya. Misalnya dengan mengembangkan *market* baru, menjual anak perusahaan kepada perusahaan lain, dan semacamnya.

Pekerjaan seorang *sales development* juga bertujuan untuk meningkatkan keuntungan untuk perusahaan. Namun, *sales development* lebih bertanggung jawab ke arah kontrak kerja sama atau pembelian, menangani prospek, dan memberikan demonstrasi atas produk yang dijual. *Sales*

*development* lebih fokus kepada produk yang dijual dan mendapatkan keuntungan dari penjualan tersebut. Walaupun pekerjaan ini berbeda, keduanya saling berkaitan. *Sales* bisa saja masuk ke dalam bagian *Business development*, dengan tujuan yang sama yaitu mendapatkan keuntungan, mereka bisa bekerja sama untuk bertukar strategi demi mencapai target yang diharapkan perusahaan.

### II.1.13 Aplikasi Genius HR

Aplikasi Genius HR berbasis android merupakan aplikasi *Human Resource Management* yang dapat digunakan sebagai *platform* karyawan untuk melakukan presensi, mengecek slip gaji, mengelola cuti, serta melakukan pengecekan jadwal dan agenda kerja. Aplikasi ini terhubung dengan website Genius HR dari perusahaan untuk memmanagement karyawan dalam sebuah perusahaan. Dalam aplikasi Genius HR berbasis android ini terdapat satu jenis user yaitu karyawan perusahaan yang terdaftar.

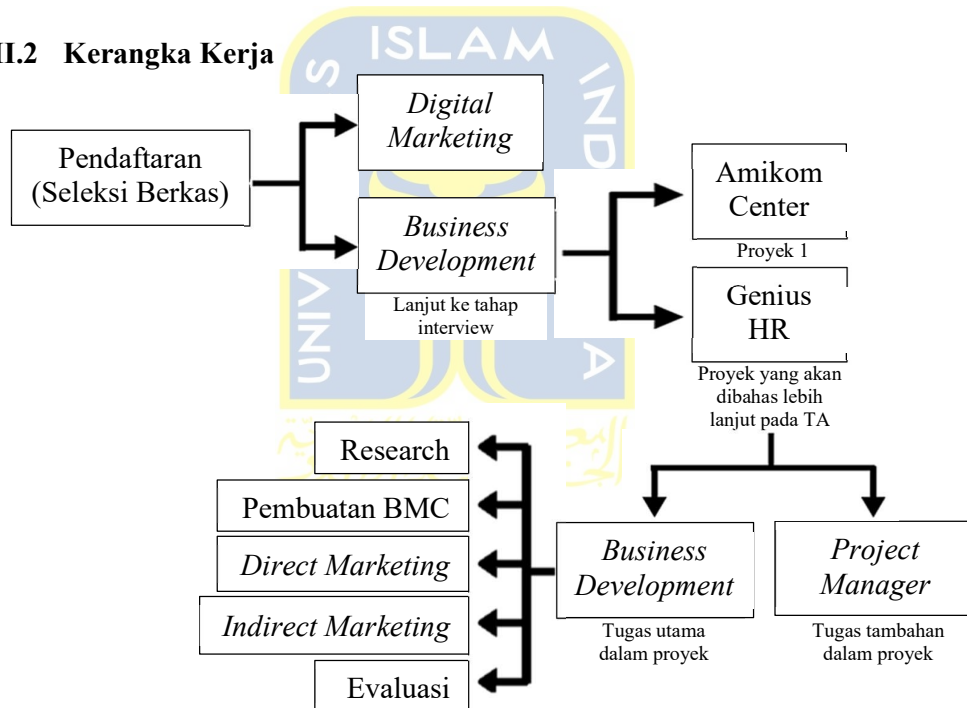
Terdapat beberapa fitur dalam aplikasi ini diantaranya adalah:

- Fitur login register
- Fitur presensi dan absen dengan menggunakan *picture recognition* (foto). (*Clock in Clock Out*)
- Fitur kelola cuti.
- Fitur kelola slip penggajian.
- Fitur daftar agenda

Benefit yang diperoleh dari menggunakan aplikasi ini adalah:

- Mempermudah proses presensi menjadi lebih efektif dan efisien, serta karyawan dapat melakukan presensi dimanapun dengan menggunakan *image recognition*.
- Memudahkan kontrol slip penggajian.
- Mempermudah penyebaran informasi dan agenda.
- Memudahkan proses pengajuan cuti.
- Seluruh data presensi, cuti, penggajian tersimpan dalam satu sistem, sehingga memudahkan untuk proses pengecekan.

## II.2 Kerangka Kerja



Bagan II. 1 Kerangka Kerja

Sumber: Data oleh Pribadi

### 1) Pendaftaran (Seleksi Berkas)

Dalam kerangka kerja ini diawali dengan proses pendaftaran pada website kampus merdeka, yang mana pada tahapan pertama adalah seleksi berkas, mulai dari CV, sertifikat organisasi, surat rekomendasi dan izin magang

dari prodi dan kampus dari setiap mahasiswa yang mendaftar. Kemudian, masuk pada tahap selanjutnya, bagi mahasiswa yang lolos seleksi berkas akan melaksanakan interview dengan mempresentasikan portofolio sesuai dengan divisi yang dipilih.

## 2) Pemilihan Divisi

Pada tahapan ini, mahasiswa yang lolos seleksi berkas dan lanjut pada tahapan wawancara memilih divisi yang akan dipresentasikan portofolionya pada saat interview sesuai dengan jurusan dari universitasnya.

## 3) Pemilihan Proyek Magang

Bagi mahasiswa yang dinyatakan lolos pelaksanaan magang, akan disosialisasikan proyek yang ada di perusahaan dan dipersilahkan untuk memilih proyek mana yang akan dipegang selama pelaksanaan magang selama 5 bulan kedepan.

## 4) Pembagian Tugas

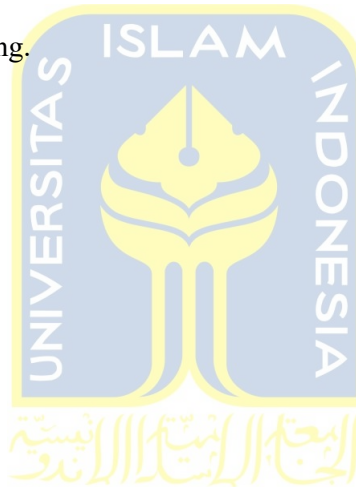
Setelah memilih proyek, diadakan forum grup diskusi yang mana membahas pembagian tugas bersama mentor dan juga PIC dari proyek yang diambil.

## 5) Pelaksanaan Proyek

Dalam kerangka kerja ini merupakan inti dari pelaksanaan magang, yaitu pelaksanaan proyek berdasarkan tugas yang telah dibagi. Pada proyek Genius HR penulis mendapat 2 tanggung jawab, yaitu sebagai *Project Manager* dan divisi *Business Development*.

Peran penulis sebagai *Project Manager* yaitu memimpin TIM dalam pelaksanaan tugas dari setiap divisi yang ada pada proyek Genius HR, mengontrol dan melaporkan kepada mentor serta PIC mengenai progress tugas yang dikerjakan oleh anggota TIM seminggu sekali.

Pada divisi *Business Development*, penulis melaksanakan tugas sebagai TIM *marketing*, yang mana tugas yang dilaksanakan yaitu, melakukan *research*, pembuatan BMC, penerapan *Direct marketing* dan *Indirect marketing*, kemudian melaksanakan evaluasi program kerja di akhir periode magang.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### III.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang diterapkan pada penelitian ini adalah kualitatif. Kualitatif sendiri merupakan jenis pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (Tindakan, perilaku, persepsi), dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan Bahasa. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena peneliti akan mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian (McMillan & Schumacher, 2003). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan berfokus pada metode penelitian *Focus Group Discussion* (FGD) sebagai pendekatan penelitian dalam laporan magang ini. Keunggulan penggunaan metode FGD adalah memberikan data yang lebih kaya dan memberikan nilai tambah pada data yang tidak diperoleh ketika menggunakan metode pengumpulan data lainnya, terutama dalam penelitian kuantitatif (Lehoux dkk. 2006).

Menurut Afiyanti (2008) forum grup diskusi adalah melakukan eksplorasi suatu isu/fenomena khusus dari diskusi suatu kelompok individu yang berfokus pada aktivitas bersama diantara para individu yang terlibat didalamnya untuk menghasilkan suatu kesepakatan bersama. Hollander (2004) menjelaskan bahwa interaksi sosial sekelompok individu tersebut dapat saling mempengaruhi dan menghasilkan data/informasi jika memiliki

kesamaan dalam hal, antara lain memiliki kesamaan karakteristik individu secara umum, kesamaan status sosial, kesamaan isu/permasalahan, dan kesamaan relasi/hubungan secara sosial.

### III.2 Sumber Data

Sumber data merupakan cara bagaimana data itu diperoleh. Menurut Lofland & Lofland (1984:47) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kalimat, dan tindakan, dan selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data bisa diperoleh dengan melakukan observasi maupun wawancara. Data yang diperoleh biasanya berupa data primer maupun sekunder:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber yang pertama seperti hasil dari observasi maupun wawancara yang sudah dilakukan penulis.

Sumber data primer pada penelitian ini berasal dari hasil observasi penulis pada saat pelaksanaan magang di PT GIT Solution serta hasil wawancara dari PIC sekaligus mentor divisi *Business development* (pemasaran) dari proyek aplikasi Genius HR.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari pengumpulan data secara tidak langsung atau melalui perantara dari pihak ketiga. Maksudnya data ini diperoleh dari jurnal, buku dan lainnya.

### III.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam kegiatan magang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi adalah sebuah pengamatan dan pencatatan yang dilakukan dengan sistematis terhadap unsur-unsur yang terlihat pada suatu gejala dalam objek penelitian. Menurut Riyanto (2010:96) observasi adalah cara mengumpulkan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam proses pengumpulan data melalui observasi ini penulis lebih berfokus mengamati hasil dari penerapan metode *marketing* oleh tim pemasaran proyek aplikasi Genius HR dengan cara mengumpulkan data pada saat pelaksanaan magang sehingga pengamatan dan catatan diarahkan ke objek penelitian.

Pada tahapan ini, penulis melakukan survei mengenai target *market* dari aplikasi Genius HR bekerjasama dengan divisi *digital marketing* untuk melakukan *research* mengenai perusahaan mana saja yang sesuai dengan target *market* guna memudahkan penulis dan tim untuk mencari data nomor kontak HRD, direktur, owner maupun kontak yang dapat dihubungi dari tiap perusahaan target *market* aplikasi Genius HR yang dapat menjadi penghubung kepada HRD, direktur maupun owner perusahaan tersebut. Setelah itu, penulis dan tim menghubungi kontak tersebut dan melanjutkan pada tahapan wawancara (penerapan *Direct marketing*).



## 2. Wawancara

Menurut Riyanto (2010:82) wawancara atau interview adalah Metode pengumpulan data yang membutuhkan komunikasi langsung penyidik dan subjek atau orang yang diselidiki. Menurut Afifuddin (2009:131) Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan sesuatu untuk informan atau responden.

Pada tahapan ini yang dilakukan oleh penulis yaitu, dengan mengirimkan pesan teks melalui Broadcast Whatsapp dan mailchimp ke calon konsumen yang sudah terdaftar di *database* perusahaan. Target *market* tersebut dihubungi oleh tim *marketing* Genius HR (divisi *digital marketing*) dengan menyajikan informasi mengenai fitur-fitur, kelebihan dan keunggulan yang hanya dimiliki oleh aplikasi Genius HR, selain itu jika calon konsumen tertarik mengenai informasi yang diberikan tim *marketing* Genius HR akan menawarkan *pitching* aplikasi Genius HR dengan visit langsung ke perusahaan tersebut.

## 3. Forum Grup Diskusi

FGD secara sederhana dapat didefinisikan sebagai suatu diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terarah mengenai suatu isu atau masalah tertentu. Irwanto (2006: 1-2) mendefinisikan FGD adalah suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok. FGD merupakan diskusi terfokus dari suatu grup untuk membahas suatu masalah tertentu, dalam suasana informal dan santai. Jumlah pesertanya

bervariasi antara 8-12 orang, dilaksanakan dengan panduan seorang moderator.

Pada tim aplikasi Genius HR, tim terdiri dari 10 orang yang rutin melakukan FGD seminggu dua kali selama pelaksanaan magang, yang mana pada pertemuan pertama membahas *task* yang harus dikerjakan dan pertemuan kedua membahas hasil dari *task* yang diberikan sebelumnya. Penulis dan tim *marketing* aplikasi Genius HR melakukan diskusi mengenai jobdesk masing-masing divisi mulai dari pembuatan BMC, *research competitor*, *mapping market*, hingga teknik *marketing* yang akan diterapkan untuk memasarkan aplikasi Genius HR.

#### 4. Studi Pustaka

Dimana penulis mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk perkembangan laporan dari buku literatur, artikel serta jurnal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

#### 5. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti (Rokhmat, 2017). Pada metode ini penulis mendokumentasikan kegiatannya selama melakukan observasi pada saat pelaksanaan magang, baik dalam bentuk tulisan, foto maupun video.

### III.4 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian merupakan suatu hal tertentu yang dianggap sebagai sasaran atau subjek penelitian (sasaran yang akan dijadikan fokus

peneliti). Unit analisis merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Unit analisis penelitian bisa berbentuk sebuah benda, individu, kelompok/unit, waktu dan wilayah tertentu yang sesuai dengan fokus penelitiannya (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, unit analisis yang akan penulis angkat, yaitu berupa Proyek. Penulis akan memfokuskan penelitiannya pada teknik *marketing* yang diterapkan terhadap aplikasi Genius HR diawali dengan *Direct marketing* dan dilengkapi oleh *Indirect marketing* yang diterapkan dan dijalankan oleh divisi *Business development*. Diharapkan nantinya penulis tidak melebar terlalu jauh diluar subjek persoalan yang sudah ditetapkan agar tidak menimbulkan persoalan-persoalan yang sensitif seperti pembocoran rahasia dan data penting perusahaan.

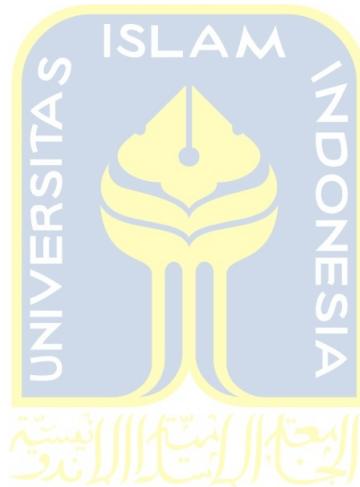
### **III.5 Waktu dan Tempat Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis memilih tempat dan durasi penelitian untuk dijadikan unit analisis dalam laporan. Durasi penelitian selama pelaksanaan magang, yaitu dari tanggal 21 Februari 2022 hingga 22 Juli 2022 (selama 5 bulan) dan penyusunan laporan serta pengambilan data dilanjutkan pada 26 September 2022 hingga 27 Maret 2023 (selama 5 bulan). Adapun tempat yang dijadikan subjek penelitian adalah Divisi *Business development*, pada proyek aplikasi Genius HR di PT GIT Solution Kantor Wilayah Yogyakarta yang beralamatkan di Grha Universitas Amikom Yogyakarta|Gedung I lantai 2. Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Depok, Sleman, DIY 55283.

### III.6 Batasan Laporan Magang

Dibawah ini merupakan batasan dalam menyusun laporan magang:

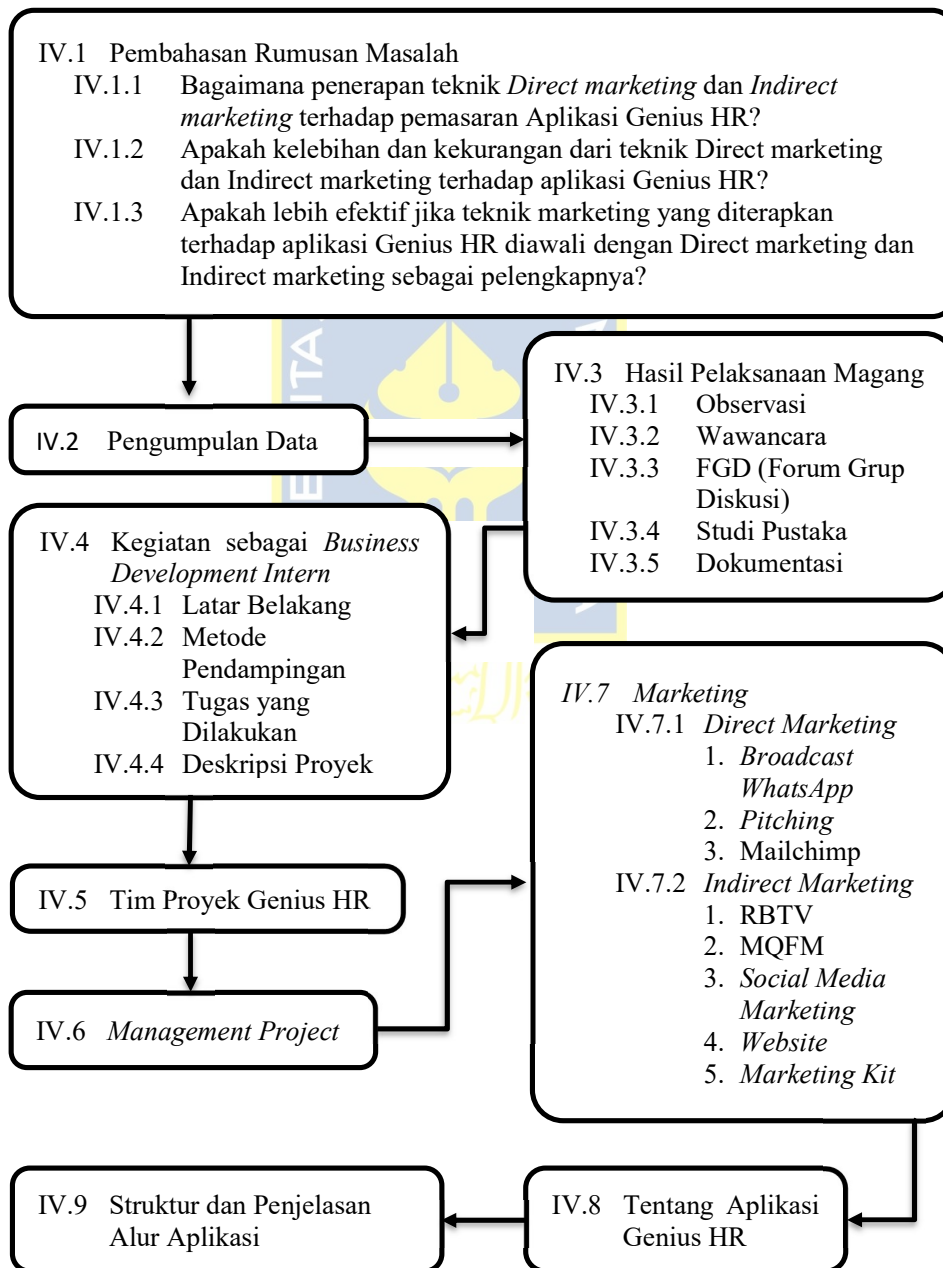
1. Penerapan teknik *marketing* (*Direct marketing* dan *Indirect marketing*) terhadap aplikasi Genius HR di PT GIT Solution.
2. Kelebihan dan kekurangan dari *Direct marketing* dan *Indirect marketing*.
3. Efektifitas teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* pada aplikasi Genius HR di PT GIT Solution.



## BAB IV

### HASIL PELAKSANAAN PROGRAM MAGANG

Untuk mempermudah memahami pembahasan berdasarkan hasil pelaksanaan program magang, penulis menjabarkan alur penulisan sebagai berikut:



Sumber: Data oleh Pribadi

Bagan IV. 1 Kerangka BAB IV (Hasil Pelaksanaan Program Magang)

## IV.1 Pembahasan Rumusan Masalah

### IV.1.1 Bagaimana penerapan teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap pemasaran aplikasi Genius HR?

Pada aplikasi Genius HR pasar organisasi lebih dominan sebagai target pasarnya, sehingga akan lebih efektif dengan penerapan teknik *Direct marketing* sebagai teknik utama dan *Indirect marketing* berperan sebagai data pendukungnya. *Direct marketing* adalah teknik pemasaran yang menghubungkan langsung dengan konsumen potensial melalui berbagai cara seperti telepon, surat, email, pesan teks dan visit langsung. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam penerapan teknik *Direct marketing* untuk pemasaran aplikasi Genius HR adalah dengan mengirimkan email atau pesan teks whatsapp ke calon konsumen yang sudah terdaftar di *database* perusahaan.

Penerapan teknik *Direct marketing* dalam pemasaran aplikasi Genius HR, strategi yang digunakan oleh perusahaan, berdasarkan hasil dari FGD bersama tim *marketing* dan PIC Genius HR, seperti:

1. **Email marketing:** Mengirim email yang menjelaskan keunggulan dan manfaat dari menggunakan aplikasi Genius HR kepada calon pelanggan yang terdaftar dalam *database*.
2. **Telemarketing:** Menghubungi calon pelanggan melalui telepon dan jelaskan keunggulan dan manfaat dari menggunakan aplikasi.
3. **Broadcast WhatsApp:** Merupakan pesan yang dikirimkan secara massal ke banyak nomor sekaligus menggunakan *WhatsApp Business*.

Sementara itu, *Indirect marketing* adalah teknik pemasaran yang mengandalkan orang lain sebagai pihak ketiga yang mengantarkan pesan pemasaran kepada konsumen potensial secara tidak langsung dengan cara mengirimkan pesan kepada calon pelanggan melalui media seperti iklan di radio atau televisi, atau melalui media sosial.

Strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam penerapan teknik *Indirect marketing* dalam pemasaran aplikasi Genius HR, seperti:

1. **Iklan di media elektronik:** Menampilkan iklan mengenai informasi seputar aplikasi Genius HR di media elektronik seperti radio atau televisi yang sesuai dengan target pasar.
2. **Promosi di media sosial:** Menggunakan media sosial seperti Instagram, dan LinkedIn untuk mempromosikan aplikasi Genius HR kepada calon pelanggan yang terdaftar dalam *database*.

Kedua teknik ini digunakan oleh tim *marketing* aplikasi Genius HR secara bersamaan untuk memperluas jangkauan pemasaran aplikasi Genius HR dan meningkatkan kemungkinan menarik perhatian calon pelanggan. Penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi calon pelanggan sebelum memilih teknik pemasaran yang tepat untuk digunakan.

#### IV.1.2 Apakah kelebihan dan kekurangan dari teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap aplikasi Genius HR?

Berikut adalah beberapa kelebihan dan kekurangan dari teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* terhadap aplikasi Genius HR yang telah diterapkan selama penulis melaksanakan magang, berdasarkan hasil dari FGD bersama tim *marketing* dan PIC Genius HR:

**Kelebihan** teknik *Direct marketing*, seperti:

1. Langsung menghubungi konsumen potensial: Dengan menggunakan teknik *Direct marketing*, perusahaan dapat langsung menghubungi konsumen potensial melalui berbagai cara seperti email, surat, atau pesan teks. Hal ini memudahkan perusahaan untuk menyampaikan informasi tentang aplikasi Genius HR dan mengajak konsumen potensial untuk mencoba aplikasi tersebut.
2. Meningkatkan tingkat respon: Teknik *Direct marketing* cenderung menghasilkan tingkat respon yang lebih tinggi dibandingkan dengan teknik *Indirect marketing*, karena pesan pemasaran langsung disampaikan kepada konsumen potensial.
3. Memudahkan untuk menentukan efektivitas pemasaran: Dengan menggunakan teknik *Direct marketing*, perusahaan dapat dengan mudah mengukur efektivitas pemasaran dengan mencatat jumlah respon yang diterima dari konsumen potensial.



4. Dapat mengirim pesan pemasaran secara langsung kepada konsumen potensial, sehingga dapat lebih mudah mengetahui respon konsumen terhadap pesan tersebut.
5. Dapat menyampaikan informasi yang lebih detail dan rinci mengenai produk atau layanan yang ditawarkan.
6. Dapat menargetkan pesan pemasaran kepada konsumen potensial yang spesifik, sehingga dapat lebih efektif dalam menjangkau target market yang diinginkan.

**Kekurangan teknik *Direct marketing*:**

1. Konsumen potensial mungkin merasa terganggu: Beberapa konsumen potensial mungkin merasa terganggu dengan telepon atau pesan teks yang diterima dari perusahaan yang tidak dikenal, sehingga mengurangi keberhasilan teknik *Direct marketing*.
2. Dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bagi konsumen potensial yang tidak ingin menerima pesan pemasaran secara langsung.
3. Dapat menyebabkan konsumen potensial merasa terganggu dengan adanya pesan pemasaran yang terus-menerus dikirimkan kepada mereka.

**Kelebihan** teknik *Indirect marketing*:

1. Sebagai informasi pelengkap: Teknik *Indirect marketing* cenderung memiliki informasi yang lebih luas dan lengkap mengenai aplikasi Genius HR dibandingkan dengan informasi yang disampaikan pada teknik *Direct marketing*, konten yang ada di sosial media seperti Instagram dan LinkedIn menyajikan informasi yang lebih lengkap mengenai fitur, manfaat, kelebihan, dan lainnya seputar aplikasi.
2. Meningkatkan kepercayaan konsumen: Konsumen potensial mungkin lebih percaya pada rekomendasi atau ulasan yang datang dari orang lain, sehingga meningkatkan keberhasilan teknik *Indirect marketing*.
3. Memperluas jangkauan pemasaran: Teknik *Indirect marketing* dapat memperluas jangkauan pemasaran kepada konsumen potensial yang tidak terdaftar dalam *database* perusahaan melalui berbagai media yang berbeda.

**Kekurangan** dari teknik *Indirect marketing*:

1. Pesan pemasaran tidak tersampaikan kepada konsumen potensial dikarenakan jangkauan yang terlalu luas.
2. Konten yang disajikan tidak hanya berupa fitur dan keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi Genius HR, sehingga cangkupan konten cenderung lebih luas.

#### **IV.1.3 Apakah lebih efektif jika teknik *marketing* yang diterapkan terhadap aplikasi Genius HR diawali dengan *Direct marketing* dan *Indirect marketing* sebagai pelengkapannya?**

Tidak ada satu teknik *marketing* yang pasti lebih efektif dibandingkan teknik *marketing* lainnya, karena setiap teknik *marketing* memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang harus dipertimbangkan terlebih dahulu. Sebagai alternatif, perusahaan dapat menggabungkan teknik *Direct marketing* dan *Indirect marketing* dalam strategi pemasaran yang terintegrasi. Dengan menggabungkan kedua teknik tersebut, perusahaan dapat mengoptimalkan kelebihan dan mengurangi kekurangan yang dimiliki oleh masing-masing teknik.

PT GIT Solution menerapkan teknik *Direct marketing* untuk menyampaikan informasi yang lebih detail dan rinci mengenai fitur-fitur yang ada pada aplikasi Genius HR, sementara teknik *Indirect marketing* dapat digunakan untuk menjangkau target market yang lebih luas dan meningkatkan kepercayaan konsumen potensial terhadap aplikasi Genius HR. Namun, penulis bersama tim juga mempertimbangkan kapan dan bagaimana teknik tersebut digunakan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran yang ingin dicapai. Dengan demikian, pesan pemasaran yang sudah disampaikan kepada konsumen potensial melalui teknik *Direct marketing* dapat diperkuat dan diperluas melalui teknik *Indirect marketing*.

## IV.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan penulis yaitu berdasarkan hasil dari observasi, survei, wawancara, FGD, dan studi pustaka yang difokuskan pada permasalahan proyek aplikasi Genius HR. Agar hasil dari laporan magang yang penulis lakukan ini menjadi lebih objektif dan akurat, penulis melakukan penambahan informan untuk melakukan wawancara, dengan informan pendukung yang masih memiliki keterkaitannya dengan fokus penelitian ini agar memperoleh informasi yang lebih akurat dari sumber yang terpercaya.

Pada tahapan wawancara, penulis tidak hanya melakukan pengiriman pesan teks melalui Broadcast Whatsapp dan mailchimp ke calon konsumen yang sudah terdaftar di *database* perusahaan, namun penulis juga melakukan wawancara terhadap PIC dari proyek aplikasi Genius HR untuk mendapatkan informasi mengenai efektifitas terhadap penerapan teknik *marketing* yang diterapkan terhadap aplikasi Genius HR diawali dengan *Direct marketing* dan *Indirect marketing* sebagai pelengkap.

## IV.3 Penerapan Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Aplikasi

### Genius HR

Berikut adalah STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) untuk aplikasi Genius HR:

#### a. **Segmentation**

- Segmen target 1: Perusahaan kecil dan menengah yang belum memiliki sistem pengelolaan kinerja formal.

- Segmen target 2: Departemen HR dari perusahaan besar yang ingin meningkatkan efisiensi pengelolaan kinerja karyawan.
- Segmen target 3: Manajer proyek yang ingin meningkatkan kinerja tim mereka dan memantau proyek secara efektif.

**b. Targeting**

- Aplikasi ini akan ditargetkan pada segmen target 1 dan 2.
- Segmen target 1 merupakan segmen yang kurang terlayani dan berpotensi besar, sehingga menjadi fokus utama dalam upaya pemasaran.
- Segmen target 2 juga menjadi target karena mereka memiliki anggaran yang lebih besar dan lebih memperhatikan efisiensi.
- Perusahaan-perusahaan dengan jumlah karyawan yang banyak dan tersebar di berbagai lokasi.
- Perusahaan-perusahaan yang memiliki sistem manajemen kinerja yang belum terstruktur atau kurang efektif.
- Perusahaan-perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen kinerja karyawan.
- Perusahaan-perusahaan yang mengutamakan pengukuran kinerja yang akurat dan real-time.

**c. Positioning**

- Aplikasi Genius HR memiliki nilai tambah sebagai solusi pengelolaan kinerja yang efektif dan efisien, dengan fokus pada kemudahan penggunaan dan integrasi dengan sistem HR yang sudah ada.

- Aplikasi ini membedakan berbeda dengan fitur pelaporan yang real-time dan personalisasi yang tinggi, sehingga pengguna dapat memantau kinerja karyawan secara efektif dan memberikan umpan balik yang tepat waktu.
- Aplikasi ini cocok untuk perusahaan kecil dan menengah yang ingin meningkatkan produktivitas dan efisiensi, serta departemen HR dari perusahaan besar yang ingin memperkuat sistem pengelolaan kinerja karyawan mereka.
- Aplikasi ini dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen kinerja karyawan dengan memberikan pengukuran kinerja yang akurat dan real-time.
- Aplikasi ini juga dapat membantu perusahaan dalam memantau pencapaian tujuan dan sasaran karyawan, sehingga dapat memperbaiki kinerja karyawan secara cepat dan tepat waktu.
- Dengan menggunakan aplikasi ini, perusahaan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam manajemen kinerja, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan karyawan.
- Aplikasi ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam hal evaluasi kinerja dan pengambilan keputusan yang berbasis data.
- Aplikasi ini dapat memberikan umpan balik yang tepat waktu dan bermanfaat kepada karyawan, sehingga dapat membantu HRD meningkatkan kinerja dan pencapaian tujuan.

#### IV.4 Penerapan Konsep *Marketing Mix 7P*

Berikut ini adalah 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence) dari aplikasi Genius HR:

##### 1. Product:

- Aplikasi manajemen kinerja karyawan yang dapat memberikan pengukuran kinerja yang akurat dan real-time.
- Aplikasi yang memiliki Fitur: login register, presensi dan Absen dengan menggunakan picture recognition (foto). (Clock in Clock Out), kelola cuti, kelola slip penggajian, dan daftar agenda membantu perusahaan dalam memantau pencapaian tujuan dan sasaran karyawan.
- Aplikasi yang meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam manajemen kinerja.
- Aplikasi yang memberikan umpan balik yang tepat waktu dan bermanfaat kepada karyawan.
- Aplikasi yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan.

##### 2. Price:

- Harga aplikasi yang terjangkau dan bersaing dengan aplikasi sejenis di pasaran (Harga langganan akan berbeda setiap fitur yang diinginkan).
- Model harga berlangganan bulanan atau tahunan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

##### 3. Place:

- Aplikasi yang dapat diakses secara online atau melalui aplikasi mobile.
- Dapat diakses di seluruh lokasi di mana karyawan dan manajer berada.

##### 4. Promotion:

- Menggunakan teknik *direct marketing*, atau penawaran langsung melalui broadcast whatsapp dan mailchip.
- Menggunakan *indirect marketing* seperti iklan online, media sosial, dan telemarketing untuk mempromosikan aplikasi.

- Menawarkan diskon atau trial gratis untuk perusahaan yang tertarik menggunakan aplikasi.

#### 5. People:

- Menyediakan dukungan pelanggan yang responsif dan ahli di bidang manajemen kinerja karyawan.
- Menyediakan pelatihan dan bimbingan bagi pengguna aplikasi.
- Menyediakan tim pengembangan aplikasi yang handal dan ahli.

#### 6. Process:

- Proses pendaftaran dan penggunaan aplikasi yang mudah dan sederhana (user friendly).
- Proses pengukuran kinerja yang otomatis dan real-time.
- Proses evaluasi kinerja yang jelas dan dapat diakses oleh karyawan dan manajer.

#### 7. Physical evidence:

- Tampilan aplikasi yang sederhana dan mudah di fahami.
- Interface aplikasi yang intuitif dan mudah digunakan.
- Dashboard dan laporan yang terstruktur dan mudah dimengerti.
- Dukungan dan pelatihan yang tersedia untuk pengguna aplikasi.

### IV.5 Hasil Pelaksanaan Magang

Data yang diperoleh penulis selama pelaksanaan magang, sebagai berikut:

#### IV.3.1 Observasi

Pada tahapan ini, penulis melakukan survei mengenai target *market* dari aplikasi Genius HR, yang mana tahapan survei yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

##### 1. Analisa SWOT

Berikut ini adalah contoh SWOT analysis untuk aplikasi yang mengontrol kinerja dalam *human resource management*:



**Strengths (Kekuatan)**

- Kemampuan aplikasi untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan kinerja karyawan di perusahaan kecil dan menengah, serta departemen HR dari perusahaan besar.
- Integrasi yang mudah dengan sistem HR yang sudah ada.
- Fitur pelaporan *real-time* dan personalisasi yang tinggi, yang memungkinkan pengguna untuk memantau kinerja karyawan secara efektif dan memberikan umpan balik yang tepat waktu.

**Weaknesses (Kelemahan)**

- Aplikasi ini belum memiliki *brand awareness* yang kuat di pasar, sehingga perlu melakukan upaya pemasaran yang lebih besar dan lebih terstruktur.
- Aplikasi ini belum memiliki fitur yang dapat mengintegrasikan dengan aplikasi pengelolaan proyek yang sudah ada, sehingga hal ini dapat menjadi kekurangan bagi segmen target yang merupakan manajer proyek.

**Opportunities (Peluang)**

- Pasar aplikasi pengelola kinerja karyawan terus berkembang, terutama di segmen perusahaan kecil dan menengah yang kurang terlayani.
- Dukungan teknologi yang terus berkembang, seperti kecerdasan buatan dan analisis data, dapat digunakan untuk meningkatkan fitur dan kinerja aplikasi.

- Perkembangan teknologi *cloud computing* dan mobile dapat memungkinkan aplikasi untuk digunakan secara lebih fleksibel dan mudah diakses dari mana saja.

### Threats (Ancaman)

- Persaingan yang ketat di pasar aplikasi pengelolaan kinerja karyawan, dari pesaing dengan *brand awareness* yang lebih kuat dan lebih banyak pengalaman di industri ini.
- Peraturan dan kebijakan privasi yang terus berkembang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi.
- Ancaman keamanan siber yang dapat mengancam data kinerja karyawan yang disimpan dalam aplikasi.

Dengan melakukan analisis SWOT ini, pengembang aplikasi pengelola kinerja karyawan dapat mempertimbangkan langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk mengoptimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengatasi ancaman yang ada di pasar.

## 2. Pembuatan BMC

Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version
		HR Genius	BizDev, DigMar, SosAn	21 Maret 2022	A-1
<b>Key Partners</b>	<b>Key Activities</b>	<b>Value Propositions</b>	<b>Customer Relationships</b>	<b>Customer Segments</b>	
- Programmer	- Software untuk membantu proses pengelolaan absensi, payroll, reimbursement, hingga administrasi HR terautomasi dengan aplikasi HR & HRD berbasis cloud	- Bisa Custom warna web dan fitur	- Diskon (Harga coret)	- Perusahaan	
	- Pengelolaan penggajian saat implementasi jam kerja parsial.	- Menyediakan layanan kunjungan langsung dari perusahaan	- Membership	- StartUp	
	<b>Key Resources</b>			- Rumah Sakit	
	- TIM Magang (HRM)		<b>Channels</b>	- Universitas	
	- IT, designers, and Programmer web development		- PlayStore	- Semua perusahaan yang membutuhkan kemudahan untuk mengelola payroll dan absensi karyawan	
	- PIC		- Sosial Media (Instagram, Facebook, Tweeter, LinkedIn, Discord)		
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Streams</b>			
- Biaya pengembangan web		- Biaya pendaftaran web per bulan oleh perusahaan			
- Biaya Marketing					

Gambar IV. 1 BMC aplikasi Genius HR

Sumber: Data Tim Genius HR

Guna memperjelas isi data (BMC dari aplikasi Genius HR) penulis menjabarkannya pada tabel berikut:

Tabel IV. 1  
BMC aplikasi Genius HR

Key Partners	Programmer
Key Activities	Software untuk membantu proses pengelolaan absensi, payroll, reimbursement, hingga administrasi HR terautomasi dengan aplikasi HR & HRD berbasis cloud.
	Pengelolaan penggajian implementasi jam kerja.
Key Resources	TIM Magang (HRM)
	IT, designer, and Programmer web development
	PIC
Value Propositions	Bisa Custom warna web dan fitur.
	Menyediakan layanan kunjungan langsung dari perusahaan.
Customer Relationship	Diskon (Harga coret)
	Membership
Channels	PlayStore
	Sosial Media (Instagram, Facebook, Tweeter, LinkedIn, Discord)
Cost Structure	Biaya pengembangan web
	Biaya Marketing
Revenue Streams	Biaya pendaftaran web per bulan oleh perusahaan
Customer Segments	Perusahaan
	StartUp
	Rumah Sakit
	Universitas
	Semua perusahaan yang membutuhkan mengelola payroll dan absensi karyawan

### 3. *Research* Kompetitor

#### Kompetitor

##### **Sleekr**

Sleekr memberikan kemudahan bagi pengelola HR untuk mengatur informasi macam apa yang dapat diakses oleh pengguna lainnya. Selain itu, karyawan pun dapat melakukan absensi serta pengajuan cuti secara online. Seluruh data yang masuk ke sistem Sleekr kemudian tersimpan dalam database berbasis cloud. Dengan demikian, pengelola personalia pun dapat lebih fokus mengembangkan SDM perusahaan Anda.

##### **Talenta**

Aplikasi HR Talenta ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan skala kecil maupun besar. Talenta memungkinkan pengelola personalia mengetahui kehadiran karyawan perusahaan. Selain itu, layanan ini juga membantu HR untuk melakukan pengelolaan informasi penting yang melibatkan data pribadi karyawan, termasuk informasi perihal rekening bank yang digunakan.

##### **Kan'z Informatic**

Dilengkapi dengan beragam fitur seperti payroll, absensi, serta perangkat analisis, Kan'z Informatic fokus pada pangsa pasar Indonesia. Layanan ini juga menyediakan perhitungan PPh 21 berdasarkan peraturan yang berlaku.

##### **Weefer**

Weefer mampu membantu pengelolaan administrasi dan personalia perusahaan melalui berbagai fitur seperti kontrak kerja, promosi pangkat, absensi, cuti, dan lain sebagainya. Permintaan uji coba dapat dilakukan dengan pengajuan proposal pada penyedia layanan tersebut.

##### **OrangeHRM**

Website OrangeHRM memiliki tiga produk utama yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan Anda. Ketiga produk tersebut yaitu OrangeHRM Open Source, OrangeHRM Professional, dan OrangeHRM Enterprise. Pemantauan perusahaan pun dapat dilakukan di mana pun.

##### **BSC**

Karyawan perusahaan yang menggunakan aplikasi HR ini dapat melakukan pengajuan cuti dengan mengisi formulir yang tersedia. Informasi yang diisikan dalam formulir tersebut kemudian dapat segera diketahui oleh atasan atau pejabat perusahaan yang berwenang.

##### **Gadjian**

Memiliki kemampuan dalam hal pengelolaan data karyawan, aplikasi HR Gadjian dapat membuat pekerjaan HR semakin mudah. Layanan ini juga dapat melakukan pencatatan absensi karyawan serta mampu melakukan perhitungan gaji otomatis.

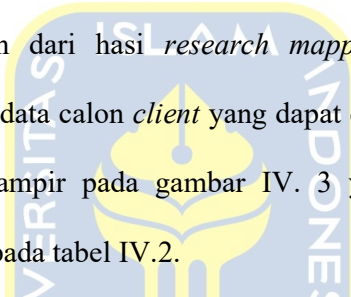
Gambar IV. 2 Hasil *research* kompetitor aplikasi Genius HR






Sumber: Data Tim Genius HR

#### 4. *Mapping Pasar (Research dan menghubungi target client)*

Bekerjasama dengan divisi *digital marketing* untuk melakukan *research* mengenai perusahaan mana saja yang sesuai dengan target *market* guna memudahkan penulis dan tim untuk mencari data nomor kontak HRD, direktur, owner maupun kontak yang dapat dihubungi dari tiap perusahaan target *market* aplikasi Genius HR yang dapat menjadi penghubung kepada HRD, direktur maupun owner perusahaan tersebut.

Berdasarkan dari hasil *research mapping* pasar tim Genius HR, didapatkan data calon *client* yang dapat dihubungi oleh tim *marketing* seperti terlampir pada gambar IV. 3 yang mana isi data tersebut dijelaskan pada tabel IV.2.



 Data dan Kontak RS	31/05/2022 12:11
 data	31/05/2022 11:44
 DATA-RUMAH-SAKIT (BATAM)	31/05/2022 12:03
 dinkes-od_15932_daftar_rumah_sakit_milik_swa...	31/05/2022 12:15
 NAMA_RS_DAN_TINGKAT_AKREDITASI_RS (KEP...	31/05/2022 11:49

Gambar IV. 3 Hasil *Research Mapping* Pasar

Sumber: Data Tim Genius HR

### Nama dan Tingkat Akreditasi Rumah Sakit Provinsi Kepulauan Riau:

Tabel IV. 2  
Nama & Tingkat Akreditasi RS Prov Kepri

Rumah sakit tipe B			
No	Nama RS	Akreditasi RS	Status Kepemilikan
1	RSUD Raja Ahmad Tabib TPI	Paripurna	Pemprov
2	RSAL dr. Midyato.s TPI	Paripurna	TNI AL
3	RS Umum Budi Kemulyaan Batam	Paripurna	Organisasi lain
4	RS Badan Pengusahaan Batam	Madya	Kementrian lain
5	RS Awal Bros Batam	Paripurna	Perusahaan
6	RSUD Embung Fatimah Batam	Paripurna	Pemkot

Rumah sakit tipe C			
No	Nama RS	Akreditasi RS	Status Kepemilikan
1	RS Bhakti Timah Kab. Karimun	Perdana	Perusahaan
2	RSUD M. Sani Kab. Karimun	Madya	Pemkab
3	RSUD Kab. Bintan	Utama	Pemkab
4	RSUDEngku Haji Daud Prov. Kepri	Paripurna	Pemprov
5	RSUD Kab. Natuna	Utama	Pemkab
6	RSUD Kota Tg. Pinang	Madya	Pemkot
7	RS Santa Elisabeth Batam	Paripurna	Swasta
8	RSU Harapan Bunda Batam	Utama	Organisasi Sosial
9	RSIA Mutiara Aini Kota Batam	Utama	Perusahaan
10	RS Graha Hermine Kota Batam	Madya	Perusahaan
11	RSU Santa Elisabeth Batam	Paripurna	Perusahaan
12	RSIA Griya Medika Kota Batam	Madya	Perusahaan
13	RS Camatha Sahidya Batam	Utama	Perusahaan
14	RSIA Fisdhy Angel Kota Batam	Utama	Perusahaan
15	RSU Soedarsono Darmosoewito	Utama	Organisasi Sosial
16	RS Keluarga Husada Kota Batam	Utama	Perusahaan

Rumah Sakit Tipe D		Rumah Sakit yang Belum Terdeteksi	
No	Nama RS	No	Nama RS
1	RSUD Dabo Kab. Lingga	1	RSAU dr. Yuniani Wisma
2	RSUD Encik Mariam Kab. Lingga	2	RSIA Kasih Sayang Ibu
3	RSUD Palmalak Kep. Anambas	3	RSUD Tarempak Kab. Anambas
4	RS Charis Medika Kota Batam		
5	RS Bhayangkara Batam Polda		
6	RS Santa Elisabeth Sei Lekop		
7	RSUD Jemaja Kep. Anambas		

Sumber: Data Tim Genius HR

Setelah itu, penulis dan tim menghubungi kontak tersebut dan melanjutkan pada tahapan wawancara (penerapan *Direct marketing*).

#### IV.3.2 Wawancara

Pada tahapan ini yang dilakukan oleh penulis yaitu, dengan mengirimkan pesan teks melalui Broadcast Whatsapp dan mailchimp ke calon konsumen yang sudah terdaftar di *database* perusahaan. Target *market* tersebut dihubungi oleh tim *marketing* Genius HR (divisi *digital marketing*) dengan menyajikan informasi mengenai fitur-fitur, kelebihan dan keunggulan yang hanya dimiliki oleh aplikasi Genius HR, selain itu jika calon konsumen tertarik mengenai informasi yang diberikan, tim *marketing* Genius HR akan menawarkan *pitching* aplikasi Genius HR dengan visit langsung ke perusahaan tersebut.

Hasil dari tahapan wawancara ini mendapatkan respon yang beragam dari calon *client*, ada yang memberikan respon positif (bagi calon *client* yang tertarik), ada yang memberikan respon berupa penolakan, dan ada juga yang tidak memberikan merespon sama sekali.

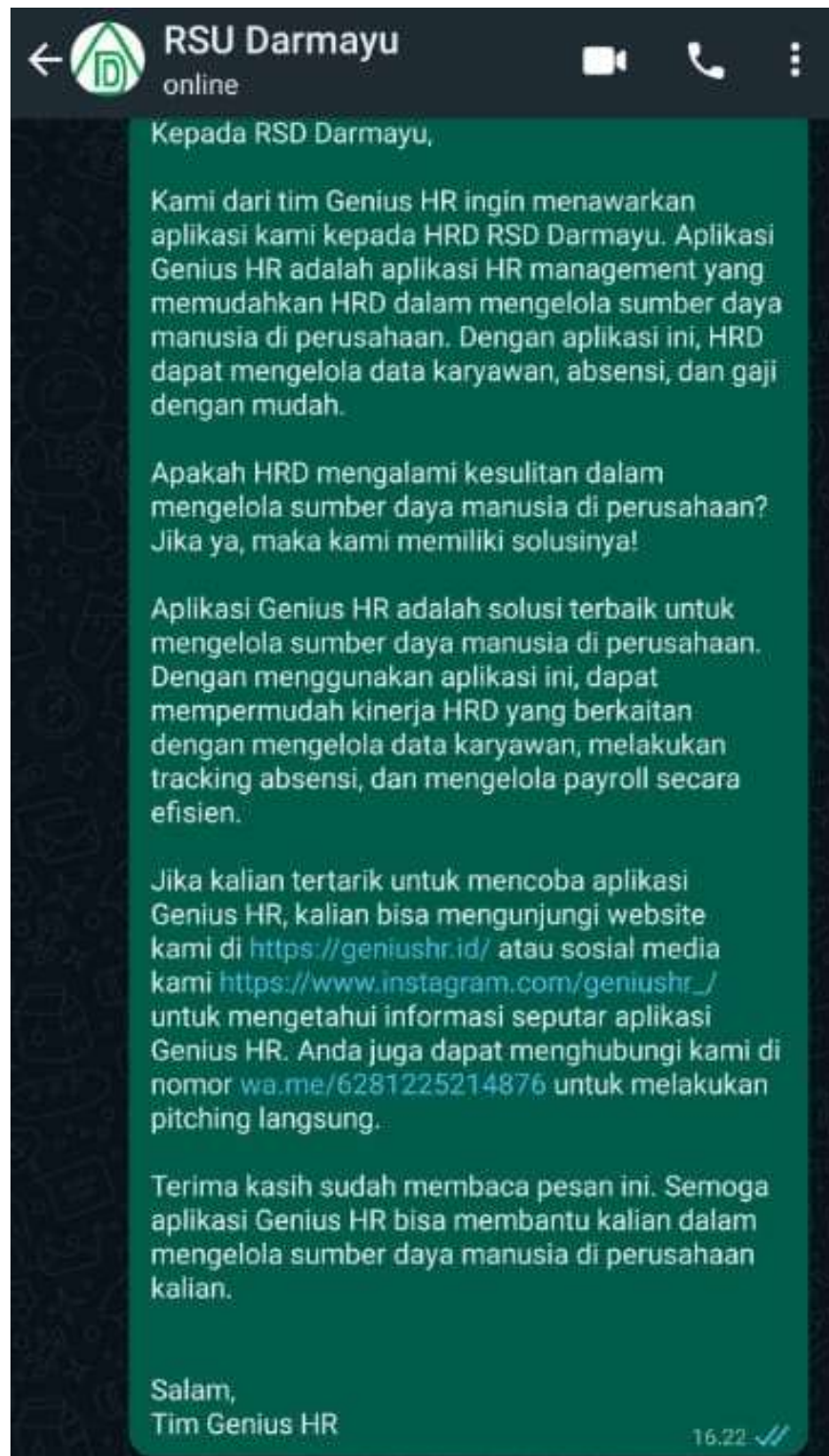
The screenshot displays the Mailchimp interface for a contact list. The top navigation bar includes options like 'Create', 'Campaigns', 'Audience', and 'All contacts'. Below this, a table lists individual subscribers with the following columns: 'Filter by Tags', 'View Segment', 'New Segment', 'Email Address', 'Birthday', 'Tags', 'Email Marketing', 'Source', 'Contact Rating', and 'Date Added'. Each row represents a subscriber, showing their email address, source (e.g., 'List Import from CSV'), and a star-based contact rating.

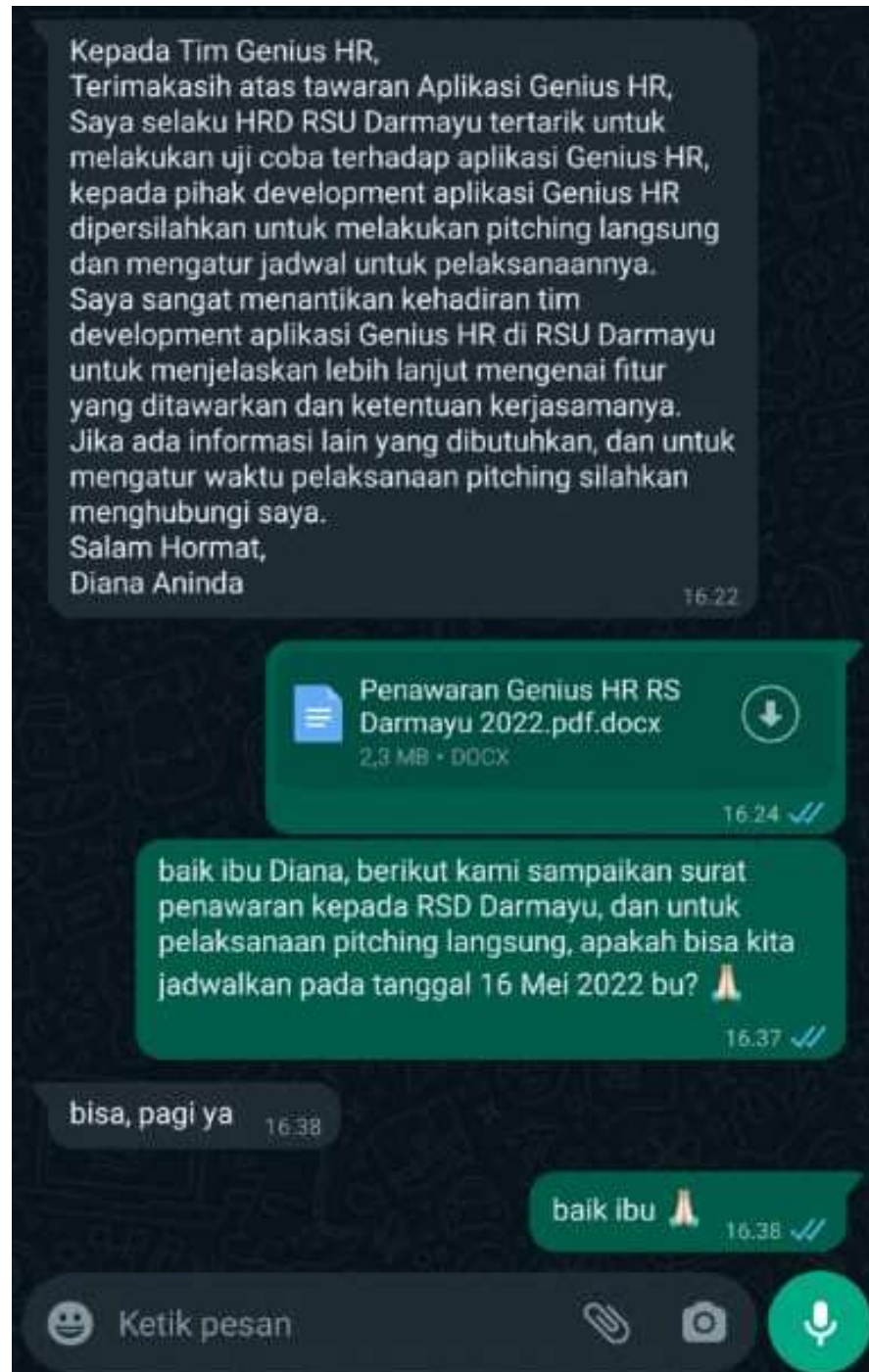
Filter by Tags	View Segment	New Segment	Email Address	Birthday	Tags	Email Marketing	Source	Contact Rating	Date Added
			ngestivalyo@indo.net.id		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rskarimautama.solo@yahoo...		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			marketing@risa-cahayabund...		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rs.medinas@gmail.com		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rsbudiluhurcb@gmail.com		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			pemasaranasyifa@yahoo.com		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rs.griyahasada_madun@yah...		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rsiaalhasanah18@yahoo.com		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rsraksawalya@gmail.com		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rspn_pemalang@yahoo.co.id		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rsknjw@yahoo.com		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			info@rsdedjaya.id		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			marketing@rspelta-anugera...		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM
			rs.nasanapura@gmail.com		Subscribe		List Import from CSV	★★★★★	6/27/22 12:46AM

Gambar IV. 4 Screenshot mailchimp calon konsumen aplikasi Genius HR  
 Sumber: Data Tim Genius HR



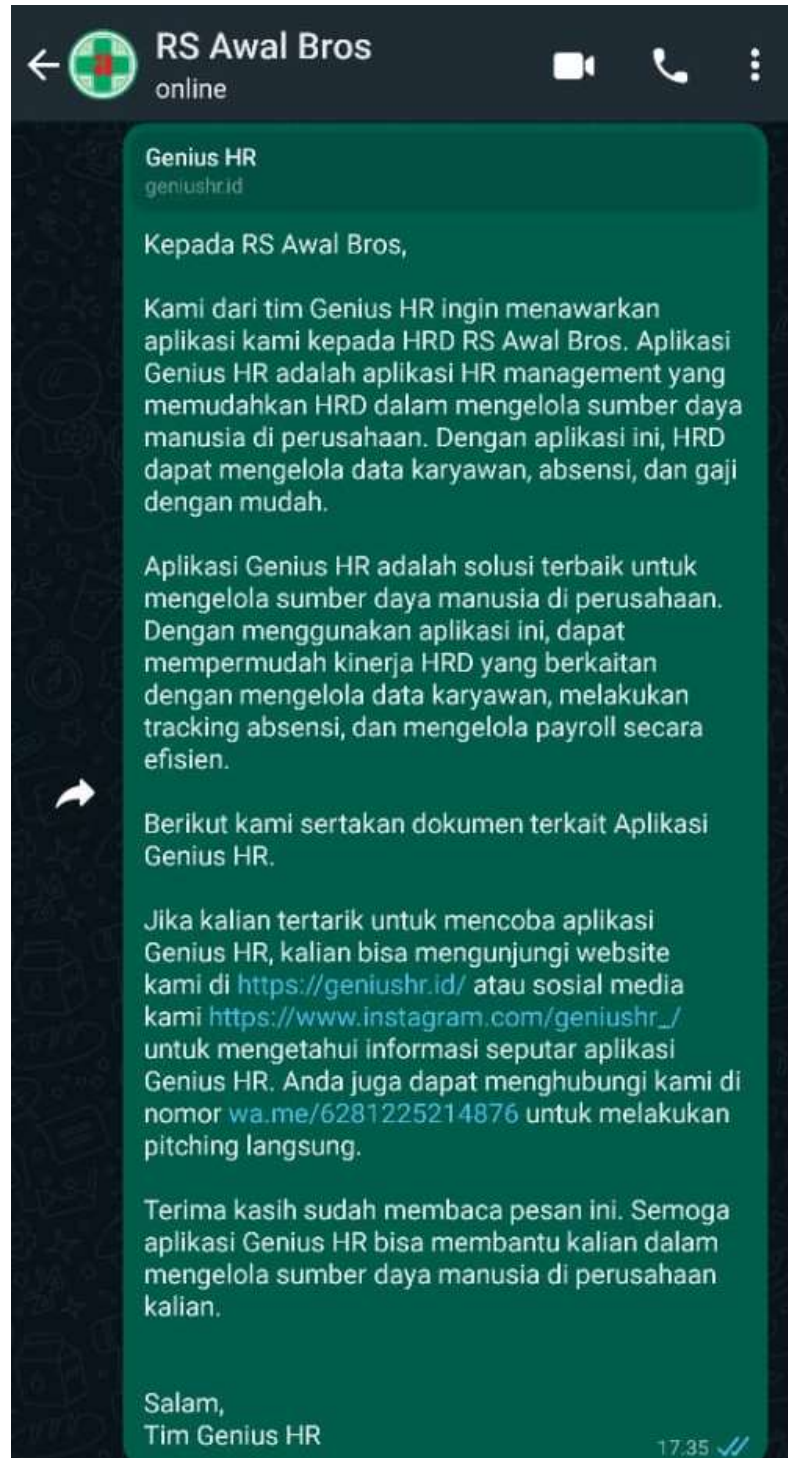
- Contoh chat Whatsapp calon *client* yang tertarik

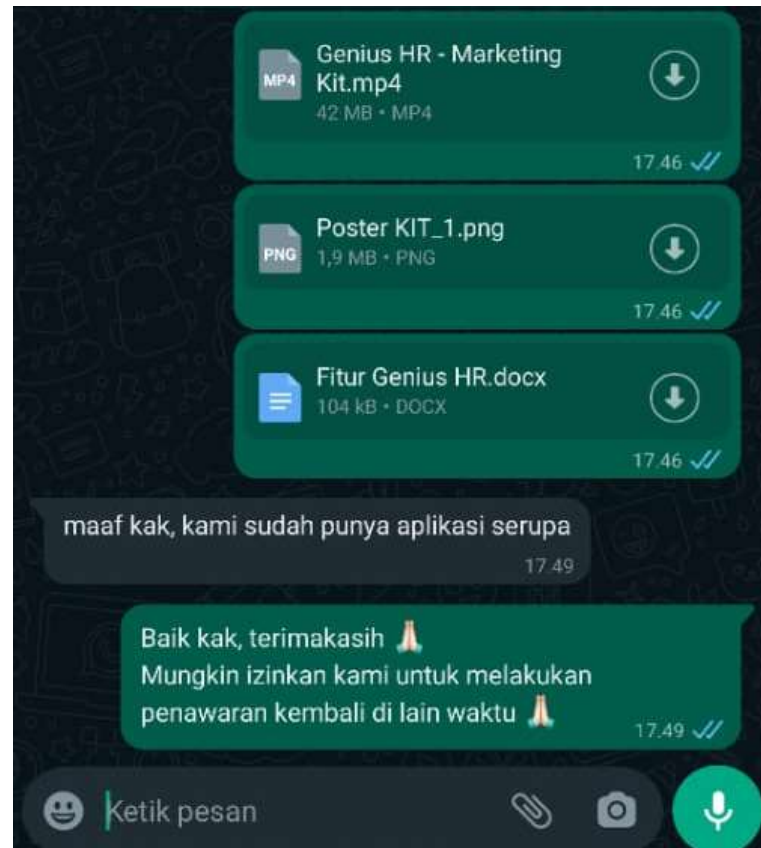




Gambar IV. 5 Contoh Screenshot chat whatsapp calon client yang tertarik  
Sumber: Data Tim Genius HR

- Contoh chat Whatsapp *client* yang merespon dengan penolakan

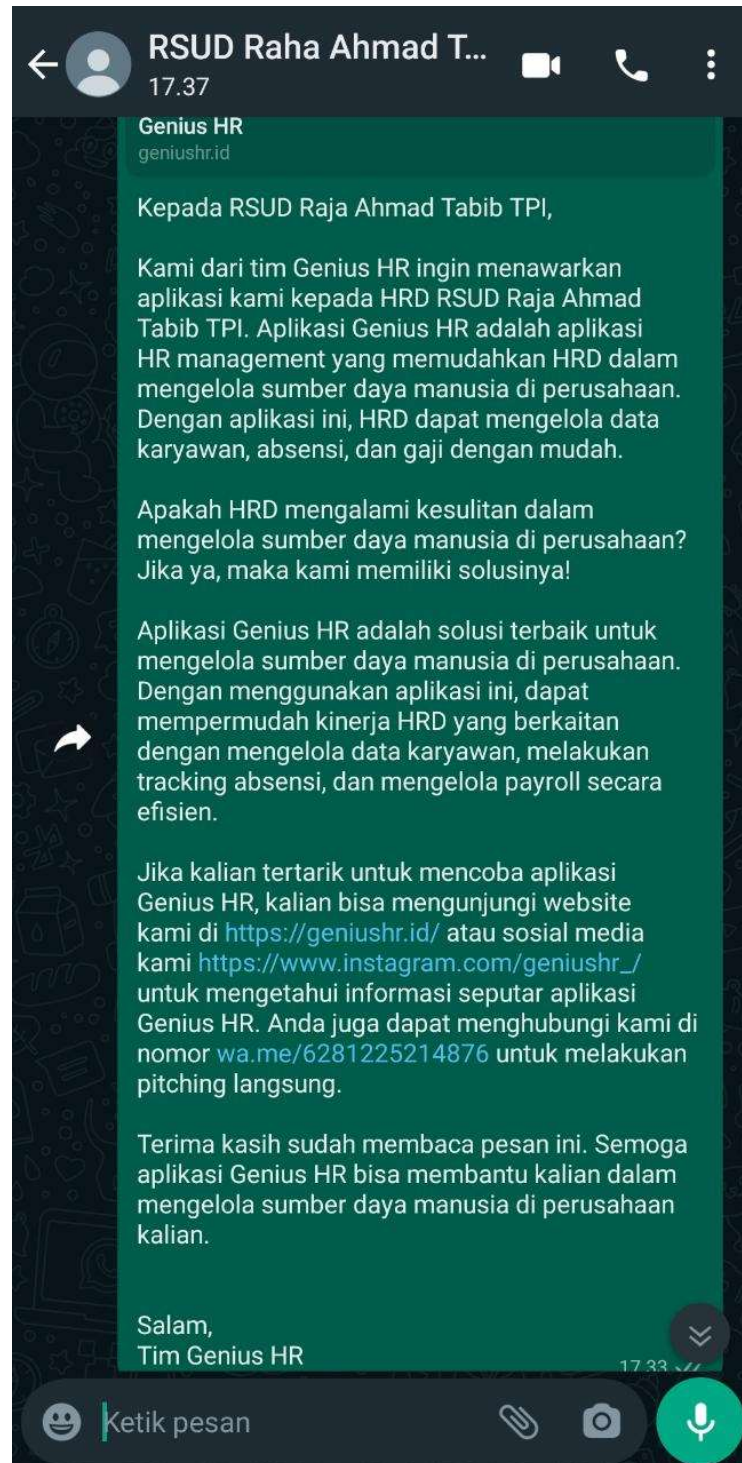




Gambar IV. 6 Contoh *Screenshot chat whatsapp* calon *client* yang merespon dengan penolakan

Sumber: Data Tim Genius HR

- Contoh chat Whatsapp *client* yang tidak merespon



Gambar IV. 7 Contoh *Screenshot chat whatsapp* calon *client* yang tidak merespon  
Sumber: Data Tim Genius HR

#### IV.3.3 FGD (Forum Grup Diskusi)

Pada tim aplikasi Genius HR, tim terdiri dari 10 orang yang rutin melakukan FGD seminggu dua kali selama pelaksanaan magang, yang mana pada pertemuan pertama membahas *task* yang harus dikerjakan dan pertemuan kedua membahas hasil dari *task* yang diberikan sebelumnya. Penulis dan tim *marketing* aplikasi Genius HR melakukan diskusi mengenai jobdesk masing-masing divisi mulai dari pembuatan BMC, *research* kompetitor, *mapping market*, hingga teknik *marketing* yang akan diterapkan untuk memasarkan aplikasi Genius HR (pembahasan lebih rinci pada bagian IV.5 Kegiatan Sebagai *Business development Intern*).

#### IV.3.4 Studi Pustaka

Dimana penulis mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk perkembangan laporan dari buku literatur, artikel serta jurnal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

#### IV.3.5 Dokumentasi

Pada metode ini penulis mendokumentasikan kegiatannya selama melakukan observasi pada saat pelaksanaan magang, baik dalam bentuk tulisan, foto maupun video. Dokumentasi terkait pelaksanaan magang terlampir pada bagian lampiran.

## IV.6 Kegiatan sebagai *Business development Intern*

### IV.4.1 Latar Belakang

*Business development* berperan sebagai pencipta peluang bagi perkembangan perusahaan dengan cara optimalisasi tugas komponen atau faktor, serta meningkatkan *revenue*, citra perusahaan, *brand awareness* atau yang berhubungan dengan tujuan awal perusahaan. Tantangan *Business development* adalah mampu melihat peluang serta membuat terobosan dalam jangka panjang yang dapat menguntungkan perusahaan.

### IV.4.2 Metode Pendampingan

Selama program magang di PT GIT Solution, penulis ditempatkan pada bagian *marketing*, tepatnya di divisi *Business development*. Sebagai seorang *Business development intern*, penulis memiliki tanggung jawab dalam *brainstorming*, *team work*, menganalisa serta mencermati *Business engagement* perusahaan saat ini, menganalisa *trend* bisnis dan perilaku konsumen, menyusun strategi pemasaran yang menarik dan sesuai dengan segmentasi pasar, serta mampu menciptakan *positioning* yang tepat bagi perusahaan.

Oleh karena itu, dalam menerapkan hal tersebut, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan 2 proyek yaitu aplikasi Genius HR dan Proyek Amikom Center. Adapun metode pendampingan dan pengawasan magang yang diterapkan oleh PT GIT Solution, yaitu:

1. Pendampingan dan pemantauan secara berkala *weekly* maupun *monthly*, yang akan dijadwalkan oleh mentor

2. *Cycle meeting* untuk memastikan pekerjaan dijalankan dengan benar dan sesuai jadwal dilakukan dua sampai 3 kali dalam seminggu, setiap Senin, Rabu dan Jum'at (kondisional).
3. *Daily meet* untuk memastikan pekerjaan dijalankan dengan benar, durasi maksimal 30 menit
4. *Monthly evaluation program internship* akan dilakukan pada akhir bulan ke I, III, dan VI.
5. Pekerjaan akan dibagi dalam target *sprint* mingguan yang dituliskan menjadi *backlog* untuk masing-masing tim pemegang
6. Setiap peserta menuliskan task yang harus dikerjakan per harinya dalam form kerja yang telah disediakan.
7. Mentor akan mengisi form penilaian magang peserta magang.

#### **IV.4.3 Tugas yang Dilakukan**

Tanggung jawab inti seorang *Business development* adalah menumbuhkan bisnis. Proses pengembangan bisnis tentu saja sesuai dengan jenis industri yang dijalankan perusahaan. Namun secara umum berikut ini yang termasuk dalam tanggung jawab *Business development*, berdasarkan modul PT GIT Solution untuk *intern*:

1. Melakukan riset pasar.
2. Mencari peluang pelanggan baru dan menjaga relasi antar pelanggan atau klien.
3. Bekerja sama dengan divisi lain untuk memenuhi kebutuhan pasar atau klien.



4. Menyusun dan mempresentasikan rencana pengembangan bisnis perusahaan.
5. Melakukan riset perkembangan bisnis.
6. Memahami produk dari perusahaan, kompetitor, dan posisi bisnis di pasar.
7. Bekerja sama dengan bagian sales agar mendapatkan calon klien atau pelanggan baru yang menjanjikan.

Pada posisi “*Business development*” di PT GIT Solution tugas-tugas yang dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 3  
Tugas *Business Development*

<i>Learning Objective</i>	<b>Mata Pelajaran</b>	<i>Learning Outcomes</i>	<b>Total Jam</b>
Pemahaman tentang strategi pengembangan bisnis dengan mencari peluang baru yang memungkinkan untuk terbentuknya sebuah bisnis baru yang dapat dipasarkan	Orientasi Kelas	<b>Brainstrongming, Team Work,</b> Menganalisa dan mencermati <i>Business engagement</i> perusahaan saat ini	<b>56</b>
	Dasar-Dasar ilmu pemasaran	<b>Memahami</b> istilah-istilah dan pengetahuan dasar dalam dunia pemasaran.	<b>112</b>
	Riset & pemetaan pasar	<b>Mampu menganalisa</b> trend bisnis dan perilaku konsumen	<b>140</b>
	Strategi pemasaran	<b>Mampu menyusun strategi pemasaran</b> yang menarik dan sesuai dengan segmentasi pasar.	<b>112</b>
	<i>Product Branding</i>	<b>Mampu menciptakan positioning</b> yang tepat bagi perusahaan.	<b>140</b>
	<b>Total Jam</b>		

Sumber: PT GIT Solution

#### IV.4.4 Deskripsi Proyek

Selama kegiatan Magang Merdeka di PT GIT Solution penulis berada pada divisi *Business development* yang mana penulis diberikan tanggung jawab mengerjakan proyek aplikasi Genius HR. Penjabaran proyek yang dikerjakan oleh penulis, yaitu:

- a. Mempelajari Git Office dan *Scrum*.
- b. Pengenalan Proyek dan *website* HR Genius serta pembagian tugas tim.
- c. Pengerjaan BMC.
- d. Pembahasan kebutuhan *Software*.
- e. *Research* analisis SWOT dan kompetitor.
- f. Pembahasan Logo *website*.
- g. *Research* konten sosial media.
- h. *Mapping* Pasar (*Research* dan menghubungi target *client*).
- i. *Research* fitur dan menambah fitur/*tools* yang ada di *website*.
- j. Pembuatan *use case mobile* AppBased Genius HR.
- k. Pembuatan RAB.
- l. Pembuatan video dan poster *marketing* KIT.
- m. Pembuatan *Business Pitch* dan proposal penawaran.
- n. Pembuatan SRS Genius HR.
- o. Pembuatan artikel *marketing*.
- p. Pelaksanaan siaran *marketing* di MQFM.
- q. Pelaksanaan siaran *marketing* di RBTV.

#### IV.7 Tim Proyek Genius HR

- 1) *Content Creator* - Nida Asasah Fauzi
- 2) *Business development* - Dinni Kurnianti
- 3) *Digital Marketing* - Wahyu Nova Darang Setyaningsih
- 4) *Social Engagement* - Astri Hastiningrum
- 5) *Video Content Creator* - Aditya Riyadi
- 6) *Desain Grafis* - Vionita Putri Arlis
- 7) *UI/UX Designer* - Karolina Salsabila
- 8) *System Analyst* - Rachelita Embun
- 9) *QA Software* - Arif Dwi Laksana
- 10) *Android Developer* - Fachmi Dimas Ardhana dan Arief Zuhri

#### IV.8 Management Project

##### Agile SCRUM – Trello

Scrum adalah *framework* atau kerangka kerja pengembangan dengan penggunaan prinsip pendekatan agile untuk dapat mengatasi segala macam masalah secara kreatif dan adaptif. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Jeff Sutherland. Kunci dari kerangka kerja scrum adalah kolaborasi tim. Dengan kata lain, kekuatan tim memegang peran penting pada berjalannya scrum.

Agile adalah *development cycle* yang digunakan Genius HR dalam membuat aplikasi. Agile memiliki lima proses untuk perkembangan produk yaitu:

1. ***Project Resources***

Berisi informasi-informasi yang dibutuhkan dalam *development*.

2. ***Questions For Next Meeting***

Berisi list pertanyaan yang ingin ditanyakan kepada mentor atau yang ingin didiskusikan lebih lanjut pada *meeting* berikutnya.

3. ***ToDo***

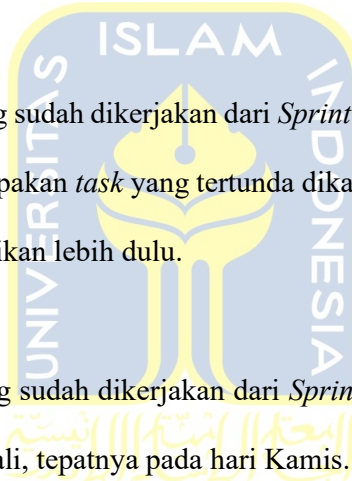
Berisi list task yang sedang dikerjakan. *Sprint ToDo* dilakukan setiap hari untuk melihat *progress*.

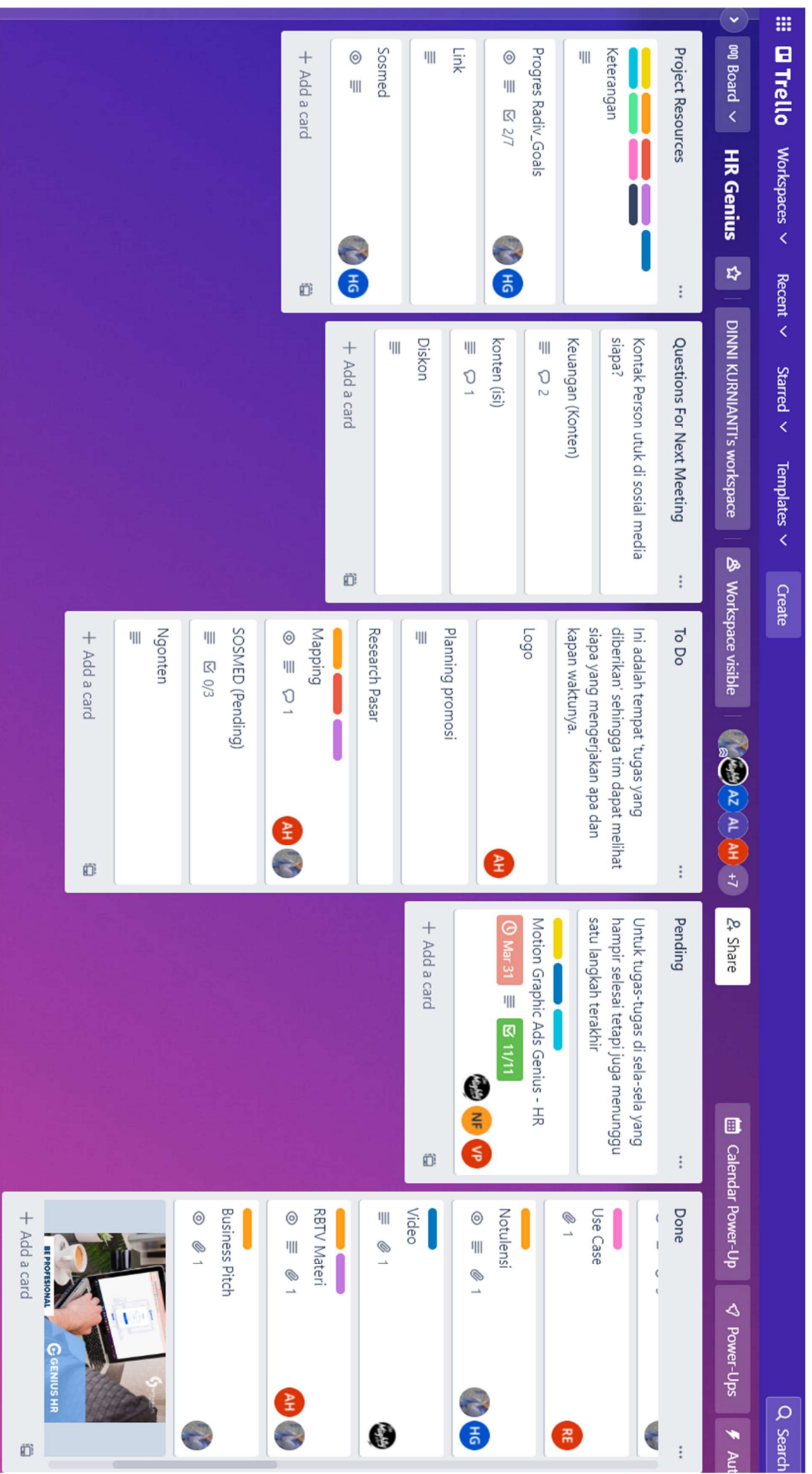
4. ***Pending***

Berisi list yang sudah dikerjakan dari *Sprint ToDo*, namun tertunda. *Sprint Pending* merupakan *task* yang tertunda dikarenakan ada task lainnya yang harus diselesaikan lebih dulu.

5. ***Done***

Berisi list yang sudah dikerjakan dari *Sprint ToDo*. *Sprint Done* diupdate seminggu sekali, tepatnya pada hari Kamis.





Gambar IV. 8 Screenshot Agile Scram Task Genius HR

Sumber: Data Tim Genius HR

#### ***IV.9 Marketing***

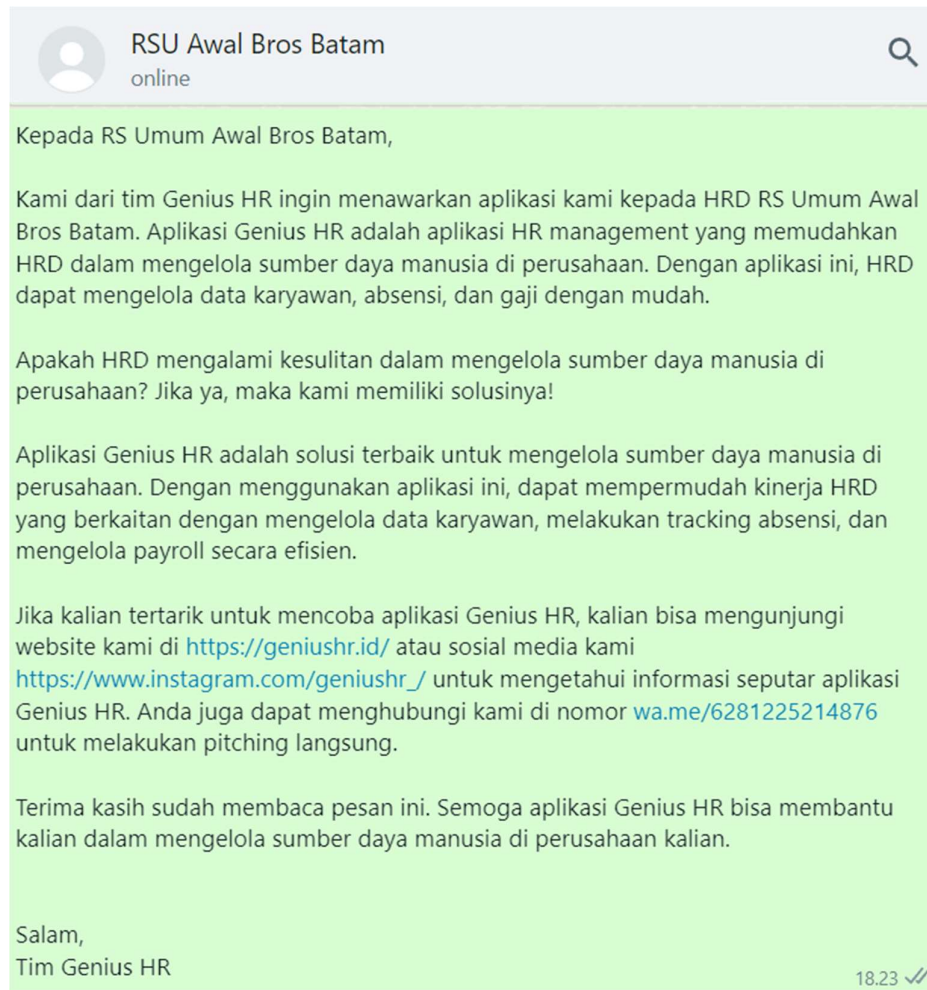
Philip Kotler & Gary Armstrong (2012:29) menyatakan bahwa pemasaran (*marketing*) merupakan suatu proses bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, membangun hubungan yang menguntungkan serta memahami kebutuhan-kebutuhan *customer*.

Target pengguna dari aplikasi Genius HR adalah seluruh karyawan terdaftar dalam perusahaan yang tergabung. Untuk bekerjasama dengan pasar sasaran yang dilakukan oleh tim *marketing* dari aplikasi Genius HR, sebagai berikut:

##### ***IV.7.1 Direct marketing:***

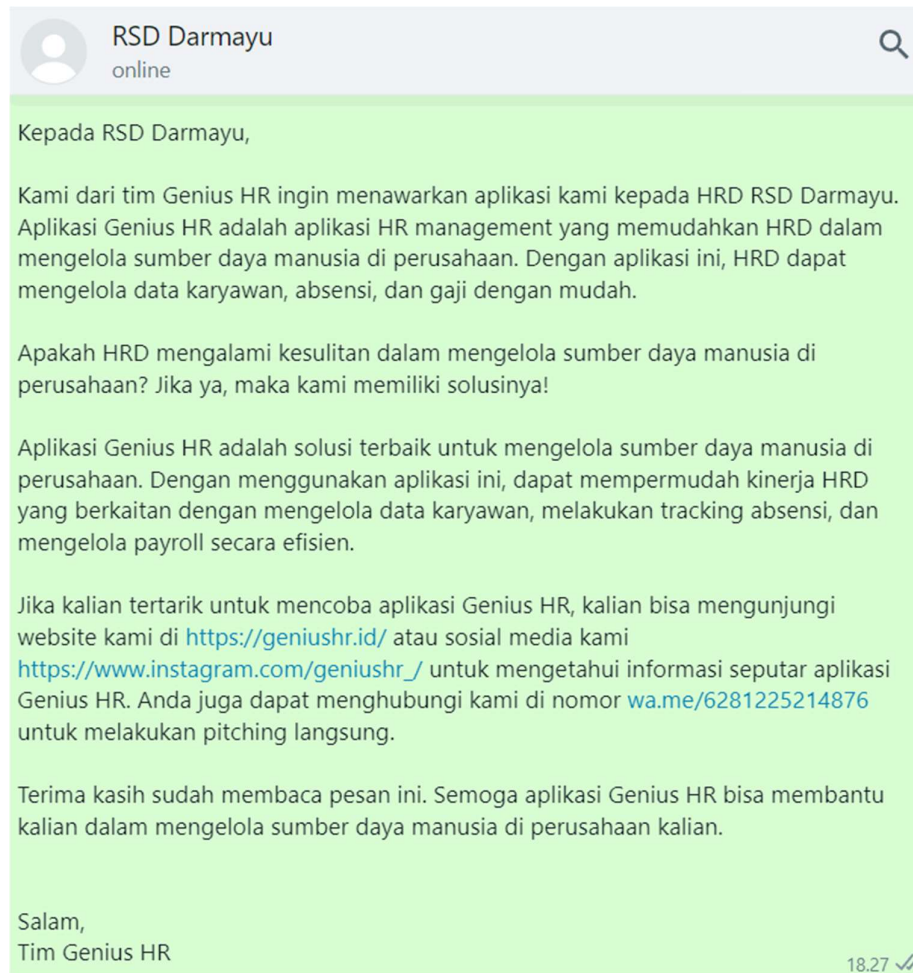
###### ***1. Broadcast WhatsApp***

Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam penerapan teknik *Direct marketing* untuk pemasaran aplikasi Genius HR adalah dengan mengirimkan pesan teks ke calon konsumen yang sudah terdaftar di *database* perusahaan. Calon konsumen terdaftar (HRD perusahaan) dihubungi oleh tim *marketing* Genius HR (divisi *digital marketing*) dengan menyajikan informasi tentang fitur-fitur yang ada pada aplikasi Genius HR, kelebihan dan keunggulan yang hanya dimiliki oleh aplikasi Genius HR, selain itu jika calon konsumen tertarik mengenai informasi yang diberikan tim *marketing* Genius HR akan menawarkan *pitching* aplikasi Genius HR dengan visit langsung ke perusahaan tersebut.



Gambar IV. 9 Screenshot Broadcast WhatsApp (RSU Awal Bros Batam)

Sumber: Data Tim Genius HR



Gambar IV. 10 Screenshot Broadcast WhatsApp (RSD Darmayu)  
Sumber: Data Tim Genius HR

## 2. Pitching

*Pitching* adalah proses presentasi yang dilakukan oleh seseorang atau sebuah perusahaan kepada *audiens* yang terdiri dari *investor*, klien, atau *stakeholder* lainnya, dengan tujuan untuk menjual ide, produk, atau jasa yang ditawarkan. Biasanya, *pitching* dilakukan oleh perusahaan yang sedang mencari dukungan finansial, seperti melalui pendanaan atau investasi.



Tim Genius HR melakukan *pitching* di RSD Darmayu untuk menjual ide atau produk yang ditawarkan kepada *audiens* (HRD RSD Darmayu).



Gambar IV. 11 Foto Pelaksanaan *Pitching* di RSD Darmayu  
Sumber: Data Tim Genius HR

### 3. Mailchimp

*Mailchimp* adalah *platform email marketing* pihak ketiga yang memungkinkan para bisnis dan marketer mengelola email list dan *newsletter* serta menjalankan kampanye *marketing* secara otomatis.

*Platform* satu ini memiliki berbagai fungsi. Salah satu fungsi *mailchimp* adalah yang akan membantu memasarkan produk atau *brand* melalui email termasuk mendapatkan *leads*.

Dengan *platform* satu ini, setiap pengguna bisa mengirimkan email ke ratusan bahkan ribuan penerima di waktu yang sama. Karena mudah digunakan, mengintegrasikannya dengan website atau platform *e-commerce* yang sesuai kebutuhan bisnis.

Tim Genius HR menggunakan *mailchimp* sebagai *platform Direct marketing* untuk mengirimkan email ke pelanggan atau prospek yang terdaftar dalam daftar email calon konsumen. Dengan menggunakan *mailchimp*, tim Genius HR dapat mengirimkan pesan yang dirancang secara profesional kepada *audiens* yang tertarget dengan tujuan untuk menjual produk atau jasa yang ditawarkan.



We're glad you're here,  
[hrgenius.gits@gmail.com](mailto:hrgenius.gits@gmail.com).

Activate Account

(Just confirming you're you.)

---

© 2001-2022 Mailchimp®, All Rights Reserved.

675 Ponce De Leon Ave NE • Suite 5000 • Atlanta, GA 30308 USA

[Contact Us](#) • [Terms of Use](#) • [Privacy Policy](#)



## Your audience import is complete.

A total of **16** emails have been successfully added to the audience, *HR Genius*, on the account **HR Genius**.

However, we encountered the errors below:

**13** emails had syntax errors. [Learn more about syntax errors.](#)

Having trouble? [Get help with audience imports.](#)

[View Failed Imports](#)



## Weekly Account Summary

June 13 - June 19, 2022

Here are your weekly stats from **HR Genius**, as well as the percent change from your performance last week.

0.00%

0

Campaign Clicks

0.00%

+1

Audience Change

[View More Stats](#)

Track performance on the go with our mobile app

## Audience

See who's new, who's moved on, and how your account is growing.

Jun. 13-Jun. 19

+1

Audience Change

0

Unsubscribes and Bounces

1

Total Audience



**Tip:** Share your signup form on your social media platforms to turn followers into subscribers!

## Campaign Engagement

No new activity to show.

## Boost Your Stats

Visit our [Guides & Tutorials](#) to learn how to grow your audience and maximize subscriber engagement. Then check out your [Dashboard](#) to get a more complete view of your account health.

[Visit Dashboard](#)

Gambar IV. 12 Screenshot Mailchimp Genius HR  
Sumber: Data Tim Genius HR

#### ***IV.7.2 Indirect marketing:***

##### ***1) RBTV***

**Rubrik:** STARTUP CLINIC

**Nama Lengkap - Jabatan:**

1. Astri Hastiningrum - *Social Engagement* Genius HR by PT GIT Solution
2. Dinni Kurnianti - *Bisnis Development* Genius HR by PT GIT Solution

**Tema:** “Efisiensikan kinerja HR dengan teknologi menggunakan HR Genius by PT GIT Solution”

**Waktu:** 06 Juli 2022, pukul 09.00-09.30 WIB

**Deskripsi Tema:**

1. Membahas mengenai permasalahan HR zaman sekarang
3. Genius HR hadir sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan
4. Menjelaskan sistem dari Genius HR
5. Menjelaskan langkah untuk menggunakan Genius HR

**Kebutuhan Pembicara:** *Brief* atau *Term of References*

**Link Siaran:** <https://www.youtube.com/watch?v=3fCl7sape3c>



Gambar IV. 13 Foto Siaran bersama RBTV

Sumber: Data Tim Genius HR

2) MQFM (Siaran Radio)

**Rubrik:** INSPIRASI NIAGA

**Nama Lengkap - Jabatan:**

1. Astri Hastiningrum - *Social Engagement* Genius HR by PT GIT Solution
2. Dinni Kurnianti - *Bisnis development* Genius HR by PT GIT Solution

**Tema:** “Genius HR Solusi Pusing Buat HRD Saat ini”

**Waktu:** 18 Juni 2022, pukul 09.00-10.00 WIB

**Deskripsi Tema:**

- 1) Membahas mengenai permasalahan HR zaman sekarang
- 2) Genius HR hadir sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut
- 3) Menjelaskan sistem dari Genius HR
- 4) Menjelaskan langkah untuk menggunakan Genius HR

**Kebutuhan Pembicara:** *Brief* atau *Term of References*

**Link Siaran:** <https://youtu.be/hTaMU6oCbzs>



Gambar IV. 14 Foto Siaran Bersama MQFM

Sumber: Data Tim Genius HR

### 3) *Social Media Marketing*

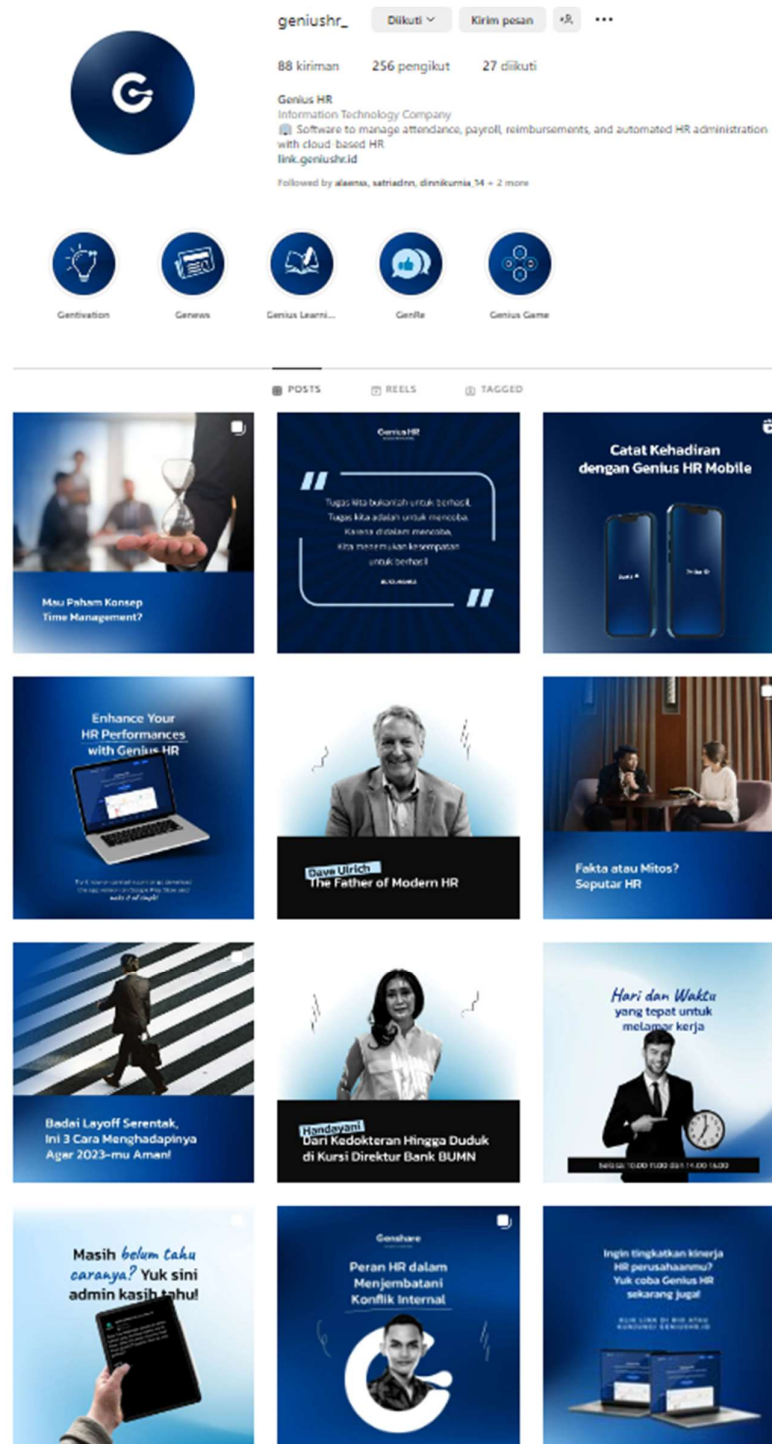
Tidak hanya untuk B2C, *social media marketing* juga bisa diterapkan untuk pemasaran B2B. Dilansir dari *businesswire.com*, 75% pembeli B2B menggunakan *social media* untuk membuat keputusan pembelian. Berdasarkan hasil riset dari *Content Marketing Institute*, ada 5 besar media sosial yang paling cocok digunakan untuk pemasaran B2B:



Gambar IV. 15 *Social Media Marketing*

Berdasarkan riset tersebut aplikasi Genius HR menggunakan LinkedIn sebagai *social media marketing* dan juga Instagram sebagai konten informasi sampingan.

## - Instagram



Gambar IV. 16 Screenshot Profil Instagram Genius HR

Sumber: Instagram Genius HR



- LinkedIn

**Genius HR • Ke-3+**  
Human Resources Specialist at -  
2mgg •

✓ Mengikuti ...

Hi genners, sering hectic ketika akhir bulan datang?

Yups, masalah pengelolaan gaji yang tentunya tidak mudah dilakukan oleh HRD dalam proses distribusi gaji untuk setiap individu karyawan.

Apalagi jika aktivitas administratif tersebut masih dikerjakan dengan cara manual, tentunya tidak efektif dari segi waktu maupun tenaga.

Kini, HR Genius by PT GIT Solution hadir sebagai teknologi yang dapat menjawab semua permasalahan tersebut, dimana...

HRD tidak perlu repot lagi transfer manual per- individu, karena dengan fitur slip gaji ini salah satu manfaat yang didapat adalah proses transfer gaji dapat dilakukan kurang dari satu hari dengan memanfaatkan Virtual Account yang sudah terintegrasi dengan bank terkait.

**HR Knowledge**

**GENIUS HR**

**Dear HR,**

**Udah pake sistem Payroll belum  
buat tracking gaji karyawan ?**

**UDAH PAKE SISTEM PAYROLL BELUM BUAT TRACKING GAJI KARYAWAN?**

Genius HR di LinkedIn • bacaan 1 menit

Hi Genners, sering hectic ketika akhir bulan datang? Yups, masalah pengelolaan gaji yang tentun...

Genius HR • Mengikuti  
Human Resources Specialist at -  
1bln • 🌐

Tau ga cara simple liburan sambil kerja 😓😓

Kepo kan pastinyaaa?!

**HR Harus Tau Nih!**  
Cara Simple Liburan tapi Sambil Kerja!

**Gimana Caranya?**

Nih ada fitur Payroll dari HR Genius by PT.Git Solution yang siap bantu HRD untuk menghitung gaji karyawan sesuai...

“  
Jedi, HR tenang saat liburan, sistem yang dihitung Payroll untuk karyawan secara Mudah, Akurat dan Tersinkronisasi dengan Otomatis

2

Gambar IV. 17 Screenshot Contoh Postingan LinkedIn Genius HR  
Sumber: LinkedIn Genius HR

#### 4) Website

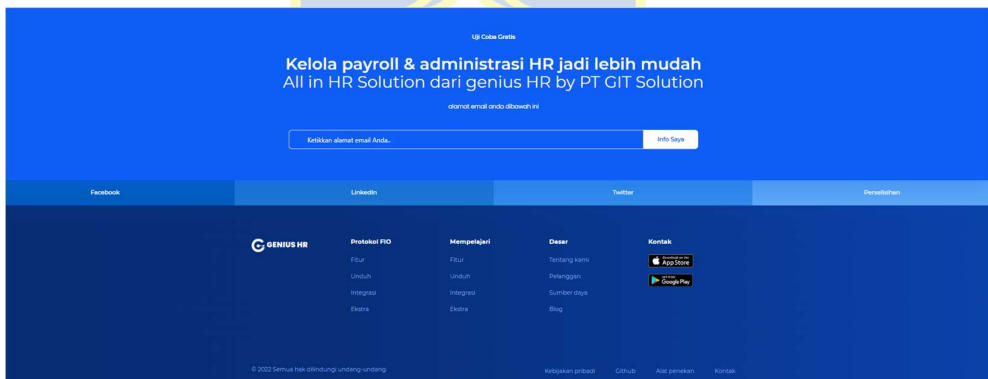
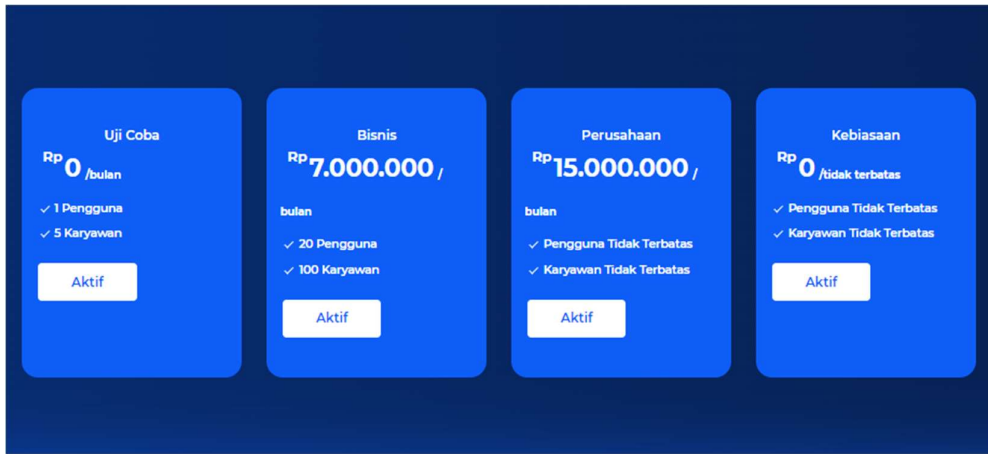
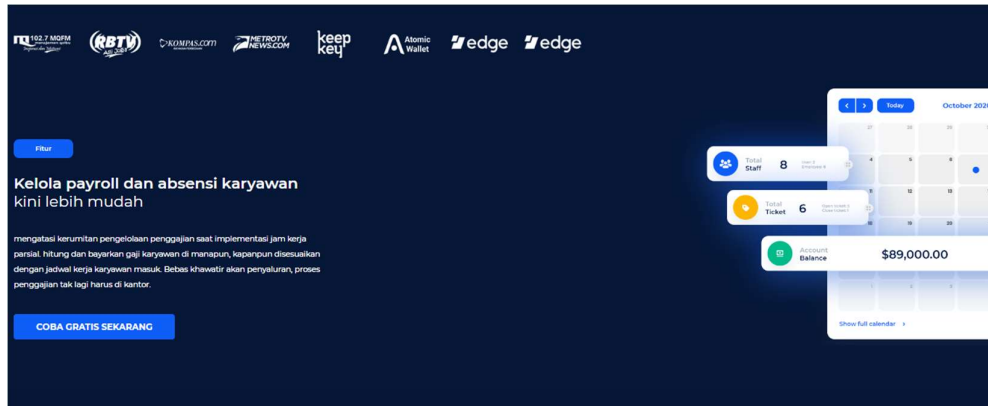
Genius HR website merupakan *software* untuk membantu proses pengelolaan absensi, *payroll*, *reimbursement*, sampai administrasi *human resource* terautomasi dengan aplikasi HR & HRD berbasis *cloud*, Genius HR dipersembahkan oleh PT GIT Solution.

The image shows the Genius HR website and its dashboard. The website header includes the Genius HR logo, navigation links for 'fitur', 'harga', 'Mitra', and 'Berita', and buttons for 'Masuk' and 'Daftar'. The main heading reads 'SDM jenius Aplikasi HR terbaik di Indonesia'. Below this, a description states: 'Genius HR merupakan software untuk membantu proses pengelolaan absensi, payroll, reimbursement, hingga administrasi HR terautomasi dengan aplikasi HR & HRD berbasis cloud, Genius HR dipersembahkan oleh PT GIT Solution'. A prominent blue button says 'UJI COBA GRATIS' with the subtext 'HUBUNGI PEMASARAN KAMI SEKARANG'.

The dashboard screenshot shows a sidebar with menu items: 'Dasbor', 'Staf', 'Karyawan', 'Payroll', 'Presensi', 'KPI', 'Keuangan', 'Pelatihan', and 'SDM'. The main content area is titled 'Dasbor' and features several key metrics:
 

- Jumlah Staf: 3
- Pengguna: 3
- Karyawan: 2
- Total Tiket: 0
- Buka tiket: 0
- Tutup tiket: 0
- Saldo rekening PG: Rp2.000,00
- Penerimaan Pembayaran: 0
- Pembayaran: 0

 Below the metrics, there are sections for 'Hari ini Bukan Jam Masuk' and 'Daftar Pengumuman'. The 'Daftar Pengumuman' section includes a table with columns for 'Judul', 'Mulai tanggal', 'Tanggal Akhir', and 'Keterangan'. An example entry is visible: 'dr. Nendi Anggetala' with a status of 'Absen'.



Gambar IV. 18 Website Genius HR

Sumber: Website Genius HR

5) Marketing Kit



Gambar IV. 19 Marketing KIT Videos

Sumber: Data Tim Genius HR

**BE PROFESSIONAL HUMAN RESOURCE**

**GENIUS HR**  
Software to manage attendance, payroll, reimbursements, and automated HR administration with cloud-based HR. Genius HR is product of PT GIT Solution.

**Our Fitur**

- Login Register
- Presensi
- Kelola Slip Penggajian
- Jadwal dan Agenda
- Kelola Cuti
- Penilaian Kinerja

**Free**

- Free Demo System
- User Training
- Maintenance\*
- Konsultasi

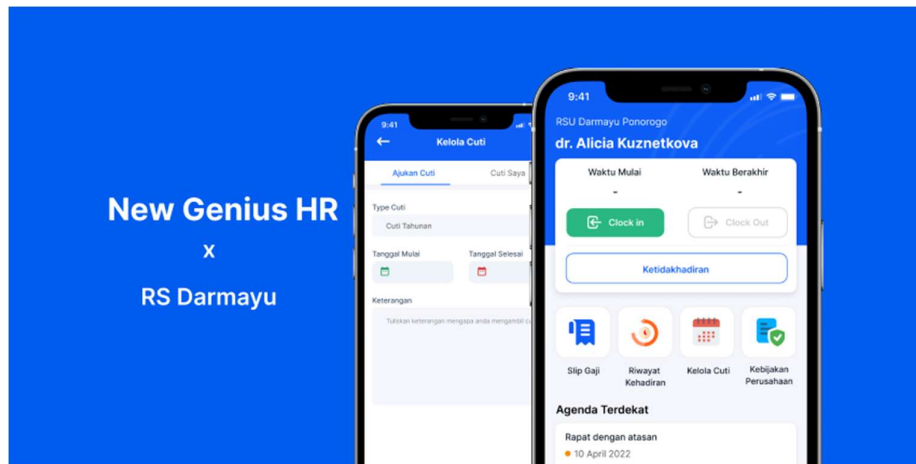
hrgenius.gits@gmail.com  
www.gitsolution.co.id  
(+62) 274 884 201 ext 121  
(+62) 852 9392 1170  
Griha Universitas Amikom Yogyakarta Cd. 1 It.2  
Jl Ringroad Utara Condongcatur Sleman  
Yogyakarta

Contact us :  
**082 142-292-379**

Gambar IV. 20 Marketing KIT Poster

Sumber: Data Tim Genius HR

#### IV.10 Tentang Aplikasi Genius HR

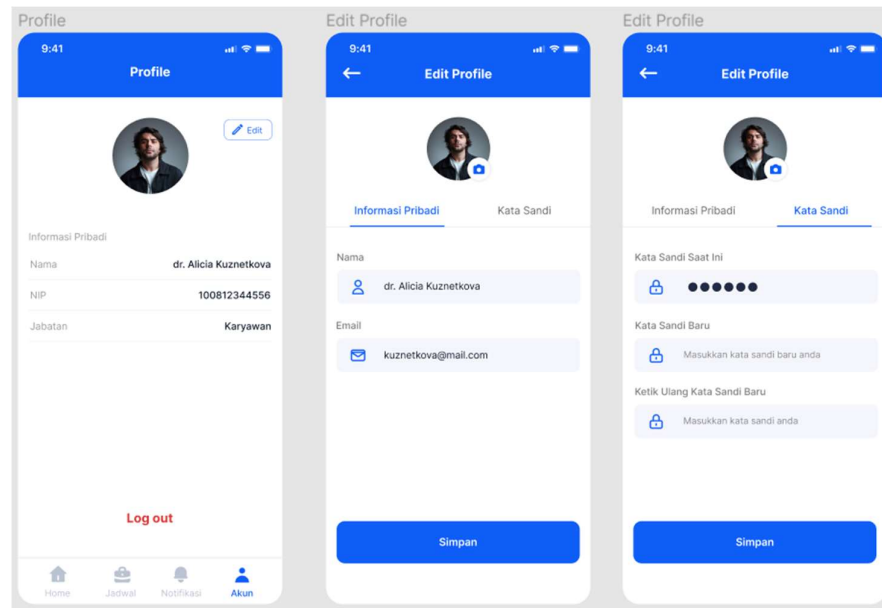


Gambar IV. 21 *MockUp* Aplikasi Genius HR

Sumber: Data Tim Genius HARI

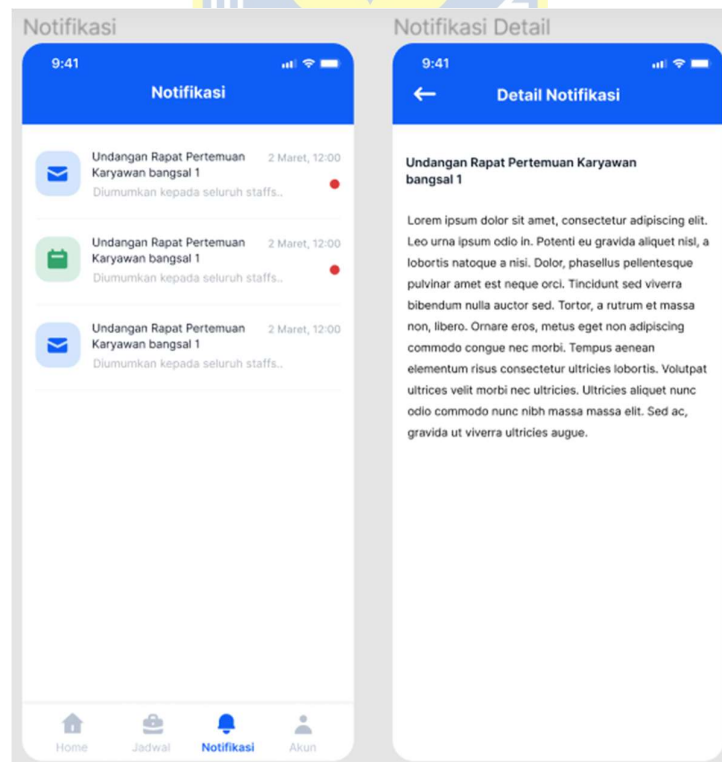
Aplikasi Genius HR berbasis android merupakan aplikasi *Human Resource Management* yang dapat digunakan sebagai *platform* karyawan untuk melakukan presensi, mengecek slip gaji, mengelola cuti, serta melakukan pengecekan jadwal dan agenda kerja. Aplikasi ini terhubung dengan website Genius HR dari perusahaan untuk memmanagement karyawan dalam sebuah perusahaan. Dalam aplikasi Genius HR berbasis android ini terdapat satu jenis user yaitu karyawan perusahaan yang terdaftar. Terdapat beberapa fitur dalam aplikasi ini diantaranya adalah:

## a) Profile



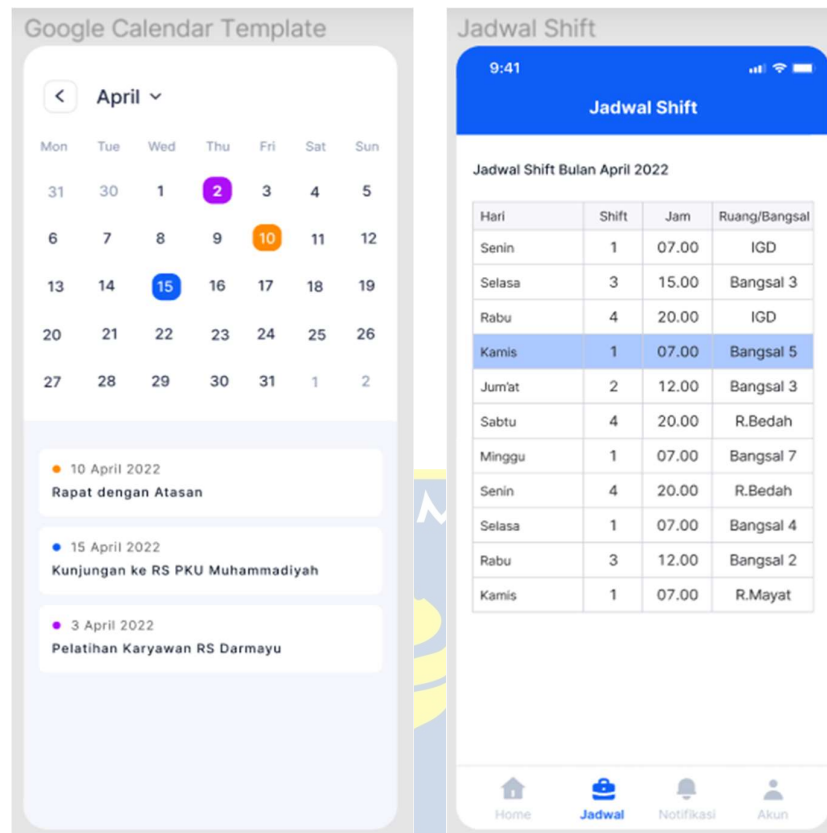
Gambar IV. 22 Screen Profile

## b) Notification



Gambar IV. 23 Screen Notification

## c) Kalender dan Jadwal



Gambar IV. 24 Screen Kalender dan Jadwal

## d) Fitur Login Register

**Register Page:**

- Register karyawan
- Form register untuk input nama, email dan *password*

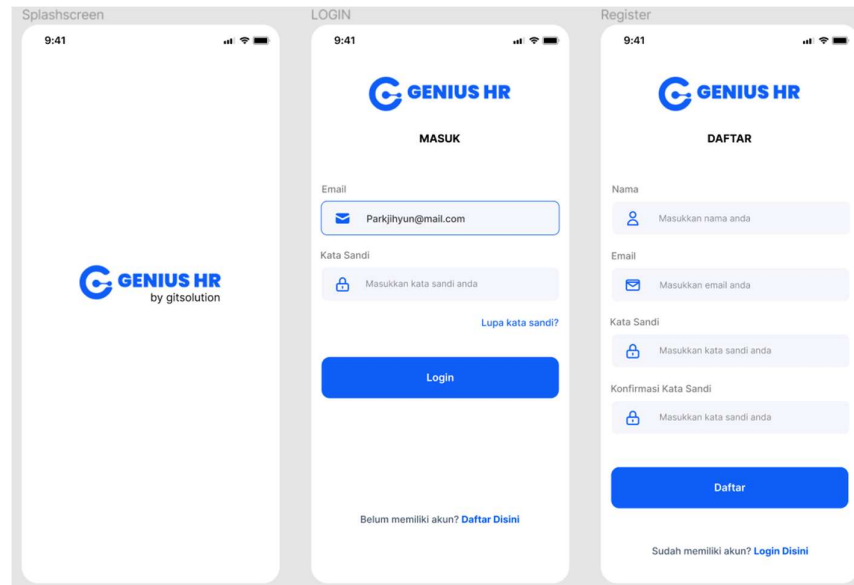
**Login Page:**

- Login page untuk karyawan
- Form login, input email dan *password*

**Forgot Password:**

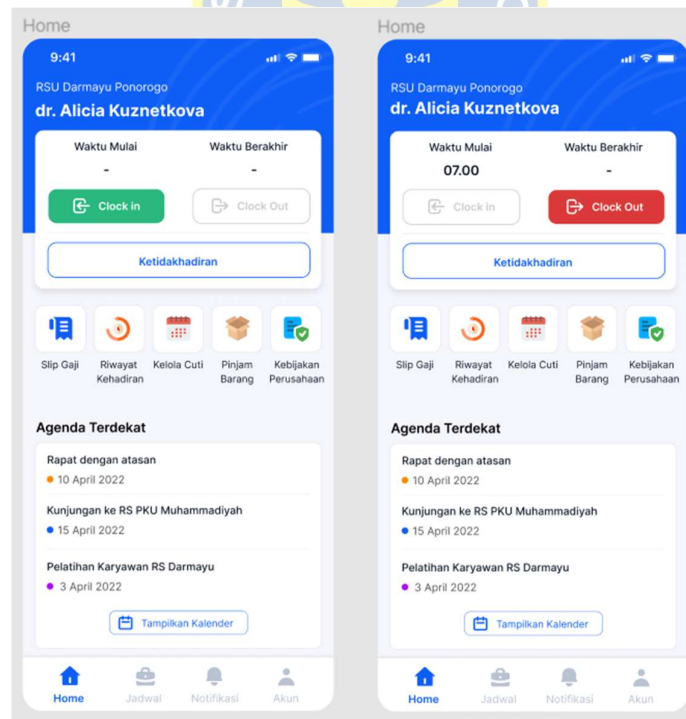
- System mengirimkan kode verifikasi melalui email.
- Form input verifikasi kode
- Form set *new password*





Gambar IV. 25 Screen Fitur Login Register

e) Home Screen



Gambar IV. 26 Home Screen

## f) Fitur Presensi

***Clock In (Start timer)***

- Presensi menggunakan akses kamera guna mengambil foto.
- Cek validitas tangkapan foto
- Mengambil data waktu saat ini dan *start timer*.

***Clock Out (Stop timer)***

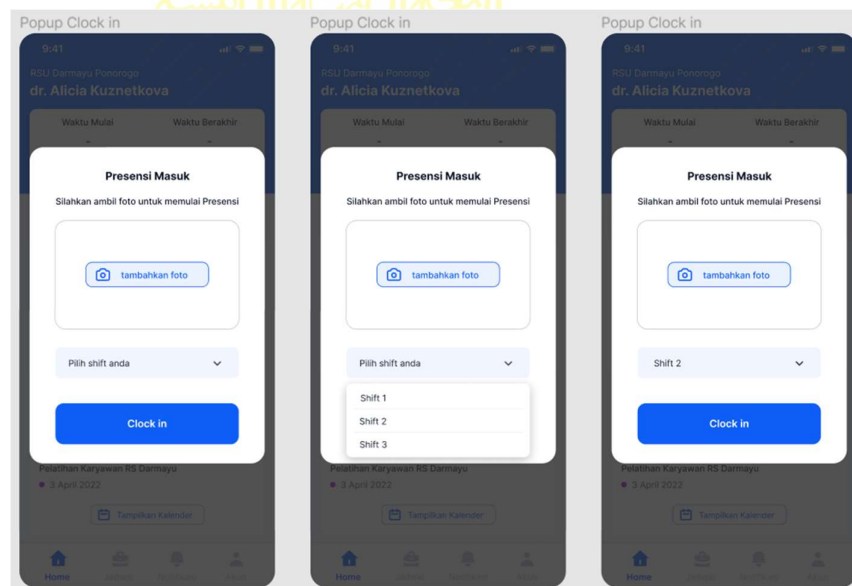
- *Stop timer* menggunakan akses kamera untuk mengambil foto
- Cek validitas tangkapan foto
- Mengambil data waktu dan *stop timer*.

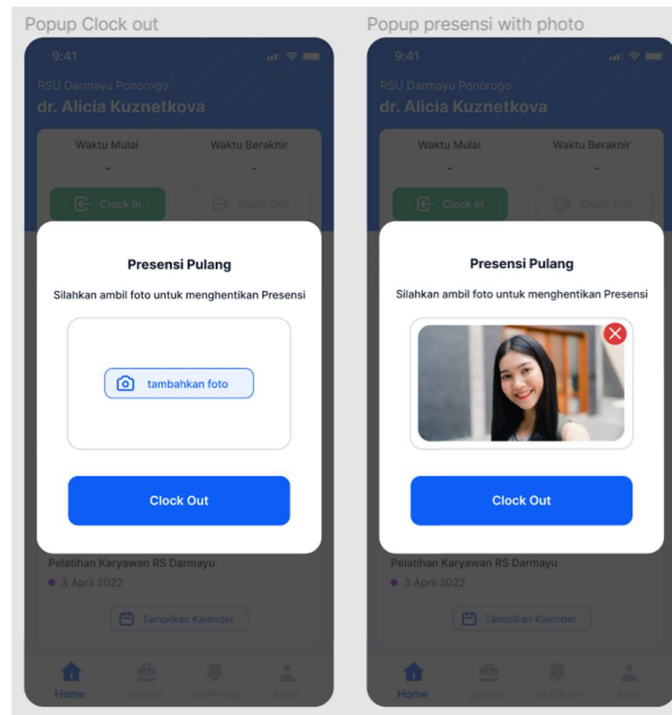
**Ketidakhadiran**

- Form input untuk alasan ketidakhadiran
- Form upload bukti ketidakhadiran.

**Riwayat presensi**

- Daftar presensi:
  - Hari, tanggal
  - Jam masuk
  - Jam keluar
  - Over time*





Gambar IV. 27 Screen Fitur Presensi

g) Fitur Kelola Cuti

**Ajukan Cuti**

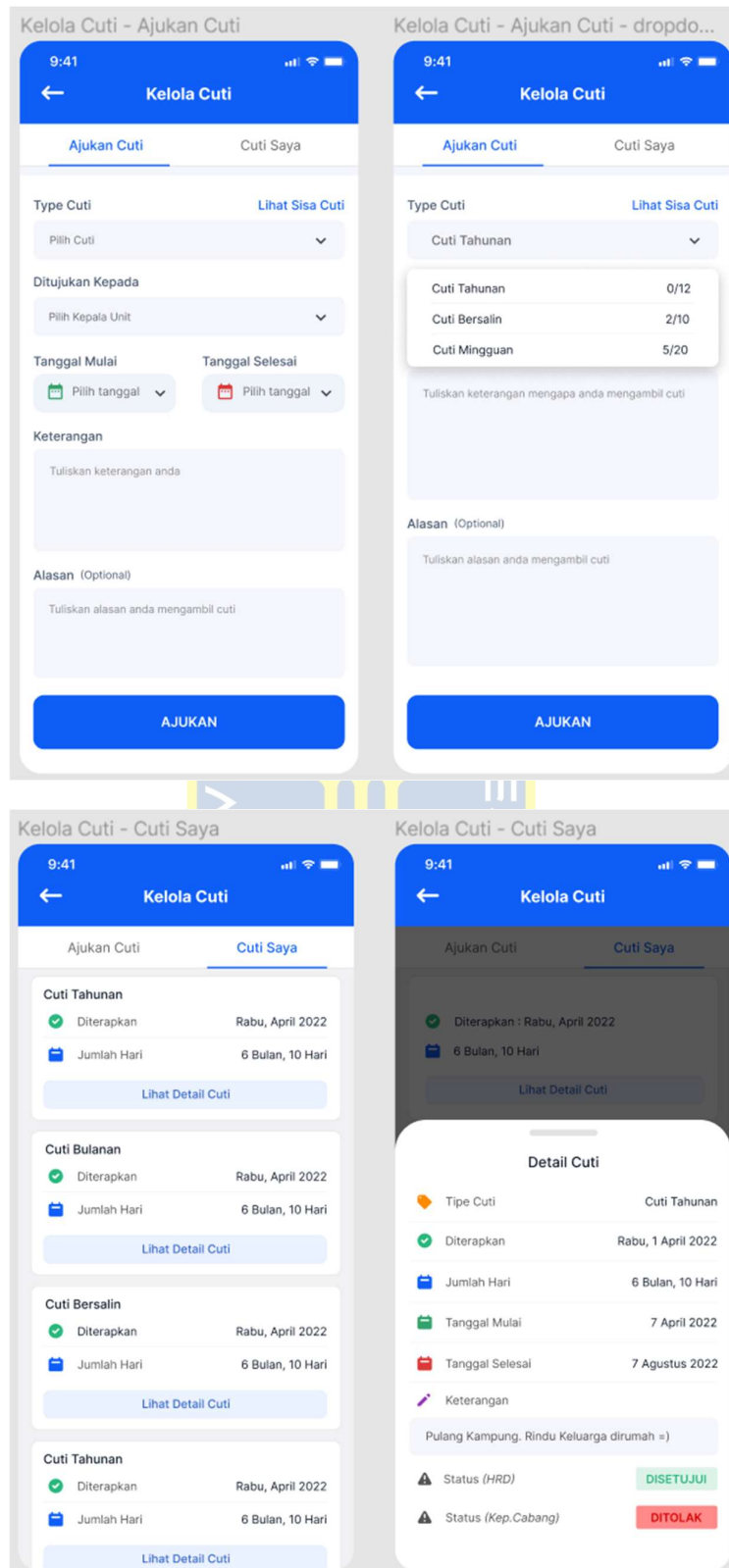
- Form pengajuan cuti
  - a. dropdown tipe cuti
  - b. tanggal mulai
  - c. tanggal selesai
  - d. deskripsi keterangan

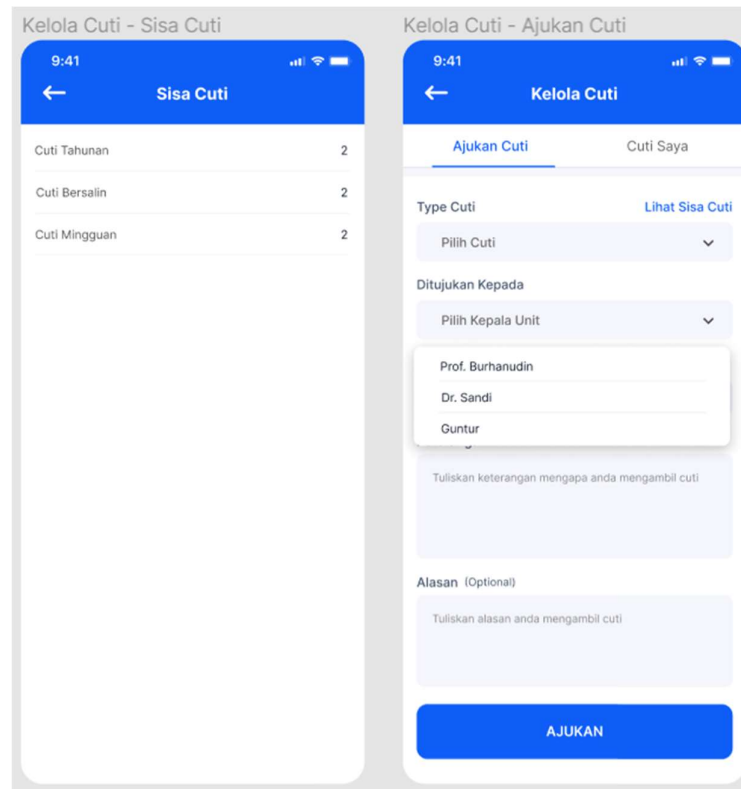
**Daftar Pengajuan Cuti**

- Daftar data pengajuan cuti
  - a. tipe cuti
  - b. tanggal pengajuan
  - c. jumlah hari cuti

**Detail Pengajuan Cuti**

- Detail informasi cuti:
  - a. Tipe cuti
  - b. Tanggal pengajuan
  - c. Jumlah hari cuti
  - d. Tanggal mulai cuti
  - e. Tanggal selesai cuti
  - f. Keterangan
  - g. Status pengajuan
  - h. Hapus pengajuan cuti





Gambar IV. 28 *Screen* Fitur Kelola Cuti

#### h) Fitur Kelola Slip Penggajian

##### Daftar Slip gaji

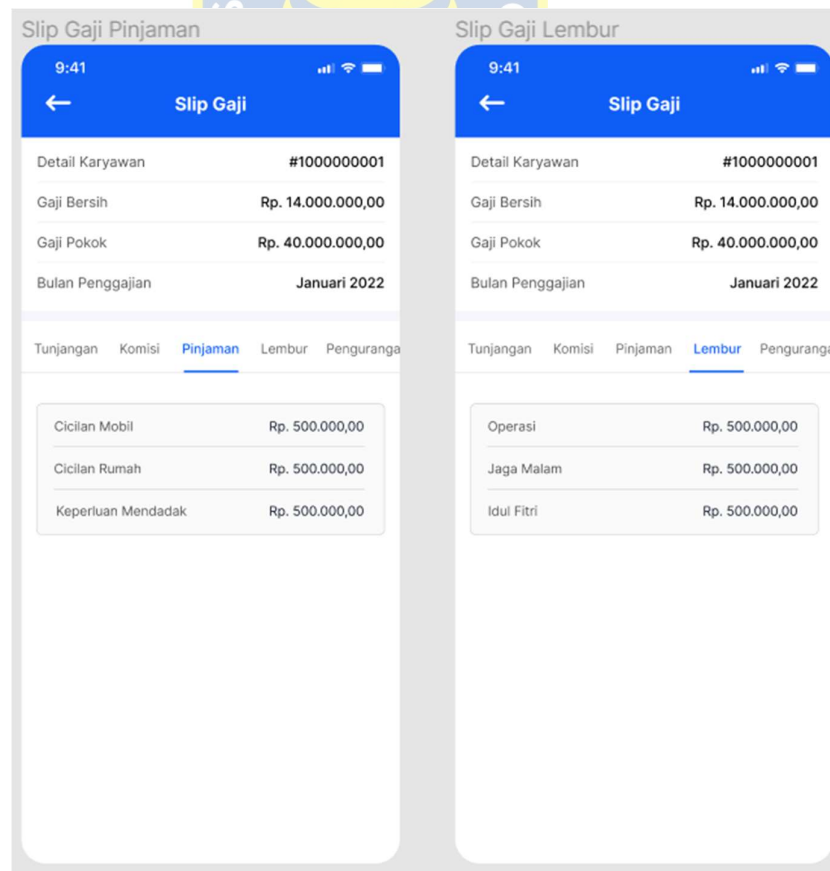
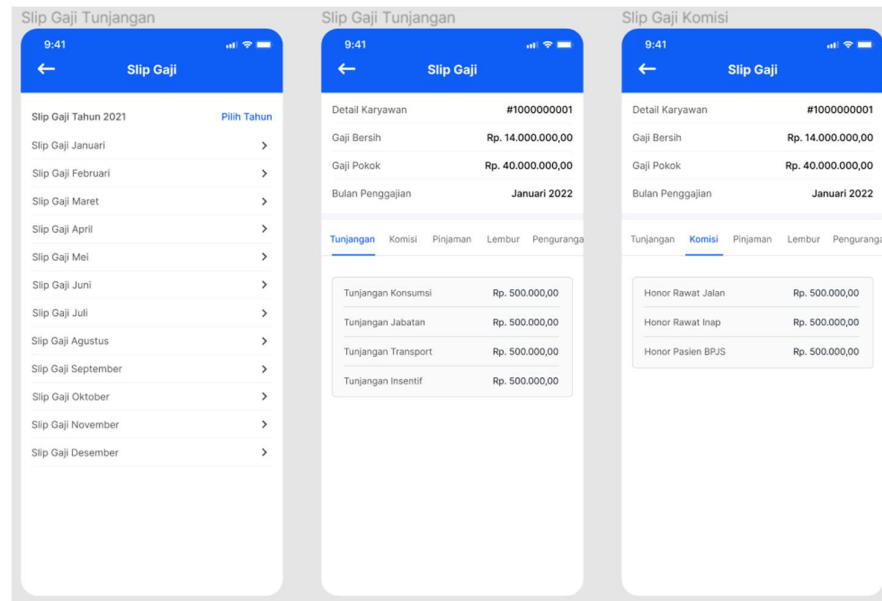
- Daftar slip gaji tiap bulan yang dikelompokkan berdasarkan tahun

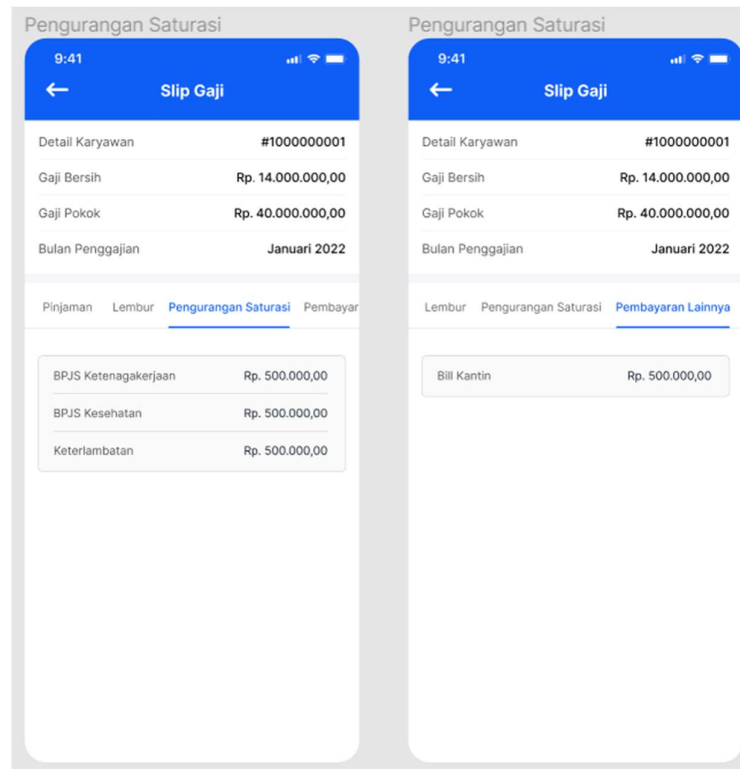
##### Detail slip gaji

- Menampilkan informasi data:
  - a. ID Karyawan
  - b. Jumlah gaji bersih
  - c. Jumlah gaji pokok

##### d. Bulan penggajian

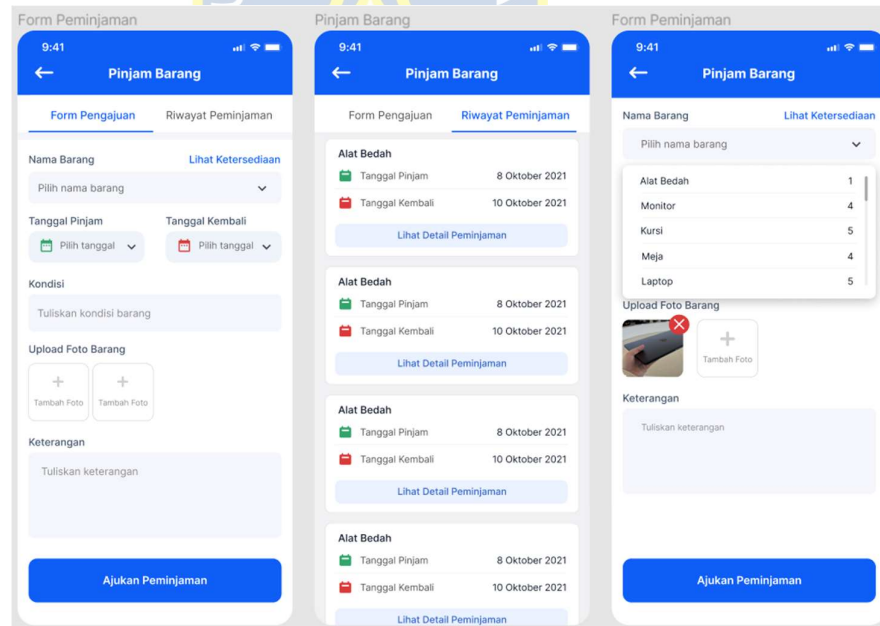
- Detail Tunjangan
- Detail Komisi
- Detail Pinjaman
- Detail Lembur
- Detail Pengurangan Saturasi
- Detail Pembayaran Lainnya





Gambar IV. 29 *Screen* Fitur Kelola Slip Penggajian

i) Fitur Pinjam Barang (Fitur Baru)



The image displays two mobile application screens side-by-side. The left screen, titled "Detail Barang", shows the details of a loaned item: "Macbook Air M2". It includes the loan date "24-01-2022" and the return date "28-01-2022". The condition is listed as "Mulus". A photo of the Macbook is shown under "Foto Barang". The description reads "Pinjam macbook untuk menunjang aktivitas WFH". A blue button at the bottom says "Ajukan Pengembalian". The right screen, titled "Form Kembalikan Barang", is a return form for the same item. It contains fields for "Nama Barang" (Macbook Air M2), "Tanggal Pinjam" (24-01-2022), "Tanggal Kembali" (28-01-2022), "Keterlambatan" (0/2 hari), "Kondisi" (Tuliskan kondisi barang), "Upload Foto Barang" (with two "Tambah Foto" buttons), and "Keterangan" (Tuliskan keterangan). A blue button at the bottom says "Kembalikan Barang".

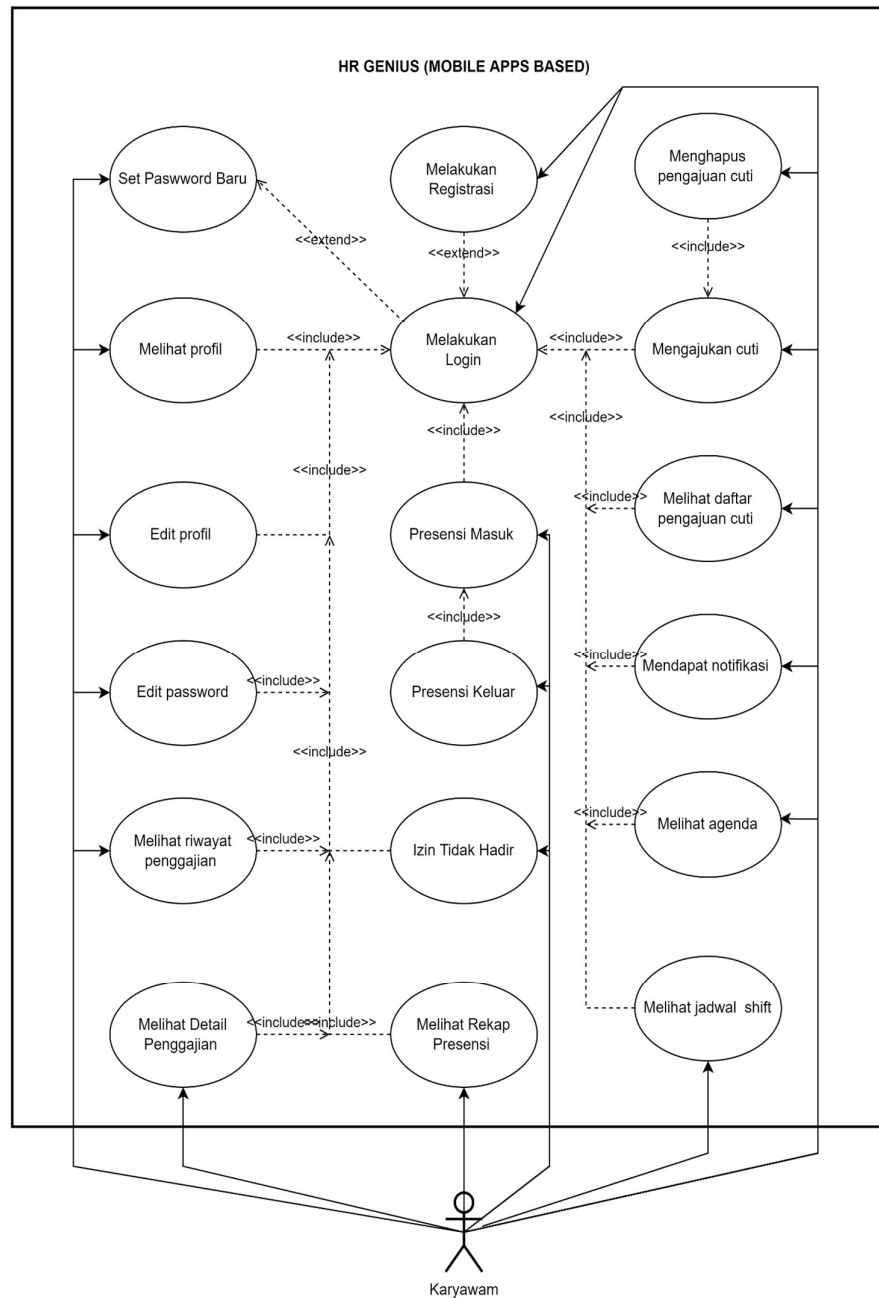
Gambar IV. 30 Screen Fitur Pinjam Barang (Fitur Baru)

Sumber: Figma Aplikasi Genius HR



#### IV.11 Struktur dan Penjelasan Alur Aplikasi

Adapun diagram alur atau *use case* diagram dari alur aplikasi, sebagai berikut:



Gambar IV. 31 use case Aplikasi Genius HR

Sumber: Data Tim Genius HR

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

##### **V.1.1 Penerapan segmenting, targeting dan positioning pada aplikasi**

###### **Genius HR**

Sebuah perusahaan tentunya memiliki sasaran penjualan produk untuk dijual ke pasar. Dalam penerapan segmenting, targeting dan positioning, perusahaan menerapkan dan mengupayakan hal tersebut untuk memenuhi kebutuhan dari permintaan pasar agar sesuai dengan kebutuhannya. Strategi segmenting, targeting dan positioning ini dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan serta perilaku konsumen. Segmentasi yang dilakukan oleh aplikasi Genius HR yaitu meliputi segmentasi geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Segmentasi utama di aplikasi Genius HR adalah perusahaan kecil dan menengah yang belum memiliki sistem pengelolaan kinerja formal, departemen HR dari perusahaan besar yang ingin meningkatkan efisiensi pengelolaan kinerja karyawan serta manajer proyek yang ingin meningkatkan kinerja tim mereka dan memantau proyek secara efektif. Targeting aplikasi Genius HR adalah perusahaan dengan jumlah karyawan yang banyak dan tersebar di berbagai lokasi, serta yang memiliki sistem manajemen kinerja yang belum terstruktur atau kurang efektif. Dalam positioning yang

diberikan aplikasi Genius HR terhadap konsumen yaitu memiliki nilai tambah sebagai solusi pengelolaan kinerja yang efektif dan efisien, dengan fokus pada kemudahan penggunaan dan integrasi dengan sistem HR yang sudah ada, aplikasi ini dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen kinerja karyawan dengan memberikan pengukuran kinerja yang akurat dan real-time, serta dapat membantu perusahaan dalam memantau pencapaian tujuan dan sasaran karyawan, sehingga dapat memperbaiki kinerja karyawan secara cepat dan tepat waktu.

#### V.1.2 Penerapan *Marketing MIX* pada Aplikasi Genius HR

Dalam aspek ini aplikasi Genius HR menggunakan *marketing MIX* 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence) yaitu:

##### 1. Product:

- Aplikasi manajemen kinerja karyawan yang dapat memberikan pengukuran kinerja yang akurat dan real-time.
- Aplikasi yang memiliki Fitur: login register, presensi dan Absen dengan menggunakan picture recognition (foto). (Clock in Clock Out), kelola cuti, kelola slip penggajian, dan daftar agenda membantu perusahaan dalam memantau pencapaian tujuan dan sasaran karyawan.
- Aplikasi yang meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam manajemen kinerja.
- Aplikasi yang memberikan umpan balik yang tepat waktu dan bermanfaat kepada karyawan.
- Aplikasi yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan.

##### 2. Price:

- Harga aplikasi yang terjangkau dan bersaing dengan aplikasi sejenis di pasaran (Harga langganan akan berbeda setiap fitur

yang diinginkan).

- Model harga berlangganan bulanan atau tahunan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

### 3. Place:

- Aplikasi yang dapat diakses secara online atau melalui aplikasi mobile.
- Dapat diakses di seluruh lokasi di mana karyawan dan manajer berada.

### 4. Promotion:

- Menggunakan teknik direct marketing, atau penawaran langsung melalui broadcast whatsapp dan mailchip.
- Menggunakan indirect marketing seperti iklan online, media sosial, dan telemarketing untuk mempromosikan aplikasi.
- Menawarkan diskon atau trial gratis untuk perusahaan yang tertarik menggunakan aplikasi.

### 5. People:

- Menyediakan dukungan pelanggan yang responsif dan ahli di bidang manajemen kinerja karyawan.
- Menyediakan pelatihan dan bimbingan bagi pengguna aplikasi.
- Menyediakan tim pengembangan aplikasi yang handal dan ahli.

### 6. Process:

- Proses pendaftaran dan penggunaan aplikasi yang mudah dan sederhana (user friendly).
- Proses pengukuran kinerja yang otomatis dan real-time.
- Proses evaluasi kinerja yang jelas dan dapat diakses oleh karyawan dan manajer.

### 7. Physical evidence:

- Tampilan aplikasi yang sederhana dan mudah di fahami.
- Interface aplikasi yang intuitif dan mudah digunakan.
- Dashboard dan laporan yang terstruktur dan mudah dimengerti.
- Dukungan dan pelatihan yang tersedia untuk pengguna aplikasi.

## V.1.3 Strategi Fungsional dan Strategi Bersaing

Strategi fungsional adalah rencana taktis yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan dengan memanfaatkan fungsi

spesifik yang ada dalam organisasi, seperti keuangan, pemasaran, produksi, dan sumber daya manusia. Berikut adalah contoh strategi fungsional untuk aplikasi Genius HR:

- Strategi Pemasaran:

Menargetkan pasar korporat untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran merek.

Membuat kampanye pemasaran melalui media sosial dan iklan Google Ads.

- Strategi Sumber Daya Manusia:

Melakukan rekrutmen dan seleksi yang ketat untuk memastikan kualitas karyawan yang bergabung.

Memberikan pelatihan dan pengembangan karyawan secara berkala untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka.

Menawarkan program insentif untuk memotivasi dan mempertahankan karyawan yang berkualitas.

- Strategi Keuangan:

Menjaga biaya operasional rendah dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan teknologi yang ada.

Meningkatkan arus kas dengan menjual paket pengelolaan kinerja karyawan yang lebih besar dan lebih mahal kepada perusahaan besar.

Strategi bersaing adalah rencana jangka panjang yang dirancang untuk memperoleh keunggulan dalam pasar yang kompetitif. Berikut adalah contoh strategi bersaing untuk aplikasi pengelola kinerja karyawan:

- Strategi Diferensiasi:

Menawarkan fitur yang berbeda dan unik dari pesaing, seperti integrasi dengan sistem HRIS atau AI untuk memprediksi kinerja karyawan di masa depan.

Meningkatkan pengalaman pengguna dengan memperbarui

antarmuka dan fitur aplikasi secara berkala.

- Strategi Fokus:

Menargetkan pasar khusus, seperti startup atau perusahaan kecil, yang memerlukan aplikasi pengelolaan kinerja karyawan yang terjangkau dan mudah digunakan.

Menawarkan paket pengelolaan kinerja karyawan yang sesuai dengan ukuran perusahaan dan anggaran yang dimilikinya.

- Strategi Pemimpin Biaya:

Menjaga biaya produksi dan operasional rendah dengan menggunakan teknologi yang efisien dan meminimalkan biaya pengembangan.

Menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing untuk menarik konsumen yang sensitif terhadap harga.

## V.2 Implikasi

### V.2.1 Implikasi Praktisi

Selama penelitian ini dilakukan dalam periode Februari hingga Juli banyak manfaat yang didapatkan penulis sebagai pembelajaran kedepan. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati fenomena-fenomena yang ada dalam perusahaan. Secara tertulis, penelitian ini ditulis pada naskah yang berisi masukan tentang program yang sedang dilakukan perusahaan dan kemudian bisa menjadi pertimbangan untuk dilakukan. Masukan ini juga berdasar dari materi perkuliahan yang ada selama ini dan dapat dipertanggung jawabkan.

Proyek aplikasi Genius HR merupakan produk yang menyasar pada pasar *Business to Business* atau B2B, yang mana B2B merupakan interaksi perdagangan dengan menggunakan jaringan internet antar pelaku bisnis, yaitu pembeli dari produk yang dijual oleh penjual bukan

konsumen akhir namun pabrikasi atau usaha perorangan di mana produk yang dibeli akan diproses lagi atau dijual langsung ke konsumen akhir (Rayport dan Bernard JJ, 2001:4).

Penulis dan tim *marketing* menerapkan komunikasi pemasaran terhadap aplikasi Genius HR dengan mengkombinasikan antara *Direct marketing* dan *Indirect marketing*. Tujuan awal penerapan komunikasi pemasaran tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan aplikasi Genius HR dengan *Direct marketing* sebagai teknik pemasaran utama dan *Indirect marketing* sebagai teknik pendukung atau pelengkap dari *Direct marketing*. Namun, produk Genius HR sejauh ini lebih efektif dipasarkan dengan strategi *Direct marketing*. Teknik ini dapat membantu meningkatkan *brand awareness* dan membangun citra positif terhadap produk.

Berdasarkan hasil riset salah satu cara yang dapat dilakukan dalam penerapan teknik *direct marketing* untuk pemasaran aplikasi Genius HR adalah dengan mengirimkan pesan teks ke calon konsumen yang sudah terdaftar di *database* perusahaan melalui *broadcase* whatsapp. Kemudian menggunakan platform email *marketing* pihak ketiga yang memungkinkan para bisnis dan marketer mengelola email list dan *newsletter* serta menjalankan kampanye marketing secara otomatis (Mailchimp). Penerapan Telemarketing juga dilakukan dengan menghubungi via telepon kepada nomor-nomor HRD yang sudah tercatat pada database perusahaan di jam 09.00-11.30 WIB. Setelah itu,

tim *development* aplikasi Genius HR melakukan proses *pitching* atau presentasi yang dilakukan oleh seseorang atau sebuah perusahaan kepada *audiens* yang terdiri dari investor, klien, atau stakeholder lainnya, dengan tujuan untuk menjual ide, produk, atau jasa yang ditawarkan.

### V.2.2 Implikas Akademisi

Meningkatkan kualitas pengetahuan kepada konsumen tentang penerapan *marketing MIX*, STP serta strategi fungsional dan strategi bersaing yang berhubungan proyek yang dilaksanakan oleh penulis selama pelaksanaan magang perusahaan kepada seluruh konsumen.

Bagi para akademisi yang melakukan penelitian selanjutnya, bisa untuk membandingkan apa yang dilakukan oleh divisi *Business Development* terhadap aplikasi Genius HR atau sejenisnya dengan pengembangan teori lain seperti *Customer Relationship Management* yang berfokus pada hubungan terhadap konsumen akhir.

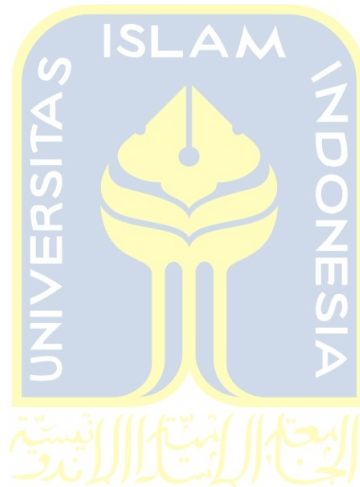
### V.3 Saran

Penulis dengan beberapa pertimbangan, menyarankan bagi perusahaan untuk:

1. Terus melakukan evaluasi terhadap efektivitas teknik *marketing* yang diterapkan, serta mencari cara agar meningkatkan efektivitas tersebut.
2. Dapat mencoba menggabungkan teknik *marketing* lain seperti, *content marketing* atau *influencer marketing* untuk meningkatkan penjualan aplikasi Genius HR.
3. Perusahaan disarankan untuk membuat *marketing kit* yang informatif dan



menarik sebagai media promosi yang dapat dikirimkan pada saat melakukan *Direct marketing* agar *client* tertarik untuk melakukan *pitching*. Contoh *marketing kit*, seperti pembuatan video dan poster yang berisikan pengenalan fitur yang ada pada aplikasi Genius HR (pengenalan *dashboard*, sekilas tentang penggunaan fitur, dll) agar secara sekilas calon klien faham dan penasaran mengenai kualitas aplikasi Genius HR.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Diterjemahkan oleh David Wijaya dkk. Jakarta: Salemba Empat.
- Afifuddin. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Afiyanti. (2008). *Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif Yati*. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58–62.
- Auliasari, Karina., Kertaningtyas, Mariza & Basuki, Diah W.L. 2021. *Penerapan AIDA pada Pembuatan Konten Digital Marketing Kreasi Kayu IMMUX*.
- Cangara, Hafied. 1998:17-18. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Christina, Merry, 2011, *Karakteristik Website B2B*, <http://merrynanachristina.com/2011/05/karakteristik-websiteb2b.html>.
- Cravens, D, Q., & Piercy N, F. (2013). *Strategic Marketing Tenth Edition*. New York: McGraw Hill.
- Dmitry, Y. 2017. *Direct Instagram Messages: The Promotional Tool That Makes 56.8% of Sales*. Bigbangram. <https://www.google.co.id/amp/s/bigbangram.com/blog/instagram-sales/how-toengage-customers-with-directmessages-practical-tips/amp/>
- Dwinugraha, Rifqi Caesara. (2020). *Analisis Pengaruh Direct Marketing dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Kesadaran Merek Shoe Cleaning & Care Candu Bersih*. Malang: FEB Universitas Brawijaya Malang.
- Francisca, Robert. 2017. *Implementasi Total Quality Management Terhadap Budaya Kualitas, Al Ulum, Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 3, No. 2, 2017.
- Habibie, Muhammad Tri., Sulaiman, Han., Wirawan, Rio. (2019). *“Rancang Bangun Aplikasi Manajemen Sumber Daya Manusia pada PT. ALTERMYTH”*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI Jakarta dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Hasibuan S.P, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

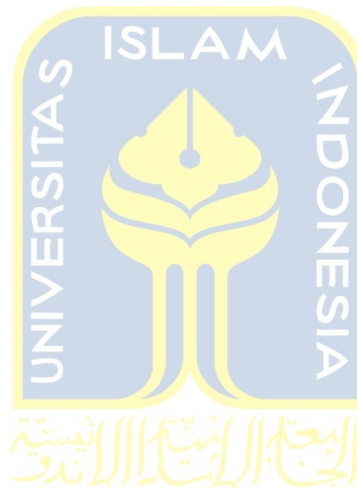
- Hendra, yan., Rudianto & Priadi, Ribut. 2015. *Analisis Model Komunikasi Efektif dalam Komunikasi Mitigasi Bencana*. Sumatra Utara: Universitas Muhammadiyah.
- Hidayat, M. A., & Meiranto, W. 2014. *Prediksi Financial Distress Perusahaan Manufaktur Di Indonesia*. None, 3(3), 538–548.
- Hollander, J.A. (2004). *The social contexts of focus groups*. *Journal of Contemporary Ethnography*, 33, 5, 602-637.
- Holliman, Geraint and Jennifer Rowley. 2014. “Business to Business Digital Content Marketing: Marketers' Perceptions of Best Practice,” *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8, 4, 269–93.
- Irwanto. 2006. *Forum Group Discussion*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kenneth C. Laudon, dan Jane P. Laudon. 2003. *Essential of Management Information System*, New Jersey: Prentice Hall, Inc,
- Kotler, Philip & Armstrong, 2016: *Principles of Marketing, 15th Edition*. New jersey: Pearson Prectice Hall.
- Kotler, P & Keller, KL. 2012. *Marketing Management*. Boston Pearson.
- Kotler, P & Keller, KL. 2016. *Marketing Management*. 15 edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, P.T., Keller, K.L. 2016. *Marketing Management*. Global Edition.
- Kotler, P & Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2010. *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America: Pearson.
- Laudon, K.C. dan Laudon, J.P. 2015. *Sistem informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital*. Jakarta: Penernit Salemba Empat.
- Lehoux P., Blake P. & Daudelin, G. 2006. *Focus group research and ‘the patient’s view’*. *Social Science and Medicine*, 63, 2091-2104.
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. 2006. *What Makes a Great Customer Experience*. Cranfield Customer Management Forum.

- Lofland, John & Lyn H. Lofland. 1984. *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*, Belmont, Cal Wadsworth Publishing Company.
- Mc Millan & Schumacher. 2003. *Pengertian penelitian kualitatif*. [Httpxondis.blogspot.com](http://xondis.blogspot.com).
- McMillan, James H., & Schumacher, Sally. (2003). *Research in Education*. New Jersey: Pearson.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. \*-Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Odediran M., Sunday Julius, Babalola1, Olubola and Hakeem A. Adebisi. 2013. *Assessment of Business Development Strategies in the Nigerian Construction Industry Journal of Business & Management. Volume 2, Issue 1 34-45 ISSN 2291-1995 E-ISSN 2291-2002 Published by Science and Education Centre of North America*.
- Onno W. Purbo, dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal E-commerce*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo,
- Pebrina, Yetina., Jonathan, Robin & Heriyanto. 2019. *Pengaruh Strategi Direct Marketing dan Advertising Terhadap Keputusan Membeli di Perusahaan Shopie Paris Samarinda*. Samarinda: Universitas 17 Agustus 1945.
- Purbo, Onno W. & Wahyudi, Aang Arif. 2001. *Mengenal eCommerce*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Purnomo, Satrio Mulyo. 2013. *Pengaruh Twitter Account @Inibaruhidup sebagai Social Media Terhadap Loyalitas Merek Nescafe Indonesia*.
- Putri, Asri Dwija. (2015). *“Sumber Daya Manusia, Good Corporate Governace, dan Kinerja Perusahaan”*. Bali: FEB Universitas Udayana.
- Raymond, McLeod, Jr. 2001. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 7 Jilid 2*. Prehallindo. Jakarta.
- Rayport, J.F dan Bernard, J. Jaworski. 2001. *Introduction to e-commerce*, Boston: McGraw Hill.
- Riyanto, Y. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Rokhmat, J., & Sudirman, S. 2017. *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Berprestasi terhadap Kinerja Guru Madrasah Ibtidaiyah di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur*. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*.

- Sa'diyah, L. 2017. *Strategi Promosi di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Diera Generasi Z*. Universitas Trunojoyo Madura.
- Setiawan, ER. 2011. *Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tirtasani Royal Resort Malang (Studi Pada Pembeli Perumahan Tirtasani Royal Resort Malang)*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Slavin (2008:4) “Direct marketing adalah jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk memperoleh tanggapan dari calon konsumen, baik melalui komunikasi telepon, surat, e-mail, atau faks”.
- Solikahan, Eka Zahra & Ariawan (2021). “Perusahaan Sektor Telekomunikasi Bangkrut? Analisis dan Evaluasi Model”. Gorontalo: Universitas Ichsan Gorontalo.
- Strauss, Judy & Frost, Raymond. (2012). *E-Marketing edisi internasional ke 6*. London: Pearson.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R &D Bandung*, Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Swastha, B & Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Tritama, HB & Tarigan, RE. 2016. *The Effect of Social Media to The Brand Awareness of a Product of a Company*. *International Journal of Communication & Information Technology (CommIT) Vol. 10 No. 1*. University of Pelita Harapan, Jakarta.
- Tubbs, Stewart L. & Moss, Sylvia. 2001. *Human Communication*. Bandung: Remaja rosda karya.
- Tulasi, D. 2012. *Marketing Communication dan Brand Awareness*. Binus University. Jakarta Barat.
- Wahyuni, S, Fourqoniyah, F & Arsyad, AW. 2019. *Pengaruh Konten Instagram @SMRFOODIES Terhadap Minat Beli Followers*. *E-Journal Ilmu Komunikasi*. Volume 7 Nomor 1.
- Widoyoko, Ek. P. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

*Zeithaml, Valarie A and Bitner. (2000). Service Marketing 2nd edition: Integrating Customer Focus. New York. McGraw-Hill Inc.*

*Zulfikar, Alif Ryan & Mikhriani. 2017. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta.*



Lampiran A  
TOR

**PT.GITSOLUTION**  
SOFTWARE DEVELOPMENT  
TRAINING INFORMATION TECHNOLOGY



Alamat :  
Girha Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Jl. Ringroad Utara - Condong Catur,  
Sleman, Yogyakarta

0274 844 201 EXT 121  
www.gitsolution.co.id

**SURAT PERNYATAAN KESANGGUPAN**

Yang bertandatangan dibawah ini:

**Nama** : Dinni Kurnianti  
**Alamat** : PPS Al-Muhsin, Jalan Nglaren Sari No 111, RT3/RW24 Condongcatur,  
Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta 55283  
**NIK** : 2101075407010002  
**Posisi Magang** : Business Development

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa Saya sanggup:

1. Melaksanakan tugas menjadi peserta dalam Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbudristek di PT. GIT Solution dengan masa waktu **22 Februari sampai dengan 23 Juli 2022.**
2. Melaksanakan semua perintah kerja (*job description*) dan petunjuk atau instruksi yang diberikan oleh penyelia, baik secara lisan maupun tulisan, dalam hal urusan pekerjaan dengan penuh tanggung jawab dan sebaik-baiknya.
3. Melaksanakan program magang dengan metode *hybrid (Work From Home & Work From Office)* sesuai jadwal yang telah ditentukan dan atau sesuai kesepakatan antara peserta dan penyelia.
4. Menjaga kerahasiaan dan nama baik PT. GIT Solution.
- 5.
6. Menaati dan menjalankan peraturan dan tata tertib yang berlaku di PT. GIT Solution.
7. Menjaga dan memelihara suasana yang sehat dan harmonis dalam hubungan kerja dengan atasan, teman kerja, dan relasi.
8. Bersedia untuk menerima insentif Rp. 2.000.000,- (dua juta rupiah) setiap bulan selama program berlangsung yang akan diberikan oleh panitia Kampus Merdeka (Pokja).

Demikian surat kesanggupan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Yogyakarta,  
Hormat saya,

(Dinni Kurnianti)

Lampiran A. 1 TOR

## Lampiran B

### Log Activity

Minggu/Tgl	Kegiatan
Minggu ke-1 (21-25 Februari 2022)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pisah Sambut Peserta MSIB Batch 1 &amp; 2 PT GIT Solution</li><li>- Sosialisasi/On-boarding PT GIT Solution</li><li>- Mempelajari Git Office dan Scrum</li><li>- First Meeting dan Perkenalan</li></ul>
Minggu ke-2 (28 Februari-04 Maret 2022)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pengenalan Proyek dan website HR Genius serta pembagian tugas tim</li><li>- Menyusun dan membahas <i>timeline</i> untuk 6 bulan kedepan</li><li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li></ul>
Minggu ke-3 (07-11 Maret 2022)	<ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Research</i> Kebutuhan Software, produk, dan pasar</li><li>- Menyusun dan membahas <i>timeline</i> untuk 6 bulan kedepan</li><li>- Pengerjaan BMC</li><li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li><li>- Pembahasan kebutuhan Software</li></ul>
Minggu ke-4 14-18 Maret 2022)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menyusun dan membahas <i>timeline</i> untuk 6 bulan kedepan</li><li>- Pengerjaan BMC</li><li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li><li>- Pembahasan kebutuhan Software</li><li>- <i>Research</i> analisis SWOT dan kompetitor</li></ul>
Minggu ke-5 (21-25 Maret 2022)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menyusun dan membahas <i>timeline</i> untuk 6 bulan kedepan</li><li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li><li>- Pembahasan kebutuhan Software</li><li>- <i>Research</i> analisis SWOT dan kompetitor</li></ul>
Minggu ke-6 (28 Maret-01 April 2022)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menyusun dan membahas <i>timeline</i> untuk 6 bulan kedepan</li><li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li><li>- Pembahasan kebutuhan Software</li><li>- Pembahasan Logo website</li><li>- <i>Research</i> konten sosial media dan Penyusunan <i>timeline</i> konten sosial media</li><li>- Mapping Pasar</li></ul>
Minggu ke-7 04-08 April 2022)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li><li>- Pembahasan Logo website</li><li>- <i>Research</i> konten sosial media dan Penyusunan <i>timeline</i> konten sosial media</li><li>- Pembuatan sosial media beserta konten sosial media</li><li>- Mapping Pasar</li></ul>



Minggu ke-8 11-15 April 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- Pembahasan Logo website</li> <li>- <i>Research</i> konten sosial media dan Penyusunan <i>timeline</i> konten sosial media</li> <li>- Pembuatan sosial media beserta konten sosial media</li> <li>- Mapping Pasar</li> </ul>
Minggu ke-9 18-22 April 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi</li> <li>- Pembuatan sosial media beserta konten sosial media</li> <li>- <i>Research</i> Trend terkini</li> <li>- Mapping Pasar</li> </ul>
Minggu ke-10 (25-29 April 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- Pembuatan sosial media beserta konten sosial media</li> <li>- <i>Research</i> Trend terkini</li> <li>- <i>Research</i> fitur dan menambah fitur/tools yang ada di web Genius HR</li> </ul>
Minggu ke-11 (2-6 Mei 2022)	- LIBUR EID FITR
Minggu ke-12 (09-13 Mei 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progress ke mentor</li> <li>- <i>Research</i> fitur dan Menambah fitur/tools yang ada di web Genius HR</li> <li>- Pembuatan use case mobile App Based Genius HR</li> <li>- Pemberangkatan ke Jogja, Pelaksanaan WFO Perdana, dan First Gathering</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan konten sosial media</li> </ul>
Minggu ke-13 (16-20 Mei 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progress ke mentor</li> <li>- Pembuatan RAB</li> <li>- Pemberangkatan ke Jogja, Pelaksanaan WFO Perdana, dan First Gathering</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan konten sosial media</li> </ul>
Minggu ke-14 (23-27 Mei 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progress ke mentor</li> <li>- <i>Research</i> fitur dan Menambah fitur/tools yang ada di web Genius HR</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Pemberangkatan ke Jogja, Pelaksanaan WFO Perdana, dan First Gathering</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan konten sosial media</li> </ul>
Minggu ke-15 (30 Mei-03 Juni 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progress ke mentor</li> <li>- <i>Research</i> fitur dan Menambah fitur/tools yang ada di web Genius HR</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan konten sosial media</li> <li>- Pembuatan video dan poster marketing KIT</li> <li>- Pembuatan Business Pitch dan proposal penawaran</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan SRS Genius HR</li> <li>- <i>Research</i> dan menghubungi target <i>client</i></li> <li>- Pembuatan artikel marketing</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan Pembuatan konten sosial media</li> </ul>
Minggu ke-16 (06-10 Juni 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- Pembuatan video dan poster marketing KIT</li> <li>- Pembuatan <i>Business Pitch</i> dan proposal penawaran</li> <li>- Pembuatan SRS Genius HR</li> <li>- <i>Research</i> dan menghubungi target <i>client</i></li> <li>- Pembuatan artikel marketing</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan Pembuatan konten sosial media</li> </ul>
Minggu ke- 17 (13-17 Juni 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- Pembuatan video dan poster marketing KIT</li> <li>- Pembuatan <i>Business Pitch</i> dan proposal penawaran</li> <li>- <i>Research</i> dan menghubungi target <i>client</i></li> <li>- Pelaksanaan siaran di MQFM</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan Pembuatan konten sosial media</li> </ul>
Minggu ke-18 (20-24 Juni 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- Pembuatan video dan poster marketing KIT</li> <li>- Pembuatan <i>Business Pitch</i> dan proposal penawaran</li> <li>- Pembuatan SRS Genius HR</li> <li>- Pelaksanaan partnership (<i>Workshop</i>) dengan RBTV</li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan Pembuatan konten sosial media</li> <li>- Pelaksanaan presentasi di Ponorogo (RS Darmayu)</li> </ul>
Minggu ke-19 (27 Juni-01 Juli 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- <i>Research</i> dan menghubungi target <i>client</i></li> <li>- Pembuatan android dan website</li> <li>- Penyusunan <i>timeline</i> dan Pembuatan konten sosial media</li> </ul>
Minggu ke-20 (04-08 Juli 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- Pelaksanaan siaran (<i>Marketing</i>) pada rubrik “<i>StarUp Clinic</i>” di RBTV</li> <li>- Membuat dan mengupload konten artikel pada LinkedIn</li> <li>- <i>Research</i> calon <i>client</i></li> </ul>
Minggu ke-21 (11-15 Juli 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting Divisi dan penyampaian progres ke mentor</li> <li>- Pembuatan konten artikel pada LinkedIn</li> <li>- <i>Mapping</i> pasar</li> <li>- Menghubungi calon <i>client</i> (dari data hasil <i>research</i>)</li> <li>- Menyelesaikan <i>feeds</i> Instagram Magang Merdeka Batch 02</li> </ul>
Minggu ke-22 (18-22 Juli 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluasi Proyek</li> <li>- Graduation Magang merdeka Batch 02</li> </ul>

**Lampiran C**  
Surat Pernyataan Kerahasiaan (*confidential*)

**PT.GITSOLUTION**  
Software & Game Development -  
Creative Multimedia - Training Center

Alamat:  
Grha Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Jl. Ringroad Utara - Condong Catur,  
Sleman, Yogyakarta

0274 884 201 ext 121  
www.gitsolution.co.id

---

**SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAMPIRKAN DOKUMEN TEKNIS**  
No. C.041/SKet/GITS/VI/2022

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fiyas Mahananing Puri  
Jabatan : Direktur SDM & Keuangan  
Bertindak untuk dan atas nama : PT. GIT Solution  
Alamat : Grha Universitas AMIKOM Yogyakarta Gedung 1 Lantai 2  
Jl. Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta  
Telepon : 0274 – 884201 ext 121

Menerangkan bahwa setiap dokumen yang berkaitan dengan pekerjaan yang dikembangkan pada Departemen Software Development PT. GIT Solution bersifat **Confidential** yang tidak dapat kami sertakan untuk lampiran Laporan Kegiatan Magang yang dilakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya penuh tanggung jawab dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 27 Juni 2022  
PT. GIT Solution

  
Fiyas Mahananing P.  
Direktur SDM & Keuangan

Lampiran C. 1 Surat Pernyataan Kerahasiaan (*confidential*)

## Lampiran D

### Surat Rekomendasi Magang



#### SURAT REKOMENDASI

No: 155/Ka.ProdiMnj/10/Prodi.Mj/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D.  
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen Strata 1  
NIP : 073110101

Memberikan rekomendasi kepada:

Nama : Dinni Kurnianti  
NIM : 19311419  
Program Studi/Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Bisnis dan Ekonomika  
Semester : IV  
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3.9

Untuk mendaftarkan diri dan menjadi peserta program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Angkatan 2 Tahun 2022 dengan rincian:

1. Mahasiswa akan mengikuti Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Angkatan 2 Tahun 2022 secara penuh dan bertanggungjawab;
2. Mahasiswa sanggup ditempatkan di mitra Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat di seluruh wilayah Indonesia sesuai hasil seleksi dan proses konsolidasi antara prodi asal mahasiswa terpilih dengan Mitra Industri yang telah ditetapkan.
3. Mahasiswa sanggup melakukan perjalanan lintas kabupaten/kota/provinsi jika diperlukan sesuai penempatan yang ditetapkan oleh panitia Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat dengan memperhatikan secara ketat protokol kesehatan

Selain hal tersebut di atas, sebagai bentuk dukungan dan fasilitasi bagi mahasiswa, kami menyatakan kesediaan untuk:

1. Memberikan dukungan sepenuhnya selama mengikuti Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat sejak awal sampai akhir program;
2. Mendukung proses belajar mahasiswa melalui pengalaman Magang dan Studi Independen Bersertifikat; dan
3. Memberikan pengakuan dan konversi setara 20 sks bagi mahasiswa setelah penyelesaian program.

Demikian surat rekomendasi ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 28 Januari 2022  
Ketua Prodi Manajemen S1,  
  
Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D.

## Lampiran E

Surat Pernyataan Kesanggupan Pelaksanaan MBKM

### Surat Pernyataan Kesanggupan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia peserta Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka pada Semester 6 Tahun 2022/2023:

Nama : Dinni Kurnianti  
NIM : 19311419  
Prodi/Jurusan/Fakultas/Universitas : Manajemen/Manajemen/Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan:

1. Siap menjalankan dan menyelesaikan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka untuk bentuk pembelajaran Magang di PT Gitsolution (IT Total Solution) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi selama 5 bulan (21 Februari 2022 – 22 Juli 2022);
2. Mengikuti ketentuan yang ditetapkan oleh penyelenggara, institusi tempat Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka, dan Universitas Islam Indonesia; dan
3. Menerima penyetaraan beban belajar Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka dengan sejumlah SKS dan/atau SKP sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Program Studi.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan secara semestinya.

Menyetujui,  
Orang Tua/Wali Mahasiswa



Zariah

Yogyakarta, 21 Februari 2022  
Peserta Program MBKM



Dinni Kurnianti  
19311419

## Lampiran F

### Surat Keterangan Penerimaan Magang

<b>PT.GITSOLUTION</b> Software & Game Development – Creative Multimedia – Training Center		Alamat: Griha Universitas AMIKOM Yogyakarta Jl. Ringroad Utara – Condong Catur, Sleman, Yogyakarta  0274 884 201 ext 121 www.gitsolution.co.id
---	--	--

No : C.007/Sket/GITS/II/2022  
Lampiran : -  
Hal : Surat Keterangan Penerimaan Magang

Yogyakarta, 11 Februari 2022

Kepada Yth,  
Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D  
**Ketua Program Studi Manajemen Strata 1**  
**Universitas Islam Indonesia**  
di tempat

Dengan hormat,  
Sehubungan dengan Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbudristek, maka dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa :

No	Nama	NIM	Posisi
1.	Dinni Kurnianti	19311419	Business Development

**Diterima Magang** di perusahaan/intitansi PT. GIT Solution sebagai mitra program tersebut diatas, mulai tanggal 21 Februari 2022 s/d 23 July 2022.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat Kami,  
**PT GIT Solution**



**Fivas Mahananing Puri**

Lampiran F. 1 Surat Keterangan Penerimaan Magang

## Lampiran G

### Surat Pelaksanaan untuk Tugas Akhir



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja  
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok  
Semarang, Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 883087, 885376;  
F. (0274) 882589  
E. [fe@uii.ac.id](mailto:fe@uii.ac.id)  
W. [econ.uii.ac.id](http://econ.uii.ac.id)

Nomor : 541/DEK/10/Prodi.Mj/III/2022  
Lamp : 1 lembar  
Hal : Pelaksanaan Magang Untuk Tugas Akhir

Kepada Yth.  
**Muchsin Muthohar, Drs., MBA.**  
Dosen tetap Prodi Manajemen  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Diberitahukan Bahwa :

**Nama** : Dinni Kurnianti

**No. Mahasiswa** : 19311419

**Konsentrasi** : Pemasaran

Mahasiswa tersebut telah memenuhi syarat untuk diizinkan **Melakukan Pelaksanaan Magang Untuk Tugas Akhir** pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 dengan jangka waktu konsultasi mulai tanggal **28 Maret 2022 s/d 28 Agustus 2022**.

Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu agar membimbing mahasiswa tersebut (*diharap memberi jadwal bimbingan minimal 2x dalam satu bulan*)

Atas perhatian Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*


Yogyakarta, 21 Maret 2022

Dekan  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
★ YOGYAKARTA ★  
Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D.



## Lampiran H

### Surat Pernyataan Tanggungjawab Mutlak



Rectorat Universitas Islam Indonesia  
Gedung GBPI Probolinggo  
J. Kalurung Km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444,  
F. (0274) 898459  
E. rektorat@uii.ac.id  
W. www.uii.ac.id


**SURAT PERNYATAAN TANGGUNG JAWAB MUTLAK (SPTJM) MAHASISWA  
PROGRAM MAGANG DAN STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT KAMPUS  
MERDEKA TAHUN 2022**

Yang bertanda tangan di bawah ini,  
Nama : Dinni Kurnianti  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia  
Jurusan/Prodi : Manajemen  
NIM : 19311419  
Telp/HP : 0821-7099-2475

Dengan ini menyatakan kesanggupan dan bertanggung jawab untuk mengikuti Program Magang Dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka yang diselenggarakan oleh Kemendikbudristek Angkatan 2 tahun 2022 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Saya bersedia mengikuti Program Magang Dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka penuh waktu selama satu semester;
2. Saya bersedia untuk tidak mengambil mata kuliah lain selama mengikuti Program Magang Dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka, kecuali diizinkan oleh mitra;
3. Saya sudah melaksanakan vaksin sebanyak minimal dua kali, atau menyatakan akan mengusahakan vaksinasi sebanyak minimal dua kali, jika ada kegiatan program MSIB yang bersifat tatap muka;
4. Saya bersedia ditempatkan di wilayah Mitra yang ditentukan oleh panitia MSIB;
5. Mentaati seluruh ketentuan Program Magang Dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka yang ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) dalam buku panduan operasional baku dan kebijakan Kemendikbudristek lainnya yang ditetapkan kemudian;
6. Menaati segala aturan hukum yang berlaku di Indonesia;
7. Berkomitmen dengan sungguh-sungguh untuk menyelesaikan seluruh kegiatan Program Magang Dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka dari awal hingga akhir serta melaporkan tepat waktu sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
8. Jika saya melakukan tindakan plagiarisme, termasuk plagiasi diri, tindakan kriminal, tindakan kekerasan dan diskriminasi dalam segala bentuk, termasuk kekerasan seksual, perundungan, dan tindakan intoleransi, dan/atau penyalahgunaan obat-obatan terlarang, maka saya tidak dibenarkan pengakuan sks untuk pembelajaran Program Magang Dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka (seperti tertulis di Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 74/P/2021 tentang Pengakuan Satuan Kredit Semester Pembelajaran Program Kampus Merdeka), saya siap dikeluarkan dari Program Magang Dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka, menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan tidak dapat mendaftar Program Kampus Merdeka lainnya;
9. Jika saya tidak menyelesaikan program sesuai dengan waktu yang telah ditentukan/mangkir, maka saya sanggup mengembalikan dana yang telah diberikan oleh Kemendikbudristek.



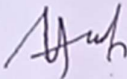


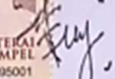
Rektorat Universitas Islam Indonesia  
Gedung GRIH Probolingrat  
Jl. Kalirang Km 14,5 Yogyakarta 55584  
T: (0274) 898444,  
F: (0274) 898459  
E: rektorat@uii.ac.id  
W: www.uil.ac.id


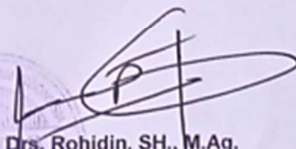
Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia dituntut di muka pengadilan serta bersedia menerima segala tindakan yang diambil oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Sieman, 31 Januari 2022

Mengetahui dan menyetujui,

TTD Basah  
  
(Zariah)

Basah  
  
(Dinni Kurnianti)

  
  
**Dr. Drs. Rohidin, SH., M.Ag.**  
(Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Keagamaan & Alumni)  
NIP: 924100103

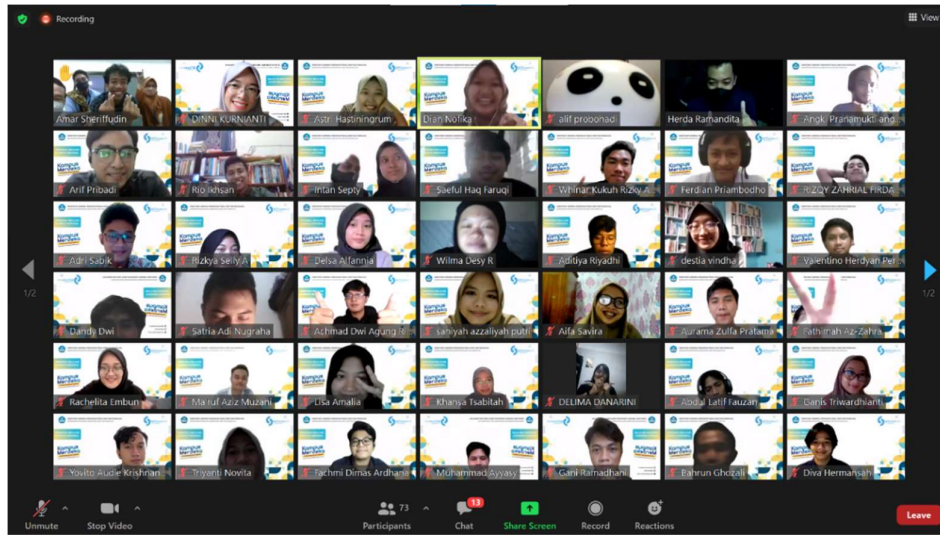
**Lampiran I**  
Dokumentasi Kegiatan



Lampiran I. 1 Foto Anggota Proyek Amikom Center



Lampiran I. 2 Foto Anggota Project Genius HR



Lampiran I. 3 Screenshot Interview



Lampiran I. 4 Screenshot Evaluasi Webinar Digital Marketing



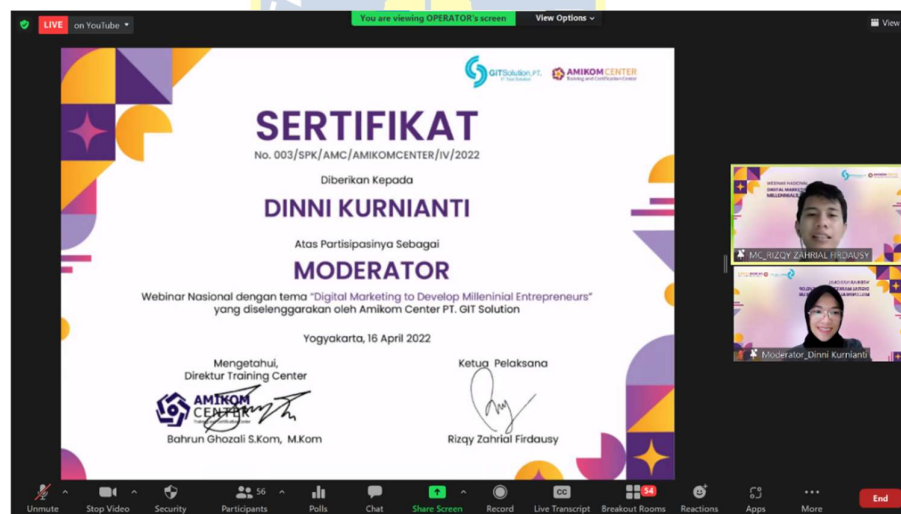
Lampiran I. 5 Dokumentasi Kaderisasi Intern



Lampiran I. 6 Dokumentasi Buka Bersama Intern



Lampiran I. 7 Dokumentasi Workshop SMK Bina Putra



Lampiran I. 8 Screenshot Serah Terima Sertifikat Moderator Webinar



Lampiran I. 9 Dokumentasi Siaran di MQFM



Lampiran I. 10 Dokumentasi Siaran di RBTV

Knowledge | AMIKOM CENTER

**AMIKOM CENTER**  
Training and Certification Center

**LIVE IG**

**NGOBRAS #3**

NGOBROL SANTAI BARENG AMIKOM CENTER

TEMA :  
**SATU LANGKAH KECIL,  
PENENTU MASA DEPAN**

NARASUMBER :  
**RIZQY ZAHRIAL FIRDAUS**  
(DIGITAL MARKETING INTERN)

KAMIS  
21 JULI  
2022

JAM :  
**15:30**

MC :  
**DINNI KURNIANTI**  
(BUSINESS DEVELOPMENT INTERN)

amikomcenter.com

Lampiran I. 11 Poster NGOBRAS #3

**AMIKOM CENTER**  
Training and Certification Center

**WEBINAR NASIONAL**

**DIGITAL MARKETING TO DEVELOP  
MILLENNIAL ENTREPRENEURS**

**SPEAKER 1**  
**LULUK FADIYAH S.Kom**  
System Analyst  
PT. GIT Solution

**SPEAKER 2**  
**Dr. INDRA CAHYA UNO**  
Founder Gerakan Sosial  
OK OCF Indonesia

Sabtu, 16 April 2022  
**10.00-Selesai**

EXCLUSIVE ON **zoom**

LIVE STREAMING ON **YouTube**

**BENEFIT**  
Knowledge  
E-Certificate  
Networking

**CONTACT PERSON**  
Fia - 083844664940

**MODERATOR**  
**DINNI KURNIANTI**  
Business Development Intern  
PT. GIT Solution

**FREE ENTRY**  
Register Now!  
<https://bit.ly/FormRegWebinarAmikom>

Lampiran I. 12 Poster Webinar Digital Marketing




Inspirasi Niaga

## GENIUS HR

### SOLUSI PUSING BUAT HRD SAAT INI



Astri Hastiningrum



Dinni Kurnianti

SABTU 09.00-10.00 18 JUNI 2022

**LIVE** Youtube **MQFM Jogja**

MQFM JOGJA






Lampiran I. 13 Poster RBTV



Lampiran I. 14 Dokumentasi Makrab Intern Batch 2



Lampiran J  
Sertifikat MBKM







## SERTIFIKAT MSIB

Sertifikat ini Diberikan Kepada

*Dinni Kurnianti*

ID Kegiatan : 1649630 - Universitas Islam Indonesia - Manajemen

Sebagai :

**Peserta MSIB Angkatan 2**

Telah berhasil menyelesaikan tugasnya di **PT. GIT Solution** dalam program **Internship Program For Skill Acceleration and Product Development** dengan posisi **Business Development** yang diselenggarakan pada tanggal **21 Februari - 22 Juli 2022**.

Yogyakarta, 25 Juli 2022  
Ketua Program Magang  
PT. GIT Solution



Bahrhun Chozali M.Kom

**CAPAIAN PEMBELAJARAN PROGRAM**

No	Kompetensi	Definisi Kompetensi	Jam	Nilai Capaian	Deskripsi Nilai Capaian
1	Memiliki orientasi kerjasama tim yang baik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Team work</li> <li>• Komunikasi di dalam tim</li> </ul>	50	80	Mentee memiliki skill komunikasi yang baik dengan rekan se tim maupun dengan mentor
2	Memiliki dasar-dasar ilmu pemasaran yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SWOT analisis</li> <li>• Marketing mix</li> <li>• STP</li> </ul>	150	90	Mentee memiliki skill komunikasi yang baik sehingga bisa menjadi bekal dalam menjalankan strategi pemasaran
3	Memahami ilmu seputar Product-Branding	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmenting Positioning</li> </ul>	200	80	Mentee cukup memiliki pengetahuan dalam product branding sehingga dapat menyusun program-program kegiatan tim yang tepat
4	Memiliki skill dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi Pemasaran</li> </ul>	200	80	Mentee memiliki skill komunikasi yang baik sehingga bisa menjadi bekal dalam menjalankan strategi pemasaran
5	Mampu melakukan riset dan pemetaan pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Market mapping</li> </ul>	300	90	Mentee telah mampu memetakan pasar dan menentukan segmentasi pasar yang sesuai dengan segmentasi

Lampiran J. 1 Sertifikat MBKM

## Lampiran K

### Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Berikut ini adalah daftar pertanyaan wawancara yang dapat digunakan untuk mengeksplorasi apakah lebih efektif jika teknik marketing yang diterapkan terhadap Aplikasi Genius HR diawali dengan *direct marketing* dan *indirect marketing* sebagai pelengkap:

1. Apakah Aplikasi Genius HR memiliki daftar email atau kontak WhatsApp yang dapat dijangkau dengan teknik *direct marketing*?
2. Apakah Aplikasi Genius HR memiliki anggaran yang memadai untuk menjalankan kampanye pemasaran dengan teknik *direct marketing*?
3. Apakah Aplikasi Genius HR memiliki target audiens yang spesifik yang ingin dicapai dengan teknik *direct marketing*?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang telah ditetapkan untuk Aplikasi Genius HR, dan bagaimana teknik *direct marketing* dapat membantu mencapai tujuan pemasaran tersebut?
5. Apakah Aplikasi Genius HR memiliki minat dan kebutuhan audiens yang dapat dipenuhi dengan teknik *indirect marketing*, seperti iklan di media massa atau promosi melalui media sosial?
6. Apakah Aplikasi Genius HR memiliki anggaran yang memadai untuk menjalankan kampanye pemasaran dengan teknik *indirect marketing*?
7. Bagaimana teknik *indirect marketing* dapat membantu meningkatkan *brand awareness* Aplikasi Genius HR di kalangan audiens yang lebih luas?

8. Bagaimana Aplikasi Genius HR dapat mengintegrasikan teknik *direct marketing* dan *indirect marketing* dalam strategi pemasaran yang terukur dan terintegrasi untuk mencapai keberhasilan pemasaran yang optimal?

**Jawaban Pertanyaan 1:**

Ya, Aplikasi Genius HR memiliki daftar email atau kontak WhatsApp yang dapat dijangkau dengan teknik *direct marketing*. Kami telah mengumpulkan daftar email dan kontak WhatsApp dari pelanggan yang telah terdaftar dengan aplikasi kami, dan kami merasa yakin bahwa teknik *direct marketing* dapat membantu kami menjangkau audiens yang tepat dengan tepat.

Aplikasi Genius HR memiliki daftar email atau kontak WhatsApp yang terbatas yang dapat dijangkau dengan teknik *direct marketing*. Kami memiliki beberapa pelanggan yang telah terdaftar dengan aplikasi kami, namun tidak cukup banyak untuk menjangkau audiens yang luas dengan teknik *direct marketing* saja. Oleh karena itu, kami juga akan mengintegrasikan teknik *indirect marketing* dalam strategi pemasaran kami untuk mencapai keberhasilan pemasaran yang optimal.

**Jawaban Pertanyaan 2:**

Ya, Aplikasi Genius HR memiliki anggaran yang memadai untuk menjalankan kampanye pemasaran dengan teknik *direct marketing*. Kami telah mengalokasikan sejumlah dana untuk membangun daftar email dan kontak WhatsApp yang akan kami jangkau dengan teknik *direct marketing*, dan kami merasa yakin bahwa kampanye pemasaran dengan teknik tersebut akan memberikan hasil yang baik bagi aplikasi kami.

**Jawaban Pertanyaan 3:**

Ya, Aplikasi Genius HR memiliki target audiens yang spesifik yang ingin dicapai dengan teknik *direct marketing*. Kami memiliki daftar email atau kontak WhatsApp yang terdiri dari pelanggan yang telah terdaftar dengan aplikasi kami, dan kami ingin menjangkau audiens ini dengan pesan promosi yang spesifik dan tepat sasaran. Kami merasa yakin bahwa teknik *direct marketing* akan membantu kami mencapai tujuan pemasaran kami dengan lebih efektif.

**Jawaban Pertanyaan 4:**

Strategi pemasaran yang telah ditetapkan untuk Aplikasi Genius HR adalah menjangkau pelanggan yang telah terdaftar dengan aplikasi kami dengan pesan promosi yang tepat sasaran dan meningkatkan penjualan. Kami merasa yakin bahwa teknik *direct marketing* akan membantu kami mencapai tujuan pemasaran kami dengan lebih efektif, karena kami dapat mengirimkan pesan promosi secara langsung kepada audiens yang tepat dan memperoleh umpan balik yang lebih akurat.

Strategi pemasaran yang telah ditetapkan untuk Aplikasi Genius HR adalah meningkatkan *brand awareness* di kalangan audiens yang lebih luas. Kami merasa yakin bahwa teknik *indirect marketing* akan membantu kami mencapai tujuan pemasaran kami dengan menjadi teknik pendukung dari *direct marketing*, karena kami dapat mempromosikan produk atau jasa kami melalui media massa atau media sosial yang dapat dilihat oleh audiens yang lebih luas.

Strategi pemasaran yang telah ditetapkan untuk Aplikasi Genius HR adalah meningkatkan penjualan dan *brand awareness* di kalangan audiens yang lebih luas. Kami merasa yakin bahwa mengintegrasikan teknik *direct marketing* dan *indirect marketing* dalam strategi pemasaran kami akan membantu kami mencapai keberhasilan pemasaran yang optimal. Kami akan mengirimkan pesan promosi secara langsung kepada pelanggan yang telah terdaftar pada aplikasi kami dengan teknik *direct marketing*, sambil mempromosikan produk atau jasa kami melalui media massa atau media sosial dengan teknik *indirect marketing* untuk meningkatkan *brand awareness* di kalangan audiens yang lebih luas.

**Jawaban Pertanyaan 5:**

Tidak, Aplikasi Genius HR tidak memiliki minat dan kebutuhan audiens yang dapat dipenuhi dengan teknik *indirect marketing*. Setelah melakukan riset pasar, kami menemukan bahwa audiens kami tidak tertarik dengan produk atau jasa yang kami tawarkan. Oleh karena itu, kami akan fokus pada teknik *direct marketing* untuk menjangkau pelanggan yang telah terdaftar dengan aplikasi kami dengan pesan promosi yang tepat sasaran.

Aplikasi Genius HR memiliki minat dan kebutuhan *audiens* yang dapat dipenuhi dengan teknik *indirect marketing*, namun kami akan fokus pada teknik *direct marketing* untuk menjangkau pelanggan yang telah terdaftar dengan aplikasi kami dengan pesan promosi yang tepat sasaran, sambil terus mencari cara lain untuk meningkatkan *brand awareness* kami di kalangan *audiens* yang lebih luas dengan anggaran yang lebih terbatas.

**Jawaban Pertanyaan 6:**

Aplikasi Genius HR memiliki anggaran yang terbatas untuk menjalankan kampanye pemasaran dengan teknik *indirect marketing*, namun merasa yakin bahwa teknik tersebut akan memberikan hasil yang baik bagi aplikasi kami. Kami akan terus mencari cara lain untuk mengoptimalkan pemasaran kami dengan anggaran yang terbatas, seperti dengan mengintegrasikan teknik *direct marketing* atau mencari mitra strategis yang dapat membantu meningkatkan *brand awareness* kami dengan biaya yang lebih efektif.

**Jawaban Pertanyaan 7:**

Ya, Aplikasi Genius HR memiliki daftar email atau kontak WhatsApp yang dapat dijangkau dengan teknik *direct marketing*, dan memiliki target audiens yang spesifik yang ingin dicapai dengan teknik tersebut. Kami merasa yakin bahwa mengawali strategi pemasaran kami dengan teknik *direct marketing* akan membantu kami mencapai tujuan pemasaran kami dengan lebih efektif, dan kami dapat menggunakan teknik *indirect marketing* sebagai pelengkap untuk meningkatkan *brand awareness* kami di kalangan audiens yang lebih luas.

**Jawaban Pertanyaan 8:**

Untuk mengintegrasikan teknik *direct marketing* dan *indirect marketing* dalam strategi pemasaran yang terukur dan terintegrasi, Aplikasi Genius HR dapat melakukan beberapa hal berikut:

- Menentukan target audiens yang tepat: Hal ini penting agar teknik *direct marketing* yang dilakukan dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon pelanggan.
- Menyusun rencana aksi yang detail: Rencana aksi tersebut harus mencakup tujuan pemasaran, target audiens, dan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.
- Menggunakan teknik *direct marketing* yang tepat: Aplikasi Genius HR dapat menggunakan teknik *direct marketing* seperti mengirimkan surat, menelepon, atau mengirimkan pesan elektronik kepada calon pelanggan yang sudah ditentukan.
- Menggunakan media iklan yang tepat: Aplikasi Genius HR dapat memilih media iklan yang sesuai dengan target audiens dan menyusun konten iklan yang menarik dan informatif.
- Mengadakan event atau acara promosi: Aplikasi Genius HR dapat mengadakan event atau acara promosi yang menarik untuk meningkatkan *brand awareness* dan menjaring calon pelanggan baru.
- Menggunakan influencer marketing: Aplikasi Genius HR dapat bekerja sama dengan influencer yang terkenal di bidang yang sesuai dengan produk yang dijual untuk mempromosikan aplikasi tersebut.
- Dengan mengintegrasikan teknik *direct marketing* dan *indirect marketing* dalam strategi pemasaran yang terukur dan terintegrasi, Aplikasi Genius HR dapat mencapai keberhasilan pemasaran yang optimal.