

## PERAN RESEARCH MARKETING TERHADAP DATABASE PERUSAHAAN DI PT. PETIK EMAS CONSULTING

**Sheren Olivia Cendrawan, Arton Briyan Prasetyo, Stella, Wibisono Soediono**

Trisakti School of Management Jl. Kyai Tapa No. 20, Tomang, Grogol Petamburan, Jakarta Barat,  
Indonesia

[sherenoviac@gmail.com](mailto:sherenoviac@gmail.com), [arton@stietrisakti.ac.id](mailto:arton@stietrisakti.ac.id), [stella@stietrisakti.ac.id](mailto:stella@stietrisakti.ac.id),  
[wsoediono@stietrisakti.ac.id](mailto:wsoediono@stietrisakti.ac.id)

### Abstract

*This internship report is intended to explain the author's activities in the internship process with PT. Petik Emas Consulting through Magang Bersertifikat Kampus Merdeka program. This report will explain how the author's daily life as part of Marketing Intern. The things described will include the author's activities in searching for data, information, and facts related to research (competitors, companies, social enterprises, and social innovation) through the internet and interviews. The form of output from market research activities carried out will be collected into a social innovation outlook.*

**Keywords:** Market Research, Social Innovation, Social Enterprise

### Abstrak

Laporan magang ini ditujukan untuk menjelaskan kegiatan penulis dalam proses magang bersama PT. Petik Emas Consulting melalui program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka. Di dalam laporan ini akan dijelaskan bagaimana keseharian penulis sebagai bagian dari *Marketing Intern*. Adapun hal yang dijelaskan akan mencakup kegiatan penulis dalam melakukan pencarian data, informasi, dan fakta terkait riset (kompetitor, perusahaan, *social enterprise*, dan *social innovation*) melalui internet dan *interview*. Bentuk *output* dari kegiatan riset market yang dilakukan akan dikumpulkan menjadi *social innovation outlook*.

**Kata Kunci:** Riset Pasar, Inovasi Sosial, Perusahaan Sosial

### PENDAHULUAN

Memasuki tahun terakhir dalam perkuliahan, pengalaman dan keterampilan bekerja sebelum memasuki dunia kerja sangat penting untuk dimiliki. Memiliki pengalaman dan keterampilan sesuai dengan minat dan kemampuan yang dimiliki, mampu menjadi pondasi yang kuat untuk beradaptasi dengan baik dan cepat dalam bekerja.

Persaingan yang ketat dengan lulusan dari beberapa mahasiswa di Indonesia, menjadikan lulusan sarjana dituntut aktif untuk memiliki kemampuan teori dan pengalaman nyata yang dapat memberikan nilai tambah sesuai dengan bidangnya. Salah satu sarana bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman sebelum memasuki dunia kerja adalah dengan mengikuti magang atau praktik kerja.

Petik Emas Consulting sebagai salah satu mitra dari program MBKM membuka kesempatan untuk mendapatkan pengalaman bekerja kepada mahasiswa sebagai pemegang di beberapa divisi, salah satunya *Marketing Division*, yang bertanggung jawab

memperkenalkan *product knowledge* perusahaan dan menjualkan produk perusahaan baik secara *soft selling* maupun *hard selling*. Dalam program MBKM ini, penugasaan sebagai *market research* dilakukan dengan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Melakukan pengecekan data dan analisis data dari kompetitor perusahaan,
2. Melakukan analisis calon potensial perusahaan yang dari perwakilan industri di Indonesia,
3. Melakukan analisa *social enterprise* dan *social innovation* yang ada di Indonesia,
4. Melaporkan *progress* pekerjaan harian melalui trello dan melalui *weekly report* atas pekerjaan yang telah dikerjakan selama seminggu.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **Kegiatan/Pekerjaan Rutin Berulang**

Dalam melaksanakan pekerjaannya, tim *market research* melakukan pekerjaan tugas secara bersama-sama dan menyebar dalam beberapa area tugas secara bersama. Dalam hal ini, pemegang mengelola *environment analysis*, *corporate persona*, *social enterprise*, dan *softskill training*. Pemegang bertanggung jawab untuk melakukan identifikasi kompetitor, segmentasi pasar, melakukan analisa perusahaan sosial yang ada di Indonesia, dan menganalisa jenis pelatihan *softskill*.

Dalam melakukan *environment analysis*, terdapat beberapa data yang harus dikumpulkan, diidentifikasi, dan dianalisa sebagai data internal bagi perusahaan. Dengan pengumpulan data tersebut, dapat memberikan manfaat bagi Petik Emas Consulting dalam membuat strategi-startegi yang dapat ditambahkan kedalam perusahaan, mengetahui kondisi perusahaan pesaing dalam menjalankan perusahaan, dan meningkatkan nilai lebih didalam perusahaan. Rincian pekerjaan dalam melakukan *environment analysis* dimulai dari mengidentifikasi profil kompetitor dengan melakukan penyaringan data pada kesesuaian bidang usaha, yaitu perusahaan jasa konsultansi yang menangani manajemen *corporate social responsibility* (CSR) hingga, menganalisa kelebihan dan kekurangan secara keseluruhan yang dimiliki oleh kompetitor.

Dalam melakukan *corporate persona*, terdapat beberapa data yang perlu dikumpulkan sebelum menentukan segmentasi pasar yang dituju oleh perusahaan. Dengan pengumpulan data tersebut, dapat memberikan manfaat bagi Petik Emas Consulting dalam mengetahui target perusahaan yang dapat menjadi klien, mengenal kebutuhan perusahaan saat ini, dan mengetahui riwayat perusahaan dalam melakukan pengeluaran untuk kegiatan sosial bagi masyarakat sekitar. Rincian pekerjaan dalam melakukan *corporate persona* dimulai dari mencari perwakilan perusahaan dalam setiap industri dan mendata profil perusahaan, hingga mencari data kontak *community development* atau *corporate social responsibility* didalam perusahaan melalui LinkedIn, *website*, atau media sosial perusahaan.

Dalam melakukan pengumpulan data *social enterprise*, terdapat beberapa data yang perlu dipersiapkan dalam mengumpulkan perusahaan-perusahaan yang akan dianalisa dan diobservasi. Dengan pengumpulan data tersebut, sebagai salah satu *final project* untuk tim *market research* dan dapat memberikan manfaat bagi Petik Emas Consulting dalam membuat *social innovation outlook* hasil observasi perusahaan dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas untuk menginspirasi banyak orang terhadap

dampak inovasi sosial. Rincian pekerjaan dalam melakukan *social enterprise* dimulai dari mencari data terkait perusahaan yang aktif menjalankan perusahaan dengan tujuan memudahkan masyarakat dan berorientasi untuk mengembangkan masyarakat kearah yang lebih baik, hingga mencari data kontak perusahaan sebagai pedoman bagi tim *market research* untuk menghubungi perusahaan sosial tersebut.

Dalam melakukan pengumpulan data *softskill training*, terdapat beberapa data yang perlu dipersiapkan dalam mengumpulkan data terbanyak hingga terendah dalam melakukan pelatihan *softskill*. Dengan pengumpulan data tersebut, perusahaan dapat mengetahui pelatihan *softskill* yang banyak dipelajari oleh usia angkatan kerja dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas dalam diri, yang akan berguna bagi *database* bagi perusahaan. Rincian pekerjaan dalam melakukan pengumpulan data *softskill training* dimulai dari mencari data lembaga pelatihan melalui *website* *prakerja.go.id*, hingga menambahkan penjelasan terkait pelatihan *softskill* oleh lembaga pelatihan yang diambil.

Dalam melaksanakan pekerjaan untuk mengelola pengumpulan data *environment analysis, corporate persona, social innovation*, dan *softskill training* terdapat beberapa hambatan dalam mengumpulkan data yang akan disusun. Hambatan yang dialami, diantaranya :

1. Ada beberapa kesulitan dalam mengumpulkan data dalam menyusun data kompetitor karena sebagian kompetitor memerlukan akses khusus dengan memasukan *email* dan nomor telepon untuk menganalisa lengkap profil mereka.
2. Dalam melakukan pencarian data perusahaan potensial, kesulitan dalam melakukan pencarian kontak *community development officer* dalam suatu perusahaan. Keterbatasan data saat melakukan pencarian sumber tersebut, menjadikan data perusahaan yang sudah dicari belum lengkap.
3. Dalam melakukan pencarian data inovasi sosial, memiliki keterbatasan dalam melakukan pencarian *milestone* dari setiap perusahaan sosial karena sebagian data dari *website* tidak lengkap.
4. Dalam melakukan pencarian data pelatihan *softskill*, terdapat beberapa lembaga pelatihan yang tidak menunjukkan jumlah orang yang telah melakukan pada mitra mereka. Sehingga, tidak dapat diakumulasikan keuntungan yang didapat oleh mitra tersebut.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, tim market research melakukan beberapa solusi, yaitu :

1. Solusi yang diterapkan dalam menghadapi rintangan data kompetitor adalah dengan menganalisa kompetitor dari aspek lain seperti performa dari media sosial yang digunakan oleh kompetitor.
2. Solusi yang diterapkan dalam menghadapi rintangan data perusahaan potensial adalah dengan mencari kontak *corporate social responsibility officer* dan *public relation* dalam suatu perusahaan.
3. Solusi yang diterapkan dalam menghadapi rintangan data inovasi sosial adalah dengan mencari data terkait penghargaan atau pencapaian yang pernah diraih oleh perusahaan, sehingga memberikan gambaran terkait perusahaan sosial tersebut sudah ada di masyarakat.
4. Solusi yang diterapkan dalam menghadapi rintangan dalam pencarian data

pelatihan *softskill* adalah dengan mencari jumlah yang telah melakukan *review* dalam *website* mitra tersebut.

### **Kegiatan/Pekerjaan Nonrutin**

Kegiatan nonrutin yang dilakukan berkaitan dengan kesempatan untuk berpartisipasi di beberapa acara yang diselenggarakan oleh Petik Emas Consulting berupa *webinar*. Berikut merupakan daftar acara yang telah dilakukan:

1. *Last Onboarding Day*, di acara ini para *intern* yang diterima di Petik Emas Consulting diberikan materi *Communication, Public Relation, and Public Engagement* oleh Ibu Choiria Anggraini S.I.Kom., M.I.Kom.
2. *Webinar Course Petik Emas #1*, di acara ini membahas materi mengenai cara mengupas *social mapping* untuk PROPER oleh Bapak Dede Abdul Hasyir, S.E., M.Ak. yang merupakan dosen FEB UNPAD, pakar CSR & kewirausahaan sosial.
3. #PetikBinar, di acara ini membahas materi mengenai "*How to Improve Your Project Management Skills*" oleh Bapak Asep Ahid S.Si yang merupakan *social innovation enthusiast*.
4. #PetikBinar, di acara ini membahas materi mengenai "*Business? Stop dreaming, start doing!*" oleh Bapak Nandang Komara, S.T., M.M. yang merupakan CEO Rabbani Group.

## **PENGETAHUAN YANG DIMANFAATKAN DALAM PROSES PELAKSANAAN**

### **Marketing Research**

Proses pengerjaan *project* pekerjaan sudah sesuai dengan teori pemasaran. Berdasarkan Kotler dan Keller bahwa fungsi *Marketing research* merupakan fungsi yang menghubungkan antara konsumen, pelanggan, dan publik dengan pemasar melalui informasi (Kotler and Keller 2016, 121). Informasi tersebut berguna dalam melakukan identifikasi peluang dan masalah pemasaran, mengevaluasi tindakan pemasaran, memantau kinerja pemasaran, dan meningkatkan pemahaman tentang pemasaran sebagai suatu proses. Riset pemasaran menjadi pedoman dalam menentukan informasi yang diperlukan, merancang metode dalam pengumpulan data, mengelola pengumpulan data, melakukan analisa data, dan mengkomunikasikan temuan dan implikasinya.

Bentuk pedoman dalam menentukan informasi yang diperlukan dibuktikan dengan mencari informasi yang bersumber dari *website* resmi dari calon potensial konsumen, dalam menemukan kebutuhan konsumen.

### **Problem-Identification Research**

Pembuatan *social innovation outlook* merupakan salah satu bentuk dari *problem-identification research* yang dilakukan untuk memudahkan dalam melakukan pengidentifikasi masalah yang dapat muncul di masa depan, memberikan informasi tentang lingkungan pemasaran, dan membantu mendiagnosis suatu masalah (Kahle and Malhotra 1994, 32).

Prinsip pembuatan *outlook* ini merupakan sebuah bentuk *problem-identification research* yang dapat memberikan informasi dan pemahaman mengenai inovasi sosial, perusahaan sosial, dan kewirausahaan sosial yang ditujukan bagi masyarakat luas dan menjadi salah satu pedoman bagi Petik Emas Consulting untuk mengembangkan

perusahaan dan memberikan nilai bagi perusahaan.

## **SIMPULAN**

Kegiatan magang yang telah dilaksanakan selama 4 bulan ini memberikan pembelajaran dan pengalaman yang berharga dalam memasuki dunia kerja. Kehadiran mentor yang memiliki kompeten dibidangnya, sangat membantu dalam proses magang selama 4 bulan di Petik Emas Consulting. Mentor yang siap membantu dalam memberikan arahan terkait pekerjaan, komunikatif, dan mendorong setiap pemegang untuk terus memberikan pekerjaan yang baik dengan inspirasi pagi untuk memotivasi dalam bekerja setiap hari. Adapun hal-hal berharga yang dipelajari selama mengikuti program ini adalah :

1. Peserta MBKM diberikan kesempatan untuk ikut serta dan terlibat aktif dalam kegiatan marketing perusahaan, yang tidak hanya terbatas dalam lingkup subdivisi *market research* tetapi juga berkolaborasi dengan tim lain seperti *event*, dan *sales*;
2. Terlibat dalam membuat bahan konten *social media* bagi *marketing* perusahaan, pelaksanaan konten, dan bekerja sama dengan divisi *creative & content creator*;
3. Belajar untuk memahami bahwa kegiatan yang dilakukan dalam tim dapat dipecahkan secara bersama-sama dengan baik dengan koordinasi dan komunikasi yang tepat, sesuai dengan salah satu nilai perusahaan yaitu *integrated solution*.

Secara garis besar, kegiatan magang bersama dengan mitra dari program magang ini sudah berjalan dengan lancar. Namun, ada hal-hal terkait dengan teknis yang memerlukan perhatian dari pihak penyelenggara (dalam hal ini Kemendikbud), diantaranya :

1. Status pencarian uang saku yang tidak tahu tanggal pasti akan cair;
2. Periode magang yang hanya 4 bulan yang menyebabkan kontribusi pemegang yang diberikan belum cukup maksimal dalam memberikan dampak nyata bagi perusahaan.

Berdasarkan keterbatasan yang ditemukan dari hal-hal tersebut, peserta MBKM menyarankan untuk:

1. Melakukan pengajian terkait *timeline* pencarian uang saku yang akan diterima oleh pemegang dan membuat sistem *website* yang lebih baik dalam memudahkan peserta terkait data yang perlu segera dilengkapi untuk pencarian uang saku tepat waktu;
2. Memperpanjang periode magang dan memberikan *timeline* khusus untuk pembuatan *final assignment*, sehingga hasil dapat langsung sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

## **REFERENCES:**

Kahle, Lynn R., and Naresh K. Malhotra. 1994. *Marketing Research: An Applied Orientation*. *Journal of Marketing Research*. Vol. 31.

<https://doi.org/10.2307/3151953>.

Kampus Merdeka. 2022. Home. Retrieved October 20, 2022, from <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/>.

Kampus Merdeka. 2022. Latar Belakang. Retrieved October 20, 2022, from <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/web/about/latar-belakang>.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edited by 15. Pearson.

Maria Tri Handayani. 2021. "6 Contoh Analytical Skills Dan Cara Meningkatkan." EKRUT Media. 2021.