



“Strategy Analysis Pemasaran Produk E-Course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’ pada Program MBKM di Perusahaan Vocasia”

Skripsi

Dibuat Oleh :

Muhammad Rizky Ramadhan
0211 19 033

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JUNI 2023



“Strategy Analysis Pemasaran Produk E-Course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’ pada Program MBKM di Perusahaan Vocasia”

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, AK., MM., CA)



Ketua Program Studi Manajemen
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA.)

“Strategy Analysis Pemasaran Produk E-Course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’ pada Program MBKM di Perusahaan Vocasia”

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari Senin tanggal 26 Juni 2023

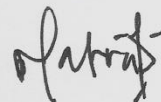
Muhammad Rizky Ramadhan
0211 19 033

Menyetujui,

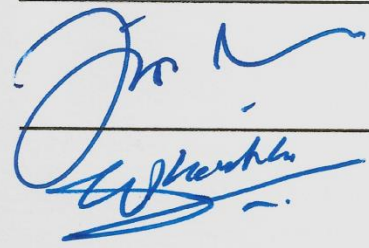
Ketua Dosen Penguji
(Dr. Sri Hidajati Ramdani, S.E., M.M.)



Anggota Dosen Penguji
(Eka Patra, S.E., M.M.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Fredri Andria, STp., M.M.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Doni Wihartika, S.Pi., M.M.)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Rizky Ramadhan

NPM : 021119033

Judul Skripsi : *Strategy Analysis Pemasaran Produk E-Course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'* pada Program MBKM di Perusahaan Vocasia.

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 26 Juni 2023



Muhammad Rizky Ramadhan
0211 19 033

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2023
Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

PRAKATA

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(Q.S Al-Baqarah:286)

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses skripsi penelitian ini. terselesaikannya skripsi penelitian ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak yang turut serta. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Ibu saya alm. Yuliah yang telah melahirkan dan membesarkan saya sehingga saya dapat menemukan jalan terbaik dalam hidup
2. Ayah saya Eko Tugas Widodo yang telah membesarkan saya dan memotivasi serta mendoakan anaknya agar sukses
3. Bapak Prof. Dr. Rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan
4. Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK., MM., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
5. Bapak Dr. Asep Alipudin, S.E., M.Ak. selaku Sekretaris Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
6. Ibu Dr. Retno Martanti Endah L, SE., M,Si., CMA., CAPM selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
7. Ibu Enok Rusmanah, S.E., M.Acc. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
8. Ibu Dr. Sri Hidajadi Ramdani, S.E., M.M. selaku Asisten Wakil Dekan Bidang Akademik
9. Bapak Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M. selaku Asisten Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan
10. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM, CA selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
11. Ibu Tutus Rully, S.E, M.M. selaku Asisten Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan sekaligus Pembimbing
12. Bapak Fredi Andria, S.Tp., M.M. selaku Ketua komisi pembimbing
13. Bapak Doni Wihartika , S.Pi., M.M. selaku anggota komisi pembimbing
14. Seluruh dosen, staff pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang tidak bisa disebutkan satu per satu

15. Seluruh teman-teman yang mengikuti Program MBKM Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, yang tidak disebutkan bisa satu persatu
16. Bapak Farid Subkhan selaku *Chairman and Founder* di Perusahaan Vocasia
17. Ibu Chitra Widyastuti selaku *Chief Administrative Officer* di Perusahaan Vocasia
18. Bapak Yulianto Nugroho selaku *Director* di Perusahaan Vocasia
19. Bapak Muhammad Aditya Setiawan selaku *Chief Operating Officer* di perusahaan Vocasia
20. Seluruh rekan magang di Perusahaan Vocasia yang tidak bisa disebutkan satu per satu
21. Seluruh teman Kelembagaan Himpunan Mahasiswa Manajemen yang selalu memberikan motivasi dan semangat
22. Seluruh teman Kelembagaan Badan Legislatif Mahasiswa yang selalu memberikan dorongan semangat
23. Seluruh teman Kelembagaan Badan Eksekutif Mahasiswa yang selalu memberikan dukungan serta motivasi
24. Seluruh keluarga besar Ir. Arif Ashari yang selalu memberi dukungan dan mendoakan penulis
25. Seluruh keluarga besar Muhammad Iqbal Alghifari sekaligus kakak saya yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan
26. Desta Meilani tersayang yang sudah membantu, mensupport dan mendoakan agar pengerjaan segera diselesaikan

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bogor, 26 Juni 2023

Muhammad Rizky Ramadhan
0211 19 033

ABSTRAK

MUHAMMAD RIZKY RAMADHAN. 021119033. “*Strategy Analysis Pemasaran Produk E-Course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’* pada Program MBKM di Perusahaan Vocasia”. Di bawah bimbingan: FREDI ANDRIA dan DONI WIHARTIKA, 2023.

Perusahaan *startup* adalah bagian dari revolusi *industry* 4.0 yang dirancang untuk menciptakan produk atau layanan jasa ditengah ketidakpastian yang ekstrim dan juga dipaksa memiliki tujuan untuk membangun ide kreatif serta inovasi agar dapat bertumbuh dengan cepat. Vocasia dalam hal ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan Pendidikan yang berkembang seiring kemajuan teknologi, Vocasia merupakan *online educational platform* yang dapat digunakan secara luas baik untuk komunitas maupun individu. Platform ini dirancang sebagai pilihan yang tepat untuk membuat pelatihan kalian sendiri, ataupun untuk mencari dan mendapatkan keahlian pilihan dengan cara yang jauh lebih efisien, namun dalam pelaksanaannya Vocasia memiliki beberapa kendala dalam penjualan produk atau jasanya, hal ini menjadi perhatian penulis untuk melakukan penelitian yang berguna untuk meningkatkan penjualan produk pada perusahaan Vocasia, beberapa tahapan yang dijadikan metode pelaksanaan dalam sebuah penelitian skripsi skema MBKM dengan cara pembangkitan kesan *FoMo (Fear of Missing Out)*, Metode *SWOT* dan juga Optimalisasi penggunaan *platform media social* untuk meningkatkan *brand awareness* dilakukan bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa di perusahaan Vocasia, disamping itu kebijakan pemerintah turut membantu pelaksanaan program sehingga pemerintah sebagai mitra mendukung sepenuhnya terhadap perusahaan yang ingin berkembang untuk bersaing di era digitalisasi, beberapa metode dan juga analisis dilakukan oleh penulis sehingga pada hasil akhirnya perusahaan Vocasia dapat melihat dan melakukan strategi untuk bisa meningkatkan daya jual dan daya saing perusahaan, tidak hanya dilihat dari produk tapi juga harus bisa melihat dari keinginan konsumen atau kebutuhan konsumen, Vocasia akan terus memperbaiki kualitasnya dari segi *Price, Product, People, Promotion, dan Place*. Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk.

Kata Kunci : *Strategy Analysis, Startup, FoMo (Fear of Missing out), Metode SWOT, Social Media*

DAFTAR ISI

| | |
|---|--|
| JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan. |
| LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN | Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan. |
| LEMBAR PELIMPAHAN HAK CIPTA .. | Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan. |
| HAK CIPTA | v |
| PRAKATA | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 14 |
| 1.1 Analisis Situasi..... | 14 |
| 1.2 Analisis Masalah | 19 |
| 1.3 Tujuan dan Ruang Lingkup..... | 20 |
| 1.3.1 Tujuan | 20 |
| 1.3.2 Ruang Lingkup..... | 20 |
| BAB II SOLUSI PERMASALAHAN | 21 |
| 2.1 Masalah | 21 |
| 2.2 Rencana Aksi dan Solusi..... | 21 |
| 2.3 Target Luaran | 22 |
| BAB III METODE PELAKSANAAN..... | 23 |
| 3.1 Bentuk Langkah | 23 |
| 3.1.1 Pembangkitan Kesan FoMO (Fear of Missing Out) | 23 |
| 3.1.2 Metode SWOT | 23 |
| 3.2 Tahapan Pelaksanaan | 25 |
| 3.2.1 <i>Onboarding Plan</i> | 25 |
| 3.2.2 The Agile – Scrum Framework..... | 26 |
| 3.2.3 Tahapan Pembuatan Kursus | 29 |
| 3.3 Partisipasi Objek | 30 |
| 3.4 Evaluasi Pelaksanaan Program | 30 |
| 3.5 Metode/Analisa Data..... | 31 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL DAN CAPAIAN..... | 32 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Iptek..... | 32 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan | 32 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan | 40 |
| 4.1.3 Profil Singkat Perusahaan | 41 |
| 4.2 Pelaksanaan Kegiatan..... | 41 |
| 4.2.1 Penerapan Kesan <i>FoMo (Fear of Missing Out)</i> - Strategi | 41 |
| 4.2.2 Penerapan kesan FoMo SMS | 42 |
| 4.2.3 Penerapan kesan <i>FoMo</i> Juragan..... | 43 |
| 4.2.4 Penerapan SWOT..... | 45 |
| 4.2.5 Penggunaan Platform Media Sosial Untuk Meningkatkan | 48 |
| 4.2.6 <i>Platform</i> Media Sosial (<i>Instagram, Tiktok, Website</i>)..... | 48 |
| 4.3 Hasil Kegiatan Dan Capaian | 49 |
| 4.3.1 Hasil Kegiatan..... | 49 |
| 4.3.2 Validasi Hasil Kepuasan Pengguna | 56 |
| 4.3.3 Capaian..... | 59 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 60 |
| 5.1 Kesimpulan | 60 |
| 5.2 Saran..... | 61 |
| BAB VI GAMBARAN IPTEK DAN PETA LOKASI..... | 62 |
| 6.1 Gambaran Iptek..... | 62 |
| 6.2 Peta Lokasi | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 68 |
| LAMPIRAN..... | 70 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Rencana Aksi dan Solusi..... | 21 |
| Tabel 3. 1 <i>Line Production</i> | 29 |
| Tabel 3. 2 Pendampingan dan Pengawasan Magang | 31 |
| Tabel 4. 1 Produk Vocasia | 32 |
| Tabel 4. 2 Divisi Vocasia | 33 |
| Tabel 4. 3 Detail Mentor | 39 |
| Tabel 4. 4 Profil Singkat Perusahaan | 41 |
| Tabel 4. 5 Matriks SWOT | 45 |
| Tabel 4. 6 Matriks Strategi SWOT | 45 |
| Tabel 4. 7 <i>Time Line Production</i> | 51 |
| Tabel 4. 8 <i>Flowchart</i> Produksi..... | 51 |
| Tabel 4. 9 Hasil Kegiatan..... | 52 |
| Tabel 4. 10 Nilai Skor Rata-Rata Setiap Variabel Kepuasan Pengguna..... | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Data Kasus Covid-19 di Indonesia..... | 14 |
| Gambar 1. 2 <i>Website</i> MBKM, 2023..... | 15 |
| Gambar 1. 3 Data Penjualan <i>e-course Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates 2022</i> | 17 |
| Gambar 1. 4 Website Vocasia.id..... | 18 |
| Gambar 3. 1 <i>Line Position</i> | 27 |
| Gambar 3. 2 <i>Scrum Artifacts</i> | 27 |
| Gambar 3. 3 <i>The Scrum Board</i> | 28 |
| Gambar 3. 4 <i>Project Management System Vocasia</i> | 28 |
| Gambar 3. 5 Partisipasi Objek/ <i>Mitra Government & Non Government</i> | 30 |
| Gambar 4. 1 Logo PT Vocasia..... | 32 |
| Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan | 40 |
| Gambar 4. 3 FoMo Ketupat | 41 |
| Gambar 4. 4 <i>Insight Postingan</i> | 42 |
| Gambar 4. 5 <i>Insight Postingan</i> | 42 |
| Gambar 4. 6 <i>Insight Postingan</i> | 43 |
| Gambar 4. 7 <i>Insight Postingan</i> | 43 |
| Gambar 4. 8 <i>Insight Postingan</i> | 44 |
| Gambar 4. 9 Sosial Media Vocasia | 49 |
| Gambar 4. 10 <i>Onboarding plan</i> | 50 |
| Gambar 4. 11 <i>The Agile – Scrum Framework</i> | 50 |
| Gambar 4. 12 Diagram Segmentasi Vocasia..... | 57 |
| Gambar 4. 13 Hasil Analisis Kualitatif <i>Chart Radar</i> | 57 |
| Gambar 4. 14 Capaian hasil penjualan..... | 59 |
| Gambar 6. 1 <i>Website Vocasia</i> | 62 |
| Gambar 6. 2 <i>Website Vocasia</i> | 62 |
| Gambar 6. 3 Dokumentasi Rapat Mingguan, <i>Training</i> dan <i>Sharing Session</i> | 63 |
| Gambar 6. 4 Dokumentasi <i>Town Hall Meeting</i> | 63 |
| Gambar 6. 5 Dokumentasi Pm Vocasia pemberian tugas untuk Mente (Mahasiswa Magang) | 64 |
| Gambar 6. 6 Dokumentasi Akun Mente pada Pm Vocasia..... | 64 |
| Gambar 6. 7 Dokumentasi Akun Mahasiswa di <i>Website Kampus Merdeka</i> | 65 |
| Gambar 6. 8 Dokumentasi <i>Report Log Activity</i> pada <i>Logbook Kampus Merdeka</i> | 65 |
| Gambar 6. 9 Peta Lokasi Vocasia | 67 |
| Gambar 6. 10 Jarak dari Universitas Pakuan – Vocasia | 67 |

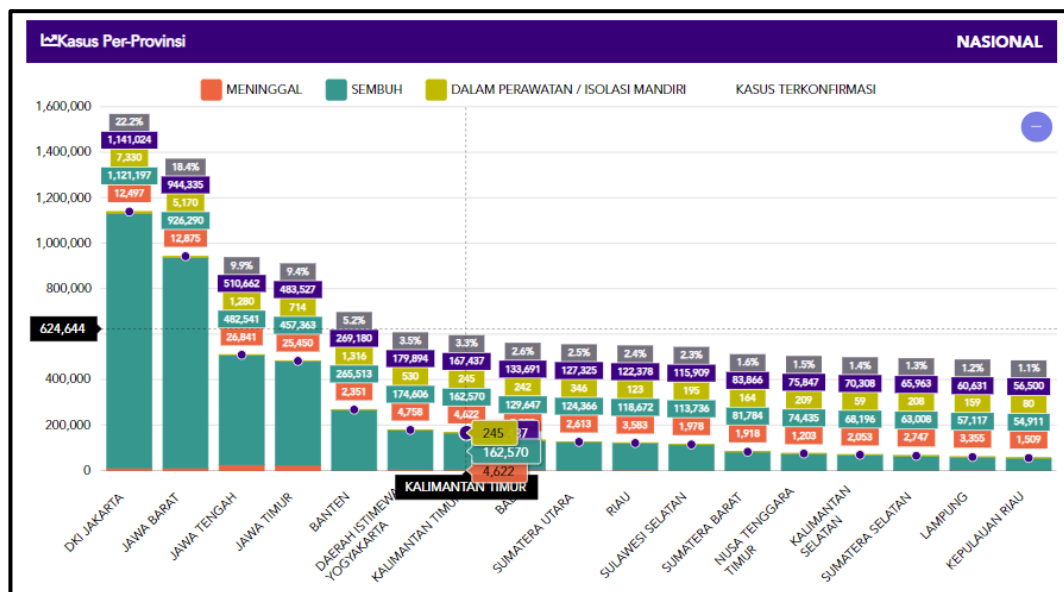
DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup..... | 71 |
| Lampiran 2: Program <i>Framework</i> | 72 |
| Lampiran 3: Sistem Penilaian Nilai Akhir Pemegang | 73 |
| Lampiran 4: <i>Confidential Letter</i> Hal.1..... | 74 |
| Lampiran 5: <i>Confidential Letter</i> Hal.2..... | 75 |
| Lampiran 6: Sertifikat Magang di Vocasia | 77 |

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Pada pertengahan 2021, virus Covid-19 telah menyebar ke seluruh dunia. Hal ini menyebabkan Pertumbuhan ekonomi global merosot ke -2,8% atau dengan kata lain terseret hingga 6% dari pertumbuhan ekonomi global di periode sebelumnya. *International Monetary Fund and World Bank* sebelumnya telah memproyeksi ekonomi global di akhir kuartal I tahun 2020 akan tumbuh pada persentase pertumbuhan sebesar 3% (Carrillo-Larco & Castillo-Cara, 2020).

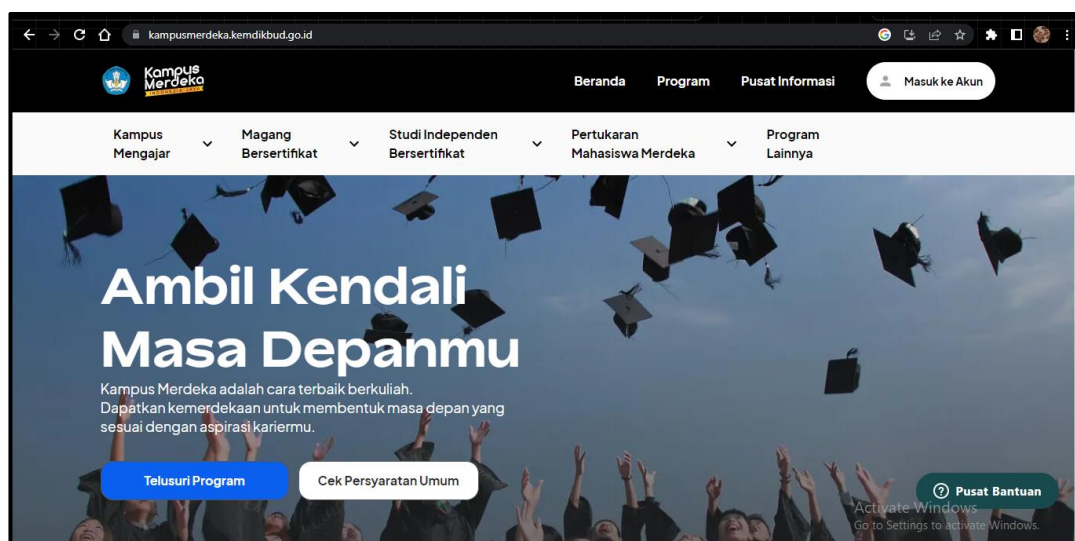


Gambar 1. 1 Data Kasus Covid-19 di Indonesia

Salah satu sektor yang terdampak pandemi Covid-19 ialah sektor pendidikan. Indonesia sendiri, sejak diumumkan status darurat Covid-19, seluruh kegiatan belajar mengajar di sekolah ditiadakan. Sesuai kebijakan pemerintah, kegiatan belajar siswa dilakukan di rumah masing – masing secara daring (Hignasari, 2020). Pada dasarnya, metode pendidikan ini sudah direncanakan sebelumnya untuk mendukung kebutuhan revolusi industri 4.0. Pendidikan 4.0 adalah respons terhadap kebutuhan revolusi industri 4.0 dimana manusia dan teknologi diselaraskan untuk menciptakan peluang – peluang baru dengan kreatif dan inovatif.

Untuk menjembatani keadaan ini, penggunaan *platform* pembelajaran daring pun semakin melonjak. Hal ini berdampak positif bagi *startup* yang bergerak di sektor pendidikan berbasis daring. Semua elemen masyarakat bergerak, tak terkecuali para pemuda Indonesia. Mereka tergerak untuk membuat *startup* pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. Berikut ini beberapa *startup* karya anak bangsa yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan Indonesia yaitu Quipper Video, Ruang Guru, Indonesia X, Haruka Edu, Arkademy, Bahaso, Squline, Zenius, Kalase, Quintal Meja Kita (Namira, 2019). Keberadaan sektor pendidikan berbasis daring ini sangatlah penting bagi kehidupan masyarakat, karena dinilai dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang unggul, membiasakan masyarakat pada kegiatan literasi digital serta mendukung revolusi industri 4.0 di masa depan. Meningkatnya peluang bisnis di sektor pendidikan berbasis daring, meningkatkan persaingan yang cukup ketat bagi perusahaan *startup*. Sehingga, tiap - tiap perusahaan *startup* diharapkan dapat meningkatkan potensi untuk bersaing dalam menarik minat masyarakat awam pada dunia pendidikan berbasis daring.

Terdapat beberapa masalah dalam membangun *startup* di sektor pendidikan berbasis daring yang teridentifikasi dapat mengakibatkan *startup* tersebut tidak berkembang. CB Insight merilis 20 hal yang menjadi penyebab kegagalan *startup* dalam membangun bisnisnya, 5 diantaranya paling umum ditemukan sebagai penyebab kegagalan *startup* dari internal perusahaan yaitu: (1) produk yang tidak dibutuhkan pasar (42%), (2) terlalu banyak — bakar uang (29%), (3) tim yang tidak solid (23%), (4) kalah dalam kompetisi (19%), serta (5) *pricing/cost issues* (18%) (Efendi, 2018).



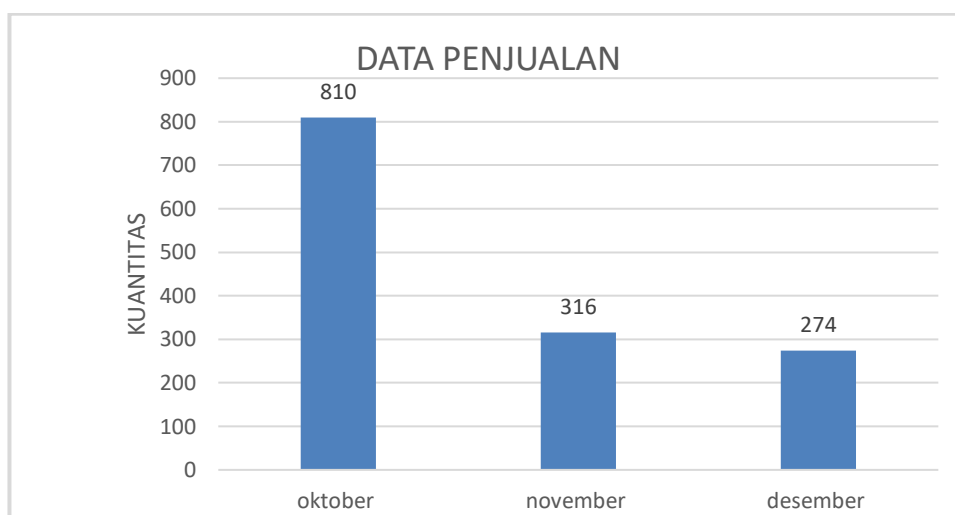
Sumber: Website MBKM, 2023

Gambar 1. 2 Website MBKM, 2023

Pemerintah juga mengeluarkan kebijakan program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM). Kebijakan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka ini merupakan kerangka untuk menyiapkan mahasiswa menjadi sarjana yang tangguh, relevan dengan kebutuhan zaman, dan siap menjadi pemimpin dengan semangat kebangsaan yang tinggi. Permendikbud No. 3 Tahun 2020 memberikan hak kepada mahasiswa untuk 3 semester belajar di luar program studinya. Melalui program ini, terbuka kesempatan luas bagi mahasiswa untuk memperkaya dan meningkatkan wawasan serta kompetensinya di dunia nyata sesuai dengan *passion* dan cita – citanya. Kita meyakini, pembelajaran dapat terjadi di manapun, semesta belajar tak terbatas, tidak hanya di ruang kelas, perpustakaan dan laboratorium, tetapi juga di desa, industri, tempat-tempat kerja, tempat – tempat pengabdian, pusat riset, maupun di masyarakat. Melalui interaksi yang erat antara perguruan tinggi dengan dunia kerja, dengan dunia nyata, maka perguruan tinggi akan hadir sebagai mata air bagi kemajuan dan pembangunan bangsa, turut mewarnai budaya dan peradaban bangsa secara langsung. Hal ini, program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka membuka peluang untuk bekerja sama dengan banyak perusahaan sebagai calon mitra melalui tahapan seleksi berdasarkan aturan serta kebijakannya. Keuntungan yang di dapat oleh calon mitra ialah mendapatkan talenta yang cocok untuk langsung di-*recruit*, sehingga mengurangi biaya *recruitment* dan *training* awal/induksi. Mendorong perusahaan untuk menghindari penyebab kegagalan *startup* dalam membangun bisnisnya terutama pada sektor pendidikan. Salah satu mitra yang bekerja sama pada program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka ialah Vocasia.

Sebelumnya Vocasia telah aktif sejak tahun 2015 lalu sebagai komunitas yang melakukan kegiatan *training* atau pelatihan secara *offline* di berbagai daerah di Indonesia baik untuk pemerintahan ataupun swasta. Kemudian Vocasia berinovasi membuat sebuah platform pelatihan berbasis *online* untuk memperluas jaringan dan cakupan dari komunitas ini, maka dari itu terbentuklah *vocasia.id* sejak tahun 2020 lalu. Vocasia ini merupakan perusahaan *startup* di bidang pendidikan berbasis daring yang menyediakan layanan kursus dan *workshop online*. Target yang mereka tuju ialah kaum *millennial* dan *jobseekers* yang membutuhkan pembelajaran terkait dunia profesional. Instruktur yang disediakan pun sudah terjamin pengalamannya, sehingga *client* tidak khawatir terkait ilmu yang akan di dapat. Vocasia membantu berbagai instansi pemerintahan dan perusahaan menjalankan transformasi organisasi melalui pelatihan dan pengembangan kapasitas SDM pada tahun 2015 hingga 2018. Produk dari Vocasia sendiri diantaranya ialah *e-course* atau pelatihan umum, *masterclass*, *workshop*, *webinar*, Pelatihan untuk korporasi dan pelatihan pra kerja. Setiap produk tersebut diintegrasikan secara daring menggunakan platform *vocasia.id*.

Salah satu produk Vocasia yang banyak diminati oleh kaum milenial ataupun *jobseekers* ialah produk *e-course* '*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*' namun pada kenyataannya penjualan produk *e-course* ini mengalami fluktuatif sehingga penulis perlu menganalisis bagaimana strategi dari penjualan agar bisa meningkatkan penjualan produk *e-course*, dalam meningkatkan penjualan produk *e-course* perlu adanya pengenalan tentang produk *e-course* terhadap masyarakat ataupun kaum milenial sehingga ruang lingkup mangsa pasar dapat lebih luas lagi. berikut data penjualan *e-course* :

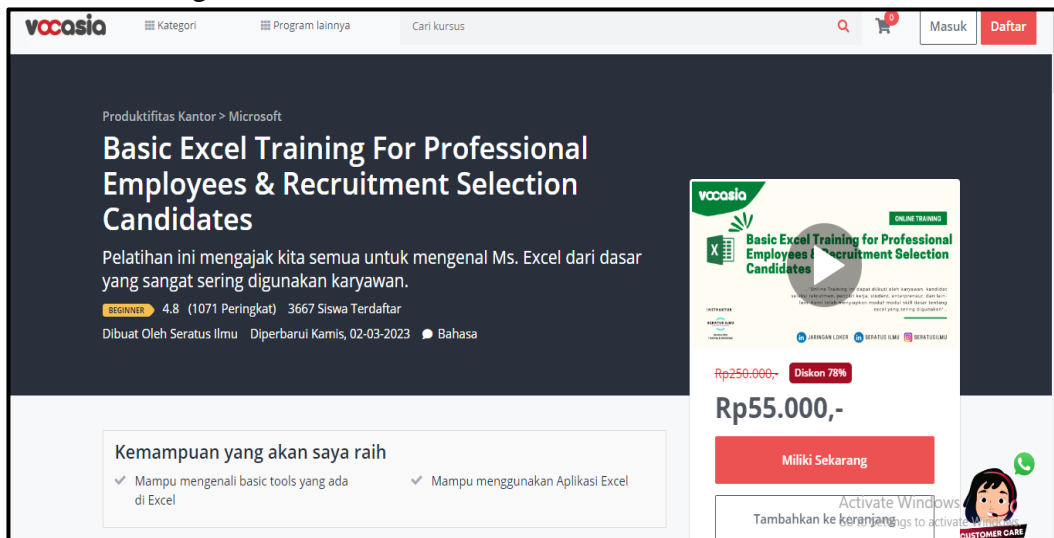


Gambar 1. 3 Data Penjualan *e-course Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates 2022*

Data penjualan *e-course* mengalami fluktuatif dari bulan Oktober 2022 hingga Desember 2022, bulan Oktober mendapatkan penjualan 810 *e-course*, bulan November mendapatkan penjualan 316 *e-course*, bulan Desember mendapatkan 274 *e-course Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*, hal ini yang menjadi pertimbangan penulis untuk menganalisis strategi guna meningkatkan penjualan.

Pentingnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang terhadap apa yang terjadi dimasa depan untuk mencapai keunggulan bersaing (Hasiholan et al., 2021). Hal ini merupakan salah satu acuan bagi perkembangan perusahaan baik dari tujuan awal atau bahkan perkembangan yang harus dihadapi oleh perusahaan, sesuai dengan teori tersebut adanya strategi sangat penting bagi perusahaan, maka dari itu Vocasia melakukan berbagai strategi dalam menghadapi berbagai perubahan yang saat ini dihadapi akibat adanya covid-19, salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial, dengan sistem mempromosikan apa yang mereka miliki dalam hal ini bidang jasa seperti

berbagai kursus atau pelatihan beberapa aplikasi melalui media yang saat ini ramai digunakan.



Sumber: Vocasia, 2022

Gambar 1. 4 Website Vocasia.id

Microsoft excel merupakan salah satu aplikasi yang memiliki segudang manfaat. Microsoft excel ini merupakan bagian dari Microsoft dan dirilis pada tahun 1987. Aplikasi ini sudah sering digunakan oleh berbagai orang mulai dari pelajar tingkat menengah pun sudah mempelajari penggunaan aplikasi ini. Mengingat sangat penting dan bergunanya dasar-dasar pengetahuan excel bagi bekal mereka di dunia kerja khususnya. Saat ini pun sudah banyak media yang menyediakan pelatihan excel salah satunya adalah Vocasia.

Banyak yang membutuhkan Microsoft excel karna dilihat dari manfaat yang diberikan excel salah satu jalan yang bisa ditempuh adalah dengan mengikuti pelatihan excel. Manfaat microsoft excel antara lain:

1. Dibutuhkan untuk keperluan di perusahaan

Perusahaan sangat membutuhkan seseorang yang menguasai microsoft excel. Hal ini dikarenakan pengaplikasian microsoft excel hampir selalu dibutuhkan dalam setiap pekerjaan.

2. Mengolah dan menganalisis data

Aplikasi microsoft excel dapat dikatakan sebagai aplikasi yang sudah sangat dikenal dan dapat diakses oleh berbagai kalangan serta proses belajarnya yang tidak terlalu sulit. Microsoft excel ini dikenal dengan berbagai manfaat seperti menghitung kumpulan data, membuat laporan keuangan, membuat daftar nilai, mencari nilai kumpulan data, menganalisis data, membersihkan data, serta membuat base data bagi pekerjaan.

3. Meringankan pekerjaan

Saat ini hampir semua perusahaan mulai dari skala kecil sampai besar, instansi pemerintah maupun swasta dan bahkan pelajar dan mahasiswa sudah menggunakan microsoft excel dalam menyelesaikan pekerjaannya, Seperti yang telah diketahui bahwa aplikasi ini memiliki banyak manfaat serta menyediakan rumus atau *function* yang beragam. Salah satu alasan inilah tidak heran jika hampir semua kalangan menggunakannya sebagai perantara dalam memudahkan pekerjaan maupun tugas mereka.

4. **Mempermudah visualisasi**

Dapat digunakan pula untuk proses visualisasi data bahkan dengan cara yang mudah. Beberapa langkah visualisasi data menggunakan excel yang mudah adalah sebagai berikut:

- 1) mempersiapkan data
- 2) memilih data yang akan divisualisasikan
- 3) klik menu insert > pilih jenis grafik
- 4) lakukan kustomisasi grafik jika perlu

Produk *e-course* atau pelatihan umum merupakan produk yang sangat dicari oleh kaum *millennial* maupun *jobseeker* karena dapat dijangkau dimana saja dan kapan saja. Vocasia menyediakan produk *e-course* sendiri, Vocasia diharuskan menyediakan berbagai produk berdasarkan dari *keyword* yang banyak dicari oleh para kaum *millennial* maupun *jobseekers*. Selain berdasarkan dari *keyword*, Vocasia juga perlu memperhatikan kualitas dari produk *e-course* sehingga layak untuk dijual. Berdasarkan dari penjabaran diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti “*Strategy Analysis Pemasaran Produk E-Course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’* pada program MBKM di Perusahaan Vocasia”.

1.2 Analisis Masalah

Berdasarkan dari analisis situasi diatas, ada beberapa permasalahan yang teridentifikasi, diantaranya ialah :

Internal:

1. Angka penjualan yang kurang stabil pada produk *e-course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’*.

Eksternal:

1. Sulitnya memasarkan produk *e-course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’* dikarenakan banyaknya pesaing.
2. Kurangnya pengenalan produk *e-course ‘Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates’*.

1.3 Tujuan dan Ruang Lingkup

1.3.1 Tujuan

Dari permasalahan diatas, tujuan penulis dari penelitian ini antara lain :

Internal:

1. Mengetahui strategi Vocasia dalam memasarkan produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'*. Kepada kaum *millennial* maupun *jobseekers*.

Eksternal:

1. Mengimplementasikan cara memasarkan produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'*.
2. Mengoptimalkan *branding* pada produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'*.

1.3.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini ialah bagaimana strategi penulis dalam menganalisis pemasaran pada produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'* agar menarik perhatian para kaum *millennial* maupun *jobseekers*.

BAB II SOLUSI PERMASALAHAN

2.1 Masalah

Untuk menjawab permasalahan yang ada, maka penulis merumuskan permasalahan diantaranya ialah sebagai berikut :

Internal:

1. Bagaimana strategi Vocasia dalam menarik perhatian kaum millennial maupun jobseekers pada produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'* ?

Eksternal:

1. Bagaimana cara memasarkan produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'* ?
2. Bagaimana membangun branding pada produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'* ?

2.2 Rencana Aksi dan Solusi

Tabel 2. 1 Rencana Aksi dan Solusi

| No | Masalah | Rencana Aksi & Solusi | Rencana & Indikator Capaian |
|----|--|---|--|
| 1. | Kesulitan Vocasia dalam menarik perhatian dari customer pada produk <i>e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'</i> . | Pemanfaatan psikologi marketing, seperti pembangkitan kesan <i>FOMO</i> pada kaum millennial maupun jobseekers. | Menggunakan promo atau potongan harga dengan teknik psikologi marketing untuk menarik perhatian kaum millennial maupun jobseekers. |
| 2. | Sulitnya memasarkan produk <i>e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'</i> dikarenakan banyaknya pesaing. | Mengalisis produk <i>e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'</i> dengan menggunakan <i>SWOT</i> . | Menampilkan kelebihan, kekurangan, peluang serta ancaman (<i>SWOT</i>) pada produk <i>e-course</i> tersebut. |

| | | | |
|----|---|--|--|
| 3. | Kurangnya pengenalan produk <i>e-course</i> 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'. | Mempromosikan Produk melalui <i>platform</i> sosial media guna memperluas capaian informasi kepada konsumen. | <i>Engagement media</i> dapat menarik minat dan menumbuhkan <i>brand awareness customer</i> untuk membeli produk kursus. |
|----|---|--|--|

2.3 Target Luaran

Rencana capaian dari analisis penelitian Pemasaran Produk *E-Course* 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates' pada program MBKM di perusahaan Vocasia yaitu dapat menentukan faktor – faktor pendukung dalam penjualan produk *e-course* untuk meminimalisir persaingan dari para pesaing, tercapainya minat dari *kaum millennial* maupun *jobseekers* dan menumbuhkan *brand awareness customer* sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

BAB III METODE PELAKSANAAN

3.1 Bentuk Langkah

Vocasia sendiri memiliki beberapa Langkah strategi dalam membuat produk *e-course* sebelum produk tersebut layak untuk dijual, diantaranya :

3.1.1 Pembangkitan Kesan FoMO (Fear of Missing Out)

Untuk menarik perhatian dari kaum millennial maupun *jobseekers* pada produk *e-course* '*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*', Vocasia mencoba untuk membangun kesan *FoMO*. Berdasarkan penelitian dari Wiesner (2017),

We interpret FoMO as a socially-driven, covert trigger that can induce problematic social media smartphone use (Elhai et al., 2018) *FoMO* berasal dari kebutuhan manusia untuk menjadi bagian dari kelompok sosial dan masyarakat luas. *FoMO* merupakan fenomena yang menggambarkan alasan penggunaan teknologi yang berlebihan secara kompulsif. Hal itu tampak ketika orang mencoba berkomunikasi dengan lingkungan sosialnya melalui media sosial, dan adanya kebutuhan seseorang untuk memiliki sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini merupakan faktor utama yang mempengaruhi *FoMO* (Hamutoglu et al., 2020).

On the other hand, FoMO was explained as the feeling of missing the life that others shared on social media and worth seeing, and it is stated that FoMO is associated with unhealthy social media use (Riordan et al. 2021).

Penggunaan *FoMO* sendiri sangat cocok diimplementasikan guna untuk menerapkan strategi marketing dalam peningkatan penjualan produk *e-course*. Karena dalam segi psikologi marketing, implikasinya sangat berpengaruh pada kegiatan sosial. Namun dalam hal ini, belum diterapkannya *FoMO* pada produk *e-course* '*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*' di perusahaan Vocasia.

Produk Vocasia dinilai sesuai melakukan penerapan *FoMO*, karena dirasa efektif dalam strategi pemasaran guna untuk meningkatkan penjualan produk *e-course* '*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*'

3.1.2 Metode SWOT

Untuk menghadapi banyaknya pesaing diluar sana, Vocasia menggunakan teknik *SWOT* pada produk *e-course* '*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*'. Menurut Lena Lestary et al., (2022) Analisis *SWOT* menjadi analisis yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan dan faktor

eksternal yang berperan sebagai peluang dan ancaman di luar. *SWOT* mencakup Kekuatan (*Strength*) menjadi sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menjadi sukses karena kekuatan memiliki sifat internal positif yang membantu pebisnis mencapai tujuan strategisnya. Kelemahan (*Weaknesses*) pada perusahaan kekurangan sumber daya, karena dapat mengganggu tujuan strategis. Peluang (*Opportunity*) pada kondisi lingkungan eksternal yang dapat membantu pelaku usaha mencapai tujuan perusahaan. Ancaman (*Threats*) pada kondisi lingkungan eksternal yang dapat mempersulit pelaku usaha untuk mencapai tujuan perusahaannya.

Setelah menemukan tiap komponen, selanjutnya dilakukan formulasi strategi penggabungan *SO*, *WO*, *ST*, dan *WT*. Tujuan dilakukannya hal tersebut untuk meningkatkan kondisi yang ada. Dengan komponen *SO* strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada, komponen *WO* strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, komponen *ST* strategi menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman yang ada, dan komponen *WT* strategi meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman (Rangkuti, 2015).

Berdasar pada teori yang disebutkan sebelumnya Teknik untuk strategi dapat menggunakan matriks *SWOT* yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu matching antara kekuatan dan peluang (*SO* strategi), kekuatan dan ancaman (*SW* strategi), kelemahan dengan peluang (*WO* strategi) serta kelemahan dengan ancaman (*WT* strategi).

1. Strategi *SO*: Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan seluruh kekuatan untuk meraih dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada diluar organisasi.
2. Strategi *ST*: Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk dapat mengatasi dan menghindari ancaman yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan.
3. Strategi *WO*: Strategi ini diterapkan dengan tujuan untuk memperkecil atau meminimalkan kelemahan internal organisasi dengan memanfaatkan peluang yang ada.
4. Strategi *WT*: Dalam situasi menghadapi dan sekaligus merupakan kelemahan internal, maka strategi yang umumnya dilakukan adalah keluar dari situasi terjepit tersebut Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan merupakan taktik untuk bertahan dan mengarah dengan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari dari ancaman (David, 2017).

Vocasia perlu menganalisis SWOT pada produk *e-course 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates'* guna untuk mengetahui dan mengidentifikasi persaingan pada produk *e-course* yang sama sehingga dapat diambil beberapa kesimpulan terkait analisis faktor yang sangat mempengaruhi, salah satunya ialah menemukan korelasi antara kelebihan pada inovasi produk.

3.2 Tahapan Pelaksanaan

3.2.1 Onboarding Plan

Untuk kelancaran program magang bersertifikat selama 5 bulan, tentu diperlukan perencanaan yang cukup matang, beberapa tahapan yang akan dipersiapkan adalah sebagai berikut :

Vocasia akan mempublikasikan program magang bersertifikat pada periode semester berjalan. Lowongan magang akan disebarakan ke seluruh media digital dan media sosial milik Vocasia dan mitranya. Hal tersebut dilakukan bersamaan dengan proses rekrutmen dan seleksi calon pemegang, untuk mendapatkan 60 kandidat pemegang yang memenuhi syarat. Tiga tahapan seleksi yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Seleksi administratif untuk memeriksa kelengkapan dan kesesuaian berkas kandidat pemegang;
2. Kandidat diminta untuk mengerjakan dan mengumpulkan tugas, sehingga kami mendapatkan gambaran dari hasil uji kemampuan dan *problem solving* terkait posisi yang dilamarnya.
3. Seleksi langsung melalui wawancara oleh mentor dan pimpinan Vocasia.

Peserta magang yang terpilih dan berkomitmen untuk magang akan diberikan pembekalan dari Vocasia sebagai berikut:

1. Pembekalan *soft skill* sebelum menyetuh aktivitas magang pertamanya, dengan materi *Leadership, Communication Skills, Performing Good Action & Teamwork*.
2. Proses induksi pada saat pemegang pertama kali bergabung menjadi bagian dari Vocasia selama paling tidak satu semester, meliputi induksi meliputi induksi keselamatan dan kesehatan kerja dan lingkungan hidup (*SHE induction*), pengenalan budaya perusahaan (*company culture*), dan pementapan nilai utama perusahaan (*company core values*).
3. Berkenalan dengan manajemen dan mentor profesional yang akan mendampingi para pemegang selama satu semester nanti.

3.2.2 The Agile – Scrum Framework

A. Product Backlog

Product owner mengumpulkan stakeholder dan mempersilahkan mereka berpendapat mengenai *product online research* yang akan dibuat dengan segala fiturnya. Pendapat yang diberikan disebut sebagai *user story*. *Product owner* kemudian merangkum *user story*/usulan kedalam point yang sistematis untuk dimasukkan ke dalam *product backlog*. Proses penentuan daftar yang akan masuk ke *product backlog* ini disebut *product backlog grooming*. Dalam tahap ini, *scrum master* bersama dengan development team bergabung untuk memberikan masukan dan membantu mengubah *story* menjadi *backlog item* yang bisa diimplementasikan ke sistem.

B. Sprint Backlog

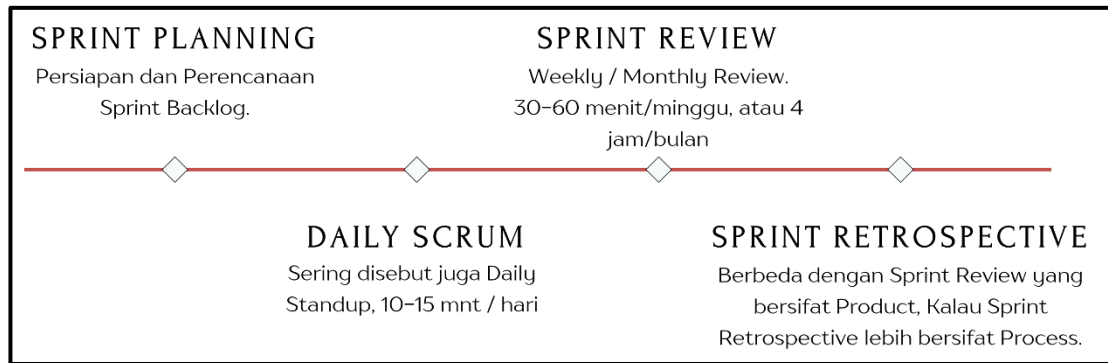
Sprint backlog ini nantinya adalah hasil dari *Sprint planning* yang sudah dirapatkan dan disetujui oleh *stakeholders* terkait *project*

C. Sprint Execution

1. Merupakan proses pengerjaan projek oleh *development team*
2. hasil dari *Sprint* disebut *Increment*, yaitu akumulasi produk yang sudah dibuat oleh *Development Team*.
3. *Development Team* boleh bertanya kapan saja kepada *Product Owner* mengenai *Product Backlog Item* yang sedang dikerjakan

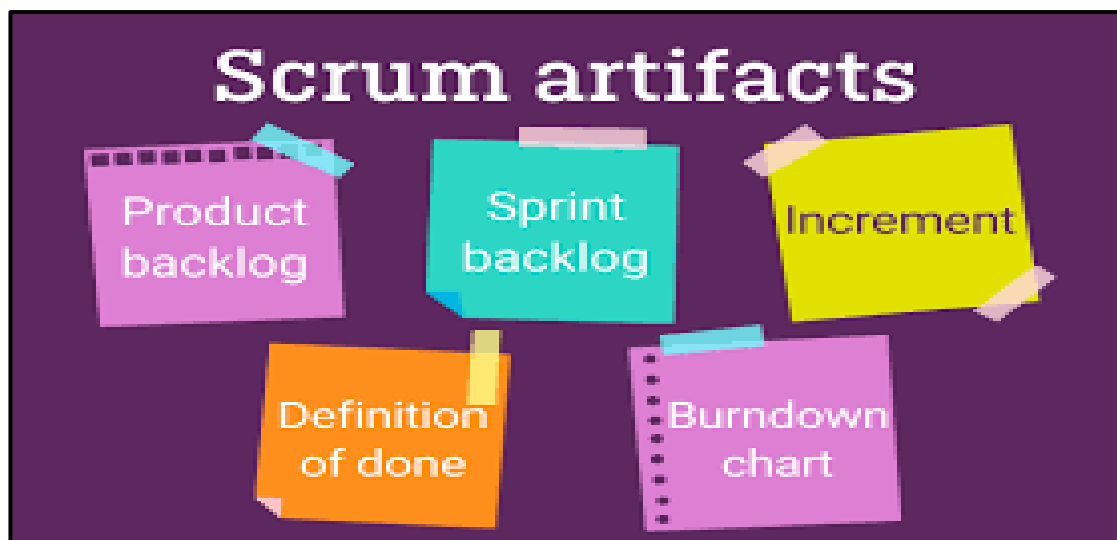
D. Sprint Planning

1. Adalah kegiatan untuk menjabarkan *product backlog* ke dalam tugas-tugas yang lebih spesifik dan teknis *Sprint planning* menghasilkan
2. *Sprint backlog*. *Sprint planning* di dokumentasi ke dalam *Sprint Backlog* secara detail, sampai kepada prioritas yang akan dikerjakan, penugasan anggota dalam *development Team* beserta *due date* yang disepakati dalam mengerjakan setiap *item Task*
3. Durasi pengerjaan tugas ditentukan oleh *development team*



Sumber : Vocasia,2023

Gambar 3. 1 *Line Position*



Sumber : Vocasia, 2022

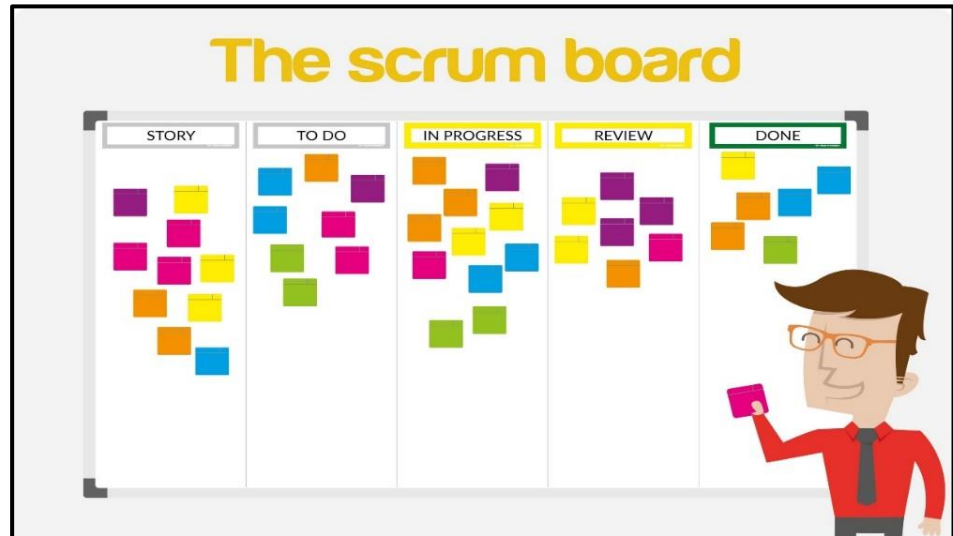
Gambar 3. 2 *Scrum Artifacts*

Merupakan bagian dari *Scrum Framework* untuk merepresentasikan pekerjaan atau nilai bisnis guna terciptanya transparansi informasi. Artefak yang dijabarkan di dalam *Scrum Framework* ini dirancang sedemikian rupa untuk memaksimalkan transparansi informasi utama sehingga setiap orang memiliki pemahaman yang sama mengenai artefak tersebut. Adapun 3 Item utama dalam artefak yaitu:

1. *Product Backlog* : untuk melihat *progress* untuk mencapai *Product Goal*
2. *Sprint Backlog* : untuk melihat *progress* dari *Sprint Goal*
3. *Product Increment* : untuk melihat *progress* yang dicapai menuju definisi “selesai” – *DoD (Definition of Done)*.

E. Scrum Board

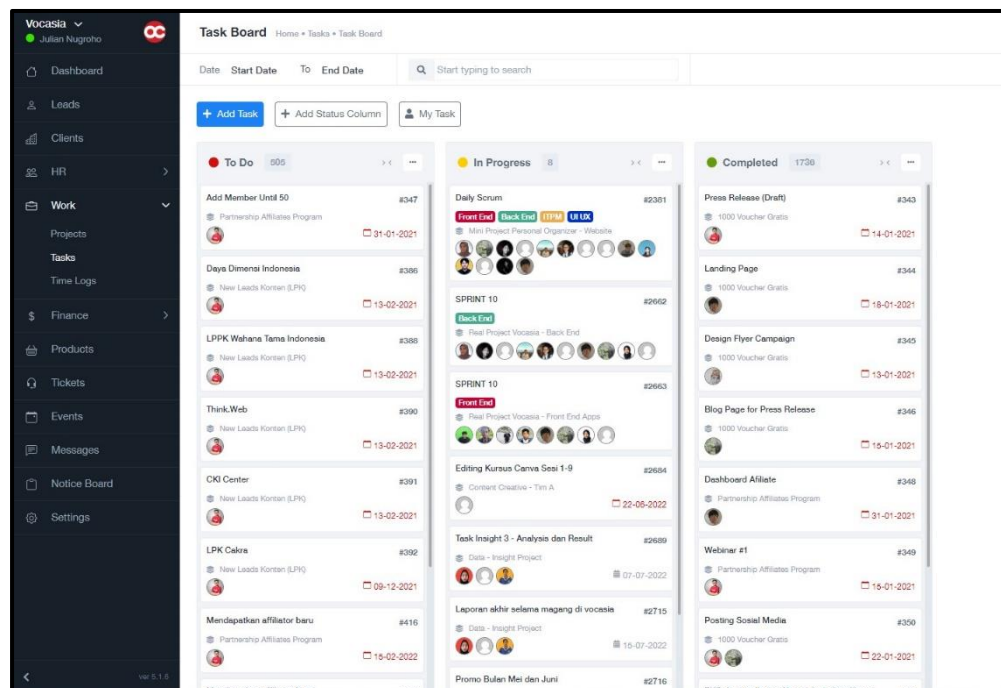
Tool proyek visual yang membantu tim *Scrum* memvisualisasikan *item Backlog* dan *progress* pekerjaan. *Scrum Board* melacak *Sprint* individu dan membantu anggota tim memvisualisasikan kemajuan mereka. *Scrum Board* juga dikenal sebagai *Scrum Task board* atau *Sprint board*.



Sumber : Vocasia

Gambar 3. 3 *The Scrum Board*

Tools yang digunakan adalah sebagai berikut



Sumber : <https://pm.vocasia.id>

Gambar 3. 4 *Project Management System Vocasia*

3.2.3 Tahapan Pembuatan Kursus

Vocasia sendiri memiliki beberapa Tahapan dalam membuat produk *e-course* sebelum produk tersebut layak untuk dijual, diantaranya :

| <i>Partnership Content</i> | <i>Lead / Calon Mitra</i> | <i>Partnership Content</i> | <i>Content Production</i> | <i>Content Post Production</i> | <i>Content Producer & Currator</i> | <i>Mentor Currator</i> | <i>Content Manager</i> |
|---|--------------------------------|---|---------------------------|--------------------------------|--|------------------------|------------------------------------|
| Mencari Leads Baru | Mengisi Dokumen | <i>Review</i> Dokumen | Video <i>Taking</i> | Video <i>Editing</i> | Mengkurasi Video | <i>Final Review</i> | <i>Submitting & Publishing</i> |
| Mengirimkan Dokumen Penawaran | Mempersiapkan Materi | <i>Request</i> Tim Produksi | Video <i>Animation</i> | <i>Uploading</i> Content | | | |
| <i>Virtual Meeting & Negosiasi</i> | <i>Request</i> Jadwal Produksi | Menyerahkan Dokumen ke Tim Produksi | | | | | |
| Mengirimkan Dokumen Formulir & PKS | | | | | | | |
| Leads Baru | Dokumen yang telah di isi | Perpindahan Tanggungjawab ke Content Director | Master Video | Edited Video | Catatan Revisi *jika ada | Konten Siap Submit | |
| Kesepakatan | Jadwal Produksi | - Tim Produksi - Jadwal Produksi | Video Animasi | | | | |

Tabel 3. 1 *Line Production*

Tabel diatas merupakan gambaran besar secara *line production* terkait dari awal tahapan perencanaan divisi *partnership content* terkait penentuan calon instruktur untuk *e-course* 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates' di perusahaan Vocasia hingga pada tahapan akhir dimana produk *e-course* 'Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates' di *publish* ke dalam website vocasia.id dan siap untuk dipasarkan.

3.3 Partisipasi Objek

Partisipasi objek atau mitra Vocasia membantu berbagai instansi pemerintah dan perusahaan menjalankan transformasi organisasi melalui pelatihan dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pada tahun 2015 hingga saat ini.



Sumber : Vocasia

Gambar 3. 5 Partisipasi Objek/Mitra Government & Non Government

3.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

Dalam tahap evaluasi pelaksanaan program Vocasia memiliki tahapan pelaksanaan evaluasi terdiri :

1. Pendampingan dilakukan secara berkala *weekly* maupun *monthly*, yang akan dijadwalkan oleh mentor ataupun PIC divisi masing-masing.
2. *Weekly check point program internship* akan dilakukan setiap hari Jumat
3. *Bi-Monthly check point program internship* akan dilakukan pada akhir bulan ke I, III, dan V.
4. Setiap peserta magang menuliskan tugas yang harus dikerjakan per harinya dalam *form* kerja yang telah disediakan.
5. Pekerjaan akan dibagi dalam target Sprint mingguan yang dituliskan menjadi *backlog*.

Setiap mahasiswa yang berpartisipasi dalam program Kampus Merdeka akan mendapatkan program mentoring yang terdiri dari :

Tabel 3. 2 Pendampingan dan Pengawasan Magang

| Buddy Program | 1on1 Mentoring | Group Mentoring |
|---|---|--|
| Mahasiswa akan mendapatkan “ <i>Buddy</i> ” atau rekan kerja yang dipilih untuk membantu memberikan informasi seputar bisnis yang ada di Vocasia termasuk hal-hal yang bersifat umum, seperti <i>POC (Point of Contact)</i> jika menentukan hambatan dan kendala. | Mahasiswa akan mendapatkan umpan balik secara berkala dan bersifat personal dari setiap mentor, baik yang terkait kinerja selama bekerja di Vocasia maupun kemampuan bersosialisasi | Mahasiswa akan mendapatkan umpan balik secara kelompok dan berkala dari setiap perwakilan mentor atau tim <i>people (HRD)</i> baik yang terkait kinerja selama bekerja di Vocasia maupun kemampuan bersosialisasi. |

3.5 Metode/Analisa Data

Penentuan metode/analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, di mana peneliti mengungkapkan, memaparkan atau mendeskripsikan secara detail tentang bagaimana analisis strategi pemasaran dan juga menganalisa data yang akan memperoleh gambaran masa depan suatu perusahaan, penulis pun harus menganalisa situasi dan kondisi perusahaan itu sendiri dengan menggunakan serta memperhatikan faktor lingkungan yang mempengaruhinya.

BAB IV HASIL DAN CAPAIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Iptek

4.1.1 Profil Perusahaan



Sumber :Vocasia.id

Gambar 4. 1 Logo PT Vocasia

VOCASIA merupakan *online educational platform* yang dapat digunakan secara luas baik untuk komunitas maupun individu. Platform ini dirancang sebagai pilihan yang tepat untuk membuat pelatihan, ataupun untuk mencari dan mendapatkan keahlian pilihan dengan cara yang jauh lebih efisien. Aktivitas pembelajaran di Vocasia akan memberikan pengalaman yang luar biasa dengan dukungan konten pembelajaran yang terstruktur, mudah digunakan, dan menarik. tentunya Ekosistem dan aktivitas yang dijalani berdampingan langsung dengan perkembangan teknologi dan informasi pada era digital saat ini beserta kebutuhan pembelajaran daring. Program Vocasia *Internship Professional Edutech* Program ini didesain untuk memberikan kesempatan talenta – talenta muda agar meraih pengalaman untuk mensukseskan ekosistem pada *business educational technology*, Menjadi *platform* pendidikan berbasis komunitas yang utama di Indonesia yang menyediakan ekosistem pendidikan berbasis keterampilan dan keahlian yang terintegrasi dengan dunia kerja dan dunia bisnis.

Tabel 4. 1 Produk Vocasia

| <i>Marketplace & Learning Management System</i> | Program Magang & Kuliah Kampus Merdeka | Program Sertifikasi Kompetensi |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dashboard Pengajar • <i>E-Courses</i> • <i>Online Workshop</i> • <i>Professional Coaching</i> • Sertifikasi • Kolom Konsultasi Belajar • <i>E-Wallet</i> • <i>Community Discussion</i> • Kurasi | <ul style="list-style-type: none"> • Bekerjasama dengan multi pihak: Pendidikan, Pemerintah, Swasta • Terhubung langsung dengan industri, UKM, institusi, dan lembaga resmi dalam penerimaan program magang. • Sertifikasi • Pembimbing lapangan profesional • Konversi nilai SKS | <ul style="list-style-type: none"> • Program pelatihan profesional sesuai kebutuhan lapangan kerja dan profesi. • Bekerjasama dengan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) dan Lembaga Sertifikasi Profesional lainnya untuk memberikan Sertifikasi Keahlian dan Profesi. |

Adapun beberapa divisi sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Divisi Vocasia

| Divisi | Kompetensi | Tujuan |
|--------------------------------|---|---|
| App Developer | <i>Mobile Apps Development</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu membuat program antarmuka app - Mampu mengintegrasikan API |
| | <i>ICT Problem Solving Planning</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Dapat memahami dokumen perencanaan <i>software</i> dan QA |
| | <i>IT Project Management</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>IT Project Management</i> |
| | <i>Soft Skills</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi |
| | <i>ICT Problem Solving Planning</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Dapat memahami dokumen perencanaan <i>software</i> dan QA |
| UI/UX Designer | <i>UI/UX Designer</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki <i>hard skill</i> mendasar sebagai UI/UX Designer |
| | <i>HCI (Human Computer Interaction)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu membuat analisis & assessment kebutuhan aplikasi terhadap UI |
| | <i>Graphic Design</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Memahami dasar-dasar desain seperti komposisi warna dan bentuk |
| | <i>IT Project Management</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>IT Project Management</i> |
| | <i>Soft Skills</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi |
| Front-End Web Developer | <i>Front-End Development</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu membuat program antar muka <i>web</i> - Mampu mengintegrasikan API |
| | <i>ICT Problem Solving Planning</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Dapat memahami dokumen perencanaan <i>software</i> dan QA |
| | <i>IT Project Management</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>IT Project Management</i> |
| | <i>Soft Skills</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Back End Development | <i>Back-End Developpe</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu merancang data base - Mampu membuat / menyediakan data AP |
| | <i>ICT Problem Solving Planning</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Dapat memahami dokumen perencanaan <i>software</i> dan QA |
| | <i>Pemrograman</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Algoritma & <i>framework</i> pemrograman |
| | <i>IT Project Management</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu bekerjasama dalam |

| Divisi | Kompetensi | Tujuan |
|--|-------------------------------|--|
| | | lingkup IT Project Management |
| | <i>Soft Skills</i> | - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Partnership Program | <i>Relationship Marketing</i> | - Kemampuan komunikasi, presentasi, dan memberikan penawaran kerjasama kepada mitra |
| | <i>Project Management</i> | - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> |
| | <i>Soft Skills</i> | - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Content Producer & Currator | <i>Soft Skills</i> | - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, <i>Fast learner</i> , etika profesi. |
| | <i>Leadership</i> | - Mampu memimpin tim dan menjadi koordinator dari proses kerja di dalam tim |
| | <i>Project Management</i> | - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> |
| | <i>Content Production</i> | - Menguasai alur produksi konten/produk digital yang di terapkan di Vocasia. |
| | <i>Content Currator</i> | - Terlatih menjadi seseorang yang detail <i>oriented</i> dan terbiasa menjamin kualitas hasil pekerjaan. |
| | <i>Project Management</i> | - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> |
| Camera Person | <i>Soft Skills</i> | - Menjadi <i>Camera person / Crew</i> produksi yang profesional dan dapat diandalkan. |
| | <i>Hardware Knowledge</i> | - Mengetahui dan mampu menggunakan <i>hardware</i> apa saja yang digunakan pada produksi kursus. |
| | <i>Videography</i> | - Mampu melakukan instalasi dan mengoperasikan seluruh <i>tools shooting production</i> . |
| | <i>Project Management</i> | - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> |
| Video Editor | <i>Soft Skills</i> | - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |

| Divisi | Kompetensi | Tujuan |
|-------------------------------|--------------------------------|--|
| | <i>Video Editing</i> | – Menguasai <i>software editing video</i> dan menguasai <i>technical editing video</i> khususnya untuk video pembelajaran. |
| | <i>Audio Editing</i> | – Dapat mengedit audio serta memperbaiki kualitas audio |
| | <i>Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> . |
| | <i>Design Aset / Vector</i> | – Mampu membuat aset / <i>Vector</i> yang akan dijadikan. |
| Animator | <i>Motion Graphic</i> | – Menguasai <i>software after effects</i> dan membuat animasi <i>motion graphic</i> . |
| | <i>Audio Editing</i> | – Mampu menyesuaikan dan membuat audio untuk kebutuhan animasi. |
| | <i>Storyboard Making</i> | – Mampu membuat <i>storyboard</i> yang sesuai dengan kebutuhan. |
| | <i>Soft Skills</i> | – Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| | <i>Design Aset / Vector</i> | – Mampu membuat aset / <i>Vector</i> yang akan dijadikan sebagai objek-objek animasi. |
| | <i>Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> . |
| Graphic Designer | <i>Graphic Design</i> | – Mampu membuat desain dengan standar <i>Vocasia</i> . |
| | <i>Social Media Management</i> | – Mampu membuat penilaian kebutuhan publikasi sosial media terkait desain. |
| | <i>Content Development</i> | – Mampu bekerjasama dalam pengembangan konten dan ide kreatif. |
| | <i>Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> . |
| | <i>Soft Skills</i> | – Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Social Media Marketing | <i>Social Media Marketing</i> | – Mampu mengelola akun bisnis dan <i>advertising</i> . |
| | <i>Social Media Strategist</i> | – Mampu menganalisis bisnis perusahaan dan manajemen kehumasan Peserta melakukan analisis bisnis perusahaan. |
| | <i>Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> |

| Divisi | Kompetensi | Tujuan |
|--|-------------------------------------|--|
| | <i>Soft Skills</i> | – Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Copywriter | <i>Copywriting</i> | – Kemampuan menulis yang mumpuni. |
| | <i>Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> |
| | <i>Soft Skills</i> | – Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Digital Marketing | <i>Marketing Planning & SEO</i> | – Memahami riset kata kunci, <i>technical skill SEO, google analytic</i> , visualisasi data, data audit SEO. |
| | <i>Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> . |
| | <i>Soft Skills</i> | – Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Affiliate Partnership & Sales | <i>Marketing planning</i> | – Mampu membuat strategi pemasaran. |
| | <i>Direct Selling</i> | – Kemampuan meyakinkan calon klien. |
| | <i>Affiliate Partnership</i> | – Mampu presentasi, mencari kemitraan afiliasi, membimbing dan mengarahkan orang lain. |
| | <i>Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i> . |
| | <i>Soft Skills</i> | – Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Scrum Master | <i>Technical Skill</i> | – Membuat dokumen perencanaan |
| | | – Menentukan metode pengembangan <i>software</i> |
| | | – Membuat <i>analisis system</i> , pengembangan, dan efisiensi kinerja |
| | | – Membuat laporan dokumentasi |
| | | – Membuat <i>scheduling and time management</i> |
| | | – Membuat <i>budgeting and cost</i> |
| | <i>IT Project Management</i> | – Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>IT Project Management</i> . |
| | <i>Leadership</i> | – Dapat mengarahkan, |

| Divisi | Kompetensi | Tujuan |
|--|------------------------------|---|
| | | memotivasi, memecahkan masalah dari anggotanya di dalam suatu tim. Tau tindakan yang harus dilakukan agar proyek yang <i>dihandle</i> bisa selesai Sesuai dengan rencana yang telah dibuat. |
| | <i>Communication Skill</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan presentasi. - Kemampuan menyampaikan pendapat. - Kemampuan menyampaikan ide. - Kemampuan memimpin tim. |
| Quality Assurance / Software Tester | <i>Technical Skill</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu melakukan <i>software testing</i> diantaranya: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance Testing</i> • <i>System Testing</i> • <i>Unit Testing</i> • <i>Methodology Testing</i> • Perancangan dokumentasi <i>software</i> • Perancangan <i>test plan</i> dan <i>test case</i>. |
| | <i>IT Project Management</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>IT Project Management</i> |
| | <i>Leadership</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Dapat mengarahkan, memotivasi, memecahkan masalah dari anggotanya di dalam suatu tim. Tau tindakan yang harus dilakukan agar proyek yang <i>dihandle</i> bisa selesai sesuai dengan rencana yang telah dibuat. |
| | <i>Communication Skill</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan presentasi. - Kemampuan menyampaikan pendapat. - Kemampuan menyampaikan ide. - Kemampuan memimpin tim. |
| IT Project Manager | <i>Technical Skill</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat dokumen perencanaan. - Menentukan metode pengembangan <i>software</i>. - Membuat analisis <i>system</i>, pengembangan, dan efisiensi kinerja. - Membuat laporan |

| Divisi | Kompetensi | Tujuan |
|--------------------------------------|--|---|
| | | <p>dokumentasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>scheduling and time management</i>. - Membuat <i>budgeting and cost</i>. |
| | <i>IT Project Management</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>IT Project Management</i> |
| | <i>Leadership</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Dapat mengarahkan, memotivasi, memecahkan masalah dari anggotanya di dalam suatu tim. Tau tindakan yang harus dilakukan agar proyek yang dihandle bisa selesai sesuai dengan rencana yang telah dibuat. |
| | <i>Communication Skill</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan presentasi. - Kemampuan menyampaikan pendapat. - Kemampuan menyampaikan ide. - Kemampuan memimpin tim. |
| Event Planner & Organizer | <i>Technical Event Planner & Organizer</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan Analisis - Kemampuan Perencanaan. - Kreativitas - Kemampuan Evaluasi Acara. |
| | <i>Project Management</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mampu bekerjasama dalam lingkup <i>project management</i>. |
| | <i>Soft Skills</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |
| Data Scientist | <i>Data Science Programming</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mengakses data melalui API, web, mengunduh <i>internet, dan database</i>; Melibatkan penerapan algoritma yang memproses data secara otomatis untuk memberikan prediksi dan tindakan otomatis |
| | <i>Data Handling</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Mengeksplorasi data, melakukan <i>data cleaning</i>, dan penyempurnaan data; Menyaring esensi dari data hal <ul style="list-style-type: none"> - hal yang mengarah pada keputusan seperti peningkatan ROI, dll atau tindakan seperti menentukan harga, dl |
| | <i>Business Intelligence</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Membantu mengotomatiskan laporan bisnis dan membuat ekstraksi data lebih cepat |

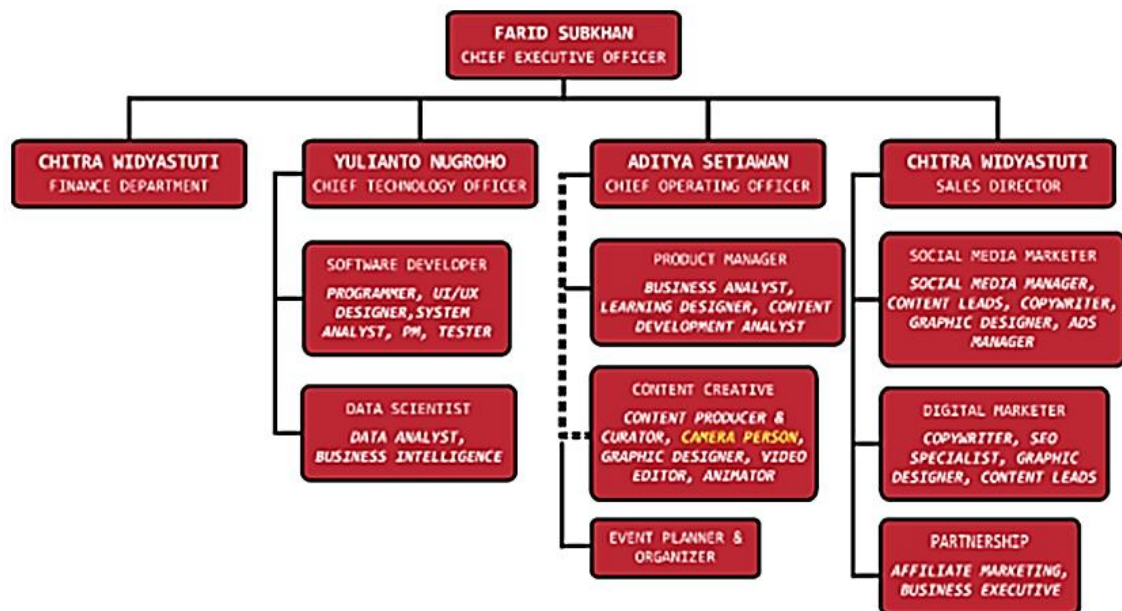
| Divisi | Kompetensi | Tujuan |
|---------------|---------------------------------|--|
| | <i>Data Visualization</i> | – Menyajikan dan menginterpretasikan hasil dalam beberapa proses otomatis, menyajikan data dengan berbagai bentuk <i>table dan diagram</i> . |
| | <i>Data Collection Technics</i> | – Mampu mengumpulkan data melalui berbagai teknik. |
| | <i>Project Management</i> | – Terlibat dalam mengorganisir, mengarahkan, dan mengimplementasikan proyek sesuai dengan waktu dan kualitas yang telah direncanakan. |
| | <i>Soft Skills</i> | – Komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, tanggung jawab, etika profesi. |

Tabel 4. 3 Detail Mentor

| Nama | Posisi | Komitmen | Linkedin |
|--------------------------|--|--|---|
| Farid Subkhan | <i>Digital & Affiliate Marketing</i> | Memberikan pengarahan, bimbingan dan mensupervisi terkait pelaksanaan aktivitas magang untuk <i>digital & affiliate marketing</i> dalam 1 semester | linkedin.com/in/faridsubkhan/ |
| AAIA Chitra Widyastuti | <i>Widyastuti Affiliate Marketing</i> | Memberikan pengarahan, bimbingan dan mensupervisi aktivitas <i>affiliate marketing</i> dalam 1 semester | linkedin.com/n/chitrawidyastuti-237a11210/ |
| Muhammad Aditya Setiawan | <i>Content Creative</i> | Memberikan pengarahan, bimbingan dan mensupervisi aktivitas magang <i>content creative</i> dalam 1 semester | linkedin.com/in/Aditya-setiawan-vocasia/ |
| Muhamad Ikhsanudin | <i>Software Developer</i> | Memberikan pengarahan, bimbingan dan mensupervisi proses <i>development</i> aplikasi peserta magang dalam | https://www.linkedin.com/in/ikhsan360/ |

| | | | |
|------------------|-------------------------------|---|---|
| | | 1 semester | |
| Ahmad Widyarma | <i>Partnership</i> | Memberikan pengarahan, bimbingan dan mensupervisi terkait pelaksanaan aktivitas magang untuk <i>partnership</i> dalam 1 semester | https://www.linkedin.com/in/ahmad-widyarma-b657201a7/ |
| Yulianto Nugroho | <i>Sosial Media Marketing</i> | Memberikan pengarahan, bimbingan dan mensupervisi terkait pelaksanaan aktivitas magang untuk sosial media <i>marketing</i> dalam 1 semester | linkedin.com/ in/julian nugroho-256821104/ |

4.1.2 Stuktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

4.1.3 Profil Singkat Perusahaan

Tabel 4. 4 Profil Singkat Perusahaan

| Nama Perusahaan | Vocasia |
|-----------------|---|
| Alamat | Jl. Lembah Nyiur Raya J12/01, Kav. DKI, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 13450 |
| No. Telepon | 082213944233 |
| Website | https://vocasia.id/ |
| Slogan | <i>Make You Competent</i> |

4.2 Pelaksanaan Kegiatan

Didalam pelaksanaan kegiatan Vocasia melakukan beberapa tahapan sebelum ataupun setelah e-course di publikasi.

4.2.1 Penerapan Kesan *FoMo* (*Fear of Missing Out*) - Strategi



Sumber : Instagram Vocasia

Gambar 4. 3 FoMo Ketupat

Gambar 4.3. merupakan salah satu postingan yang terdapat pada instagram Vocasia dengan Caption: “Hallo Sobat Vocasia, Minvo punya kabar gembira nih karena *sale* 'Keuntungan Berlipat' dengan harga yang terjangkau untuk kalian yang ingin kursus online bersama Minvo!!

Cukup dengan 25 ribu Sobat Vocasia bisa pelajari lebih banyak dan hemat lebih banyak dengan kursus online berkualitas tinggi dari ahli di bidangnya. Minvo memberikan kesempatan dengan diskon besar-besaran mulai 74% sampai 91% untuk beberapa kursus online kami.

Pilih berbagai macam kursus, pelajari dari para ahli dan segera tingkatkan keterampilanmu dengan kursus online berkualitas dan bersertifikat.

Tanpa perlu khawatir tentang biaya, kamu dapat memilih kursus yang sesuai dengan minatmu, dan memulai perjalanan belajarmu dengan harga yang lebih terjangkau.

Segera daftar dan jadilah bagian dari komunitas belajar online kami untuk mendapatkan kesempatan emas ini. Jangan sampai ketinggalan! Diskon besar-besaran ini berlaku hanya sampai 10 Mei 2023 saja. Yuk segera *join* bersama Minvo!!” dari penerapan *FoMo* di atas diperoleh *insight* postingan sebagai berikut:



Sumber : Instagram Vocasia

Gambar 4. 4 *Insight Postingan*

4.2.2 Penerapan kesan FoMo SMS

vocasiasms

SAATNYA MEMPERBANYAK SKILL

| | |
|---|----------|
| Mahir Microsoft Excel | Rp26.000 |
| Jago Akuntansi Basic Accounting Course (BRS) | Rp26.000 |
| Jago Akuntansi Praktis Membuat Laporan Keuangan | Rp26.000 |
| Belajar TOEFL secara Efektif | Rp26.000 |
| Belajar IELTS secara Efektif | Rp26.000 |
| Belajar Grammar Untuk Pemula | Rp26.000 |
| Kelas Auto Jago Desain Grafis | Rp26.000 |
| Digital Marketing | Rp26.000 |
| Business Plan Competition Peringkat Ketiga Mengikuti Lomba Bisnis | Rp26.000 |
| Menulis Surat Lamaran Kerja | Rp26.000 |

Periodo Promo 11 Mei - 24 Mei 2023

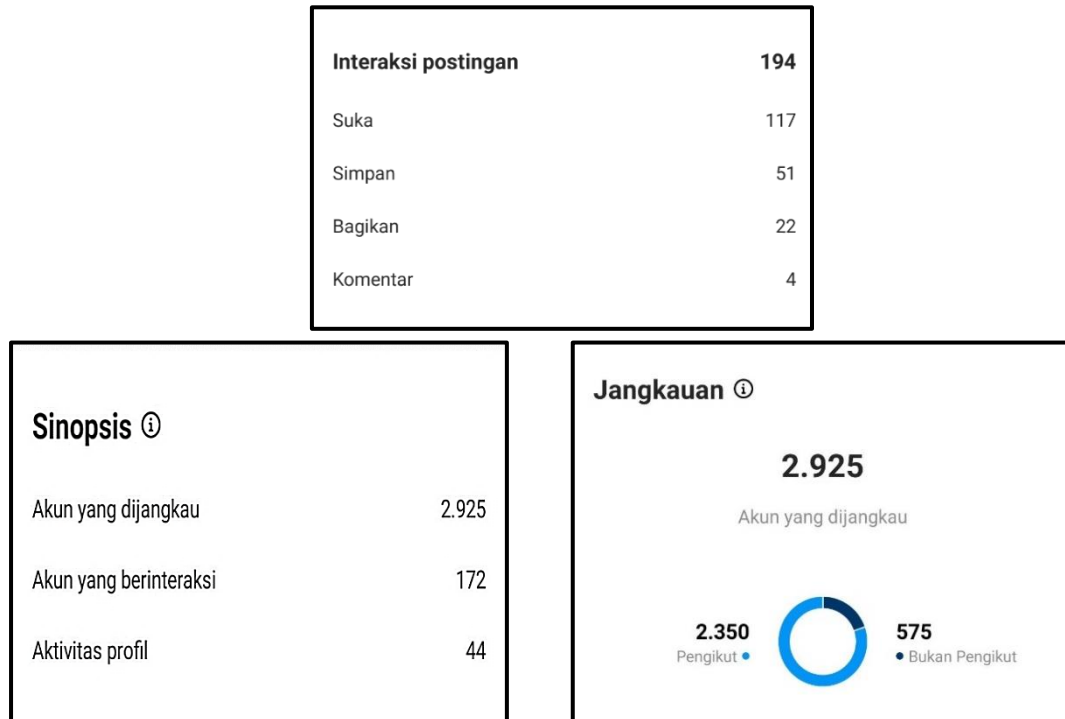
Sumber : Instagram Vocasia

Gambar 4. 5 *Insight Postingan*

Gambar 4.5 merupakan salah satu postingan dari Instagram Vocasia mengenai FoMo SMS dengan “*Caption* : Di SMS (Saatnya Memperbanyak *Skill*) kali ini Vocasia mengadakan diskon besar – besaran.

Dengan menyisihkan 26 Ribu saja, kalian sudah bisa mengikuti kursus yang pastinya membahas topik yg menarik dengan para narasumber yang pastinya berkompeten.

Yuk, tunggu apalagi jangan sampai ketinggalan diskon SMS nya. Ayo daftar sekarang di Vocasia.id.”



Sumber : Instagram Vocasia

Gambar 4. 6 *Insight Postingan*

4.2.3 Penerapan kesan *FoMo* Juragan

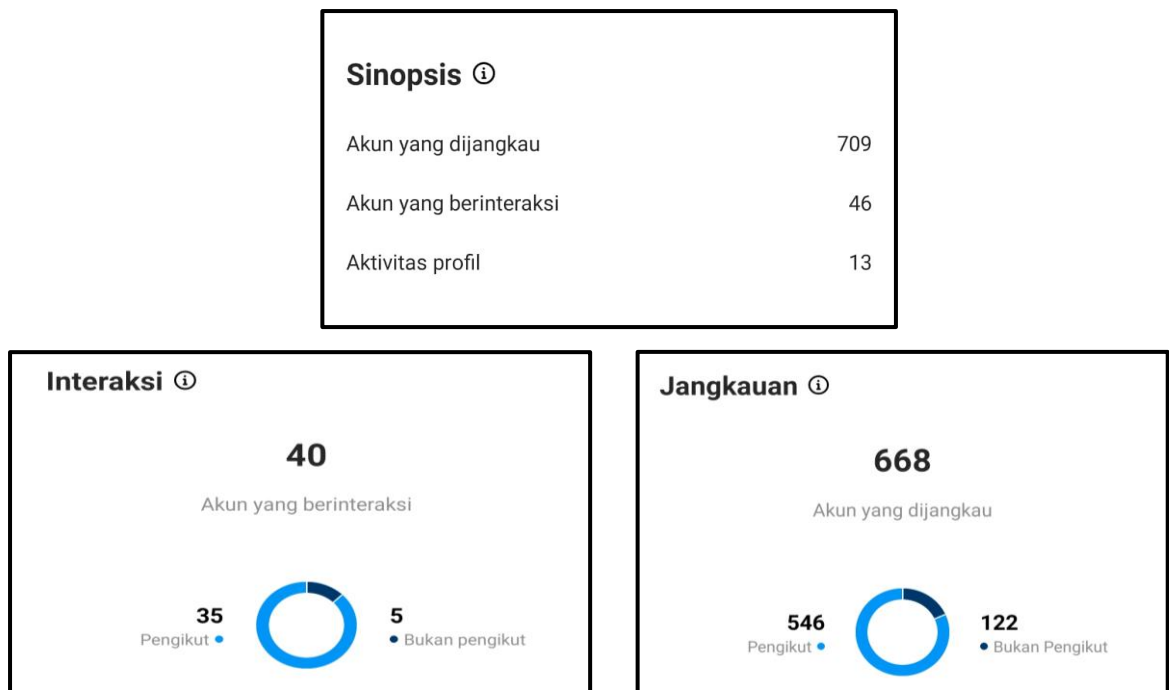


Sumber : Instagram Vocasia

Gambar 4. 7 *Insight Postingan*

Gambar 4.7 merupakan salah satu postingan dari Instagram Vocasia mengenai FoMo SMS dengan “Caption : DISKON KURSUS KEMBALI LAGI. Kita sambut JURAGAN (Juni beragam diskon) Promo kali ini menghadirkan berbagai macam kursus promo yang pastinya berguna banget buat kamu Sobat Vocasia!!.

Mulai dari kursus desain hingga mandarin semuanya ada di Promo ini, Dapatkan diskon hingga 93% untuk setiap kursus yang tertera di flyer ya Sob Yuk tunggu apalagi? Buruan cek website kita di Vocasia.id dan search kata "JURAGAN" ya jangan mau kalah sama orang lain yang punya banyak skill dan sertifikat kamu juga harus bisa punya banyak skill dan sertifikat.



Sumber : Instagram Vocasia

Gambar 4. 8 *Insight Postingan*

Pembangkitan kesan *FoMo* pada produk kursus baik itu potongan harga ataupun promo mampu menjangkau dan mengambil perhatian konsumen hal ini bisa dilihat dalam insight postingan pada ketiga postingan dengan membangkitkan kesan *FoMo* diatas, hal tersebut sangat berpengaruh pada pembelian kursus sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan.

4.2.4 Penerapan SWOT

Tabel 4. 5 Matriks SWOT

| PENGARUH INTERNAL | | | |
|-------------------------------------|---|--|----------------------------|
| KEKUATAN PENDUKUNG/PENDORONG | Strength | Weaknesses | KEKUATAN PENGHAMBAT |
| | <ol style="list-style-type: none"> Harga yang terjangkau Kualitas produk yang bagus. Memiliki materi yang disampaikan sesuai di dalam dunia kerja. Metode kursus yang menarik dan mudah dipahami. Pengajar yang Profesional dalam bidangnya. Memiliki metode belajar yang menarik dan harga terjangkau. | <ol style="list-style-type: none"> Program hampir sama dengan banyaknya pesaing. Produk hanya bisa diakses di <i>Website</i>, tidak bisa di <i>download</i>. Kurangnya Penyebaran | |
| | Opportunities | Threats | |
| | <ol style="list-style-type: none"> Banyak pengajar yang ahli di bidangnya dan juga terkenal Dibutuhkan oleh kaum <i>millennial</i> dan <i>jobseekers</i> Adanya kebijakan pemerintah dengan Program MBKM Mengadakan promo yang menarik | <ol style="list-style-type: none"> Kompetisi dengan tempat lain yang ternama Banyaknya Produk baru yang bermunculan Pesaing lebih melihat perkembangan zaman | |
| PENGARUH EKSTERNAL | | | |

| Strategi SO | Strategi WO |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> Membuat produk dengan harga terjangkau dan merekrut tenaga pengajar yang <i>professional</i> dan juga terkenal. Memanfaatkan tenaga pengajar dengan kebijakan pemerintah sebagai mitra. Dengan metode kursus yang menarik dan sesuai dengan dunia kerja, disamping itu harus diadakan promo-promo yang menarik. | <ol style="list-style-type: none"> Menjalin kerjasama dengan pemerintah sesuai kebijakan yang ada. Membuat produk yang berbeda sesuai kebutuhan kaum <i>millennial</i> dan <i>jobseekers</i>. Mengadakan promo besar besaran sehingga mampu menyebarkan informasi tentang kursus. |
| Strategi ST | Strategi WT |
| <ol style="list-style-type: none"> Membuat produk produk baru dan meningkatkan kualitas serta tingkatan <i>branding</i>. Menggunakan metode belajar sesuai dengan perkembangan jaman. | <ol style="list-style-type: none"> Membuat produk yang berbeda dari yang lain. Optimalkan perangkat media sosial yang ada untuk memperkenalkan secara luas kursus tersebut. |

Tabel 4. 6 Matriks Strategi SWOT

Menampilkan analisis *SWOT* mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sehingga perusahaan bisa untuk memposisikan bagaimana strategi yang dapat memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan dalam hal ini adalah marketing:

1. Jika posisi perusahaan ada dalam strategi SO (*strength- opportunities*) maka perusahaan harus menciptakan strategi-strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (strategi ekspansi) dengan cara sebagai berikut :
 - a. Membuat produk dengan harga terjangkau dan merekrut tenaga pengajar yang *professional* dan juga terkenal.
 - b. Menciptakan produk tersebut dan dapat meningkatkan penjualan dikarenakan tenaga pengajar yang terkenal.
 - c. Memanfaatkan tenaga pengajar dengan kebijakan pemerintah sebagai mitra. Adanya kebijakan pemerintah membantu dalam pembuatan produk yang berkualitas sehingga dapat menjalin kerjasama yang baik bagi perusahaan maupun mitra
 - a. Dengan metode kursus yang menarik dan sesuai dengan dunia kerja, disamping itu harus diadakan promo-promo yang menarik. Kebutuhan bagi kaum *millennial* dan juga para *jobseekers* adalah mendapatkan harga yang terjangkau dengan berbagai promo yang menarik.
2. Jika perusahaan ada dalam strategi WO (*weaknesses-opportunities*) maka perusahaan harus menciptakan strategi-strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang (strategi konsolidasi) dengan cara sebagai berikut:
 - a. Menjalin kerjasama dengan pemerintah sesuai kebijakan yang ada.
 - b. Menjalin kerjasama dengan pemerintah dapat memperkecil kelemahan dalam hal kurangnya penyebaran informasi tentang kursus.
 - c. Membuat produk yang berbeda sesuai kebutuhan kaum milenial dan *jobseekers*.
 - d. Menciptakan produk yang dibutuhkan oleh pasar dipandang perlu karena sesuai dengan apa yang dibutuhkan di lapangan
 - e. Mengadakan promo besar besaran sehingga mampu menyebarluaskan informasi tentang kursus. Adanya promo dapat menyebarkan informasi lebih luas dengan memanfaatkan media yang ada di perusahaan.
3. Jika perusahaan ada dalam strategi ST (*strength-Threats*) maka perusahaan harus menciptakan strategi-strategi yang menggunakan

kekuatan untuk menghadapi ancaman (strategi diversifikasi konsentrik) dengan cara sebagai berikut:

- a. Membuat produk baru dan meningkatkan kualitas serta tingkatkan *branding*. Membuat produk baru serta meningkatkan *branding* di dalam produk mampu bersaing dengan kompetitor yang ada sehingga dapat menghadapi perkembangan dari kompetitor
 - b. Menggunakan metode belajar sesuai dengan perkembangan jaman. Metode belajar yang baru dapat membuat nyaman dan menarik perhatian sehingga pembeli akan mendapatkan pelayanan yang baik dalam metode pembelajaran yang baik
4. Jika perusahaan ada dalam strategi WT (*Weaknesses-Threats*) maka perusahaan harus menciptakan strategi-strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (strategi Restrukturisasi).
- a. Membuat produk yang berbeda dari yang lain. Produk yang berbeda dengan produk yang lain atau dengan kata lain menciptakan produk baru dapat meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman.
 - b. Optimalkan perangkat media sosial yang ada untuk memperkenalkan secara luas kursus tersebut. Optimalisasi penggunaan media sosial yang ada dalam perusahaan bisa memperluas cakupan kursus dan menumbuhkan *brand awareness*.

Penulis menyiapkan strategi dalam memposisikan perusahaan baik itu di dalam strategi ekspansi, strategi konsolidasi, strategi diversifikasi konsentrik dan strategi restrukturisasi. Strategi tersebut tergantung bagaimana perusahaan mengambil sikap dalam menghadapi suatu masalah dan menggunakan strategi tersebut untuk menanganinya.

4.2.5 Penggunaan Platform Media Sosial Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

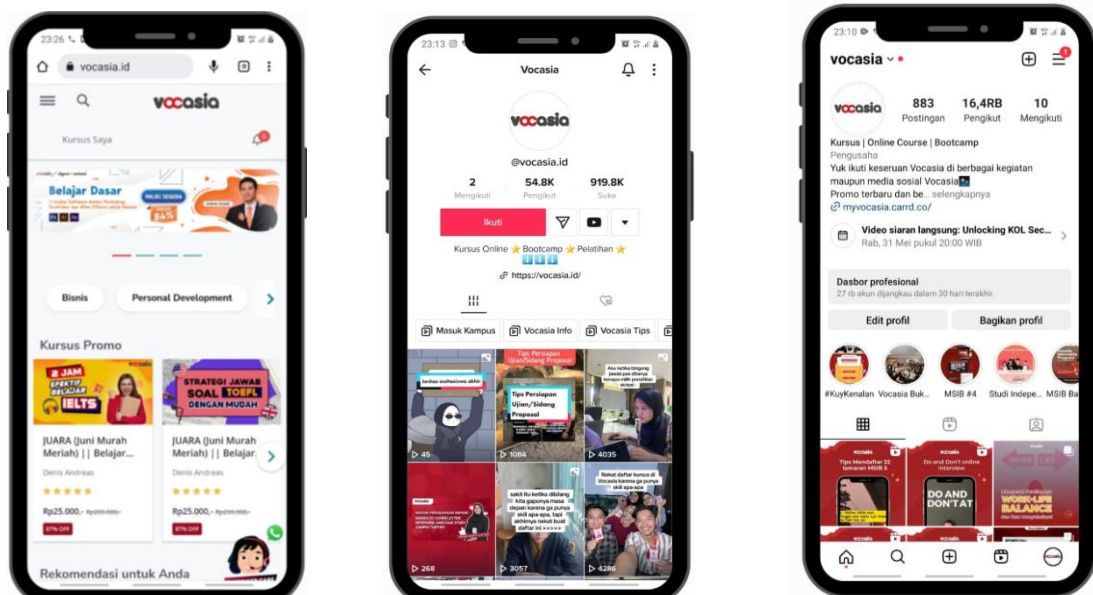
Dalam hal ini, pengenalan produk *e-course* ‘*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*’ sangatlah penting. Dengan kelebihan media sosial yang mampu diakses secara *realtime* dan tidak terbatas wilayah, merupakan suatu keuntungan yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan usaha, dalam hal ini berfungsi untuk memasarkan produk (Thamwika, 2013).

Menurut Dharamdasani & Sharma (2017) menjelaskan bahwa *Brand awareness* dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk, semakin tingginya kesadaran merek maka tingkat membeli semakin meningkat.

Pemasar merek besar sering menghabiskan uang dengan jumlah besar untuk iklan yang bertujuan menciptakan *brand awareness* dan *brand loyalty*. Kampanye iklan dapat membantu menciptakan *brand recognition*, *brand knowledge*, dan *brand preference* (Mor, 2017). Vocasia memerlukan penggunaan *platform* media sosial untuk meningkatkan penyebaran informasi *e-course* ‘*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*’ dalam bentuk visual yang menarik perhatian *audience*.

Media yang digunakan oleh vocasia saat ini ialah Tiktok, Twitter, Facebook dan Instagram. Namun pada dasarnya, masih belum terfokus pada *brand awareness e-course* ‘*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*’, hanya cenderung pada *branding* perusahaan Vocasia agar dikenal oleh khalayak umum. Oleh karena itu, diperlukan juga peningkatan *brand awareness* pada masing – masing kursus, khususnya pada *e-course* ‘*Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates*’ agar dapat dikenal oleh khalayak umum dan dapat menarik minat kaum *millennial* maupun *jobseekers*.

4.2.6 Platform Media Sosial (Instagram, Tiktok, Website)



Sumber : Vocasia

Gambar 4. 9 Sosial Media Vocasia

Vocasia mempunyai beberapa media sosial yang terdiri dari: Instagram, Tiktok dan Website, sosial media ini digunakan sebagai platform guna mempromosikan produk agar pencapaian informasi lebih luas sampai kepada konsumen serta menumbuhkan *brand awareness* customer agar senantiasa membeli produk kursus. Menurut (Dharamdasani & Sharma, 2017) menjelaskan bahwa *Brand awareness* dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk, semakin tingginya kesadaran merek maka tingkat membeli semakin meningkat.

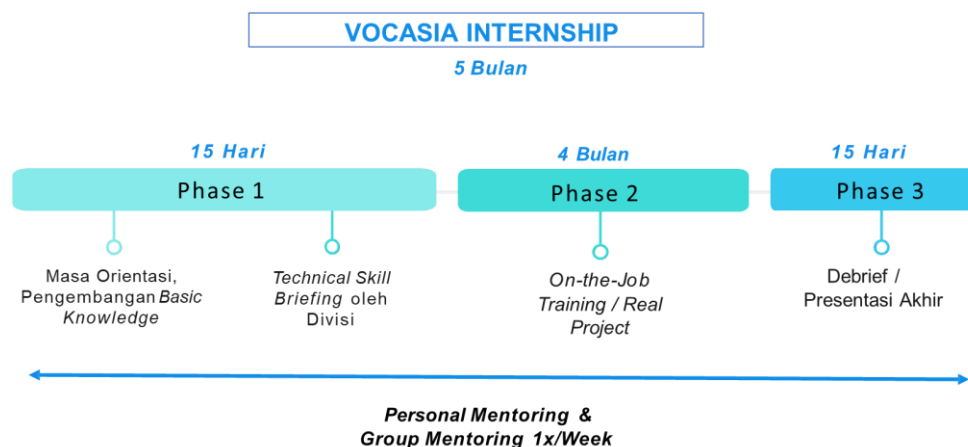
Menurut Struggless.H dalam Sudaryo (2020), mengatakan bahwa: Pemasaran digital melalui *web*, *mobile phone* atau perangkat lain menawarkan akses yang baru dan canggih dalam dunia pemasaran dan sangat berpengaruh untuk pelaku bisnis, dan banyak perusahaan memilih untuk melakukan pemasaran digital dari pada pemasaran tradisional karena dianggap interaktif.

Menurut Erkollar & Oberer (2017), mengatakan bahwa: Pemasaran *digital* mengacu bentuk pemasaran yang memberikan informasi dalam bentuk *digital* yang dapat diakses melalui komputer, *mobile phone*, atau segala bentuk perangkat digital yang lainnya dengan melalui iklan produk untuk mencapai peningkatan penjualan dan mempromosikan brand dan menyampaikan pesan brand tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian dan hasil di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pemanfaatan media sosial dapat mempengaruhi konsumen dan juga dapat memberikan informasi terkait konten yang disampaikan.

4.3 Hasil Kegiatan Dan Capaian

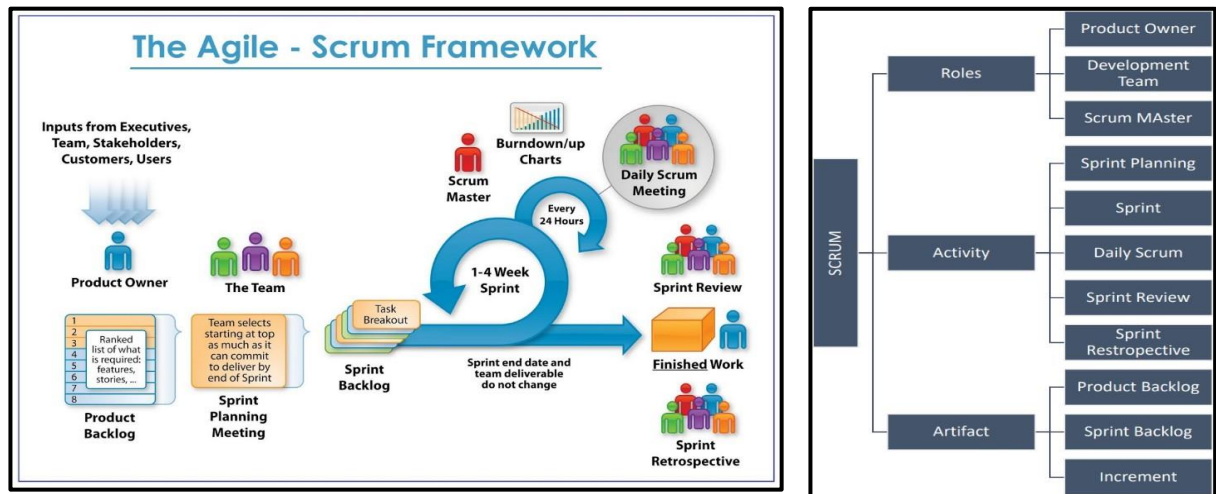
4.3.1 Hasil Kegiatan



Sumber : Vocasia

Gambar 4. 10 Onboarding plan

Setelah semua rangkaian dan tahap *onboarding* terdapat tiga phase. Phase pertama dalam jangka waktu 15 hari adalah Masa Orientasi, Pengembangan *Basic Knowledge* dan *Technical Skill Briefing* oleh Divisi, Phase Kedua dalam jangka waktu 4 bulan yaitu *On-the-job Training / Real Project* di dampingi *personal mentoring* dan *Group mentoring* 1x/Week dan phase ketiga dalam jangka waktu 15 hari yaitu *Debrief / Presentasi Akhir*.



Sumber : Vocasia

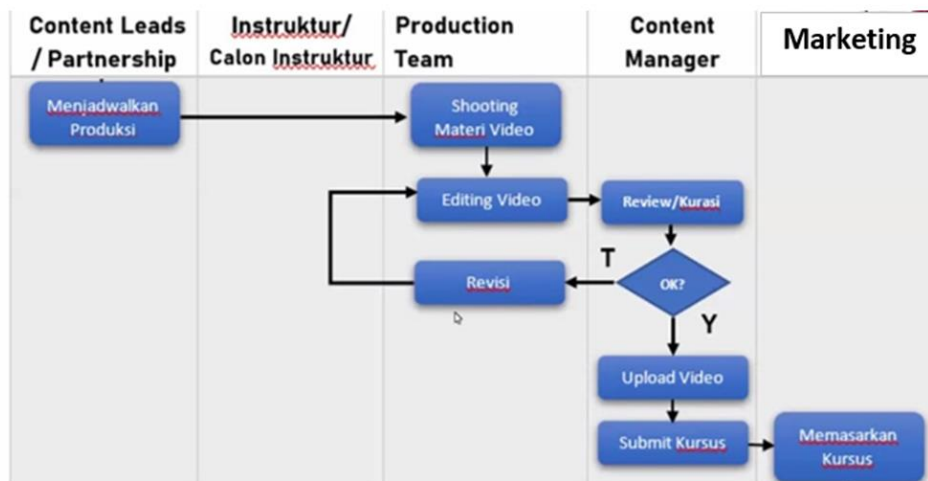
Gambar 4. 11 The Agile – Scrum Framework

Framework ini digunakan untuk menangani masalah yang kompleks pada pengembangan *software*. Panduan bagi mereka yang ingin beradaptasi secara cepat, terutama dalam hal menyelesaikan masalah, membuat program, membuat layanan, mencari solusi secara cepat, kreatif dan inovatif. Karena pembuatan *software* merupakan pekerjaan yang kompleks, terutama ketika permintaan yang user selalu berubah ubah. Maka dari itu, *scrum* itu digunakan untuk menghadapi situasi yang kompleks, situasi yang kompleks tersebut kemudian dibagi menjadi bagian kecil sehingga lebih mudah untuk diselesaikan / *manageable*. Dari bagian yang *manageable* itulah pekerjaan dapat diselesaikan satu per satu secara cepat, sehingga lebih terkendali dalam mengerjakannya.

| | Day 1 | Day 2 | Day 3 | Day 4 | Day 5 | Day 6 | Day 7 |
|------------------|--|--------------------------------|--------------------|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------|------------|
| CPC | - Monitor Produksi - Brief Animator | - Copy Video - Brief Editor | Monitor | -Menerima File -Mulai Kurasi | -Memberikan Revisi -Uploading | All-Content Uploaded | |
| Camera Person | Taking Video | | | | | | |
| Video Editor | | Start Editing | Editing Day 2 | Finishing Editing | Mengerjakan Revisi | | |
| Graphic Designer | | Start Design | Finish Design | | | | |
| Video Animator | Menerima Brief | Membuat Aset | Membuat Animasi | Finishing | Mengerjakan Revisi | | |
| Mentor | Monitor | Monitor | | | | Final Review | Publishing |

Tabel 4. 7 *Time Line Production*

Sumber : Vocasia,2023

Tabel 4. 8 *Flowchart Produksi*

Sumber: Vocasia, 2022

Tabel 4.8 *time line production* merupakan bagaimana kursus tergambar dalam waktu satu minggu dari mulai awal produksi sampai dengan konten kursus di *upload* atau di *publish*, sebelum melewati tahap produksi, terlebih dahulu menjadwalkan produksi sesuai dengan tabel : 4.8 *Flowchart* Produksi, dari menjadwalkan produksi dialihkan kepada production team untuk shooting materi video kemudian video di eding dan juga direvisi atau dikurasi oleh *content* manager setelah kursus dirasa OK oleh content manager kemudian kursus di *upload* dan submit kursus ke website Vocasia dan kemudian dipasarkan oleh tim marketing.

Hasil dari kegiatan setiap masing-masing divisi memiliki *KPI (Key Performance Indicator)* guna mengoptimalkan tugas dari masing-masing divisi sehingga capaian perusahaan dapat bisa tercapai dengan optimal, berikut tabel hasil kegiatan:

Tabel 4. 9 Hasil Kegiatan

| Divisi | Posisi | Detail KPI | Indikator |
|--------------------------------|--------------------------------|--|--|
| <i>Web & App Developer</i> | <i>App Developer</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5-10 <i>Task Level</i> Sangat Mudah / Hari / Orang) 2. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Mudah / Hari / Orang) 3. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sedang / 3 Hari / Orang) 4. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sulit / 1 Minggu / Orang) 5. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sangat Sulit / 3 Minggu / Orang) | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Fixing Bug App</i> 2. Integrasi API 3. <i>Layouting / Slicing</i> Tampilan <i>App</i> 4. Implementasi Fitur & Layanan Baru |
| | <i>UI/UX Designer</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5-10 <i>Task Level</i> Sangat Mudah / Hari /Orang) 2. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Mudah / Hari / Orang) 3. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sedang / 3 Hari / Orang) 4. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sulit / 1 Minggu / Orang) 5. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sangat Sulit / 3 Minggu / Orang) | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Design Layout User Interface Web & App</i> 2. Membuat <i>Flowchart & UX</i> 3. Analisis <i>UI/UX & Observasi</i> tren terkini |
| | <i>Front-End Web Developer</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5-10 <i>Task Level</i> Sangat Mudah / Hari / Orang) 2. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Mudah / Hari / Orang) 3. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sedang / 3 Hari / Orang) 4. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sulit / 1 Minggu / | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Fixing Bug Web</i> 2. Integrasi <i>API</i> 3. <i>Layouting / Slicing</i> Tampilan <i>Web</i> 4. Implementasi Fitur & Layanan Baru |

| Divisi | Posisi | Detail KPI | Indikator |
|--|--|---|--|
| | | Orang) 5. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sangat Sulit / 3 Minggu / Orang). | |
| | <i>Back-End Develope</i> | 1. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5-10 <i>Task Level</i> Sangat Mudah / Hari / Orang) 2. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Mudah / Hari / Orang) 3. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sedang / 3 Hari / Orang) 4. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sulit / 1 Minggu / Orang) 5. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sangat Sulit / 3 Minggu / Orang). | 1. Menyediakan API. 2. Merapikan <i>structure code</i> . 3. <i>Fixing Bug</i> . 4. Membuat dokumentasi API . 5. Merancang <i>ERD Database</i> . 6. Memperbaiki & memastikan <i>computing</i> data yang dibuat sudah paling efisien. |
| | <i>IT Project Manager & Analys</i> | 1. Tim IT terorganisir. 2. Koordinasi Antar Divisi. 3. Baik dalam komunikasi. 4. Kebutuhan user terimplementasi. 5. <i>KPI</i> dari tim terkait tercapai. 6. Perencanaan terlaksana dan terukur. | 1. Membuat dokumen teknis dan perencanaan. 2. Membuat Skema pelaksanaan SDLC. 3. Membuat Skema QA. 4. Mengkoordinasikan tim. 5. Menganalisis Project, Scope, & Waktu. 6. Menganalisis Sistem. 7. Membuat Dokumentasi Sistem. |
| <i>Partnership Program</i> | <i>Content Partnership</i> | 1. Mendapatkan 1 mitra kursus /minggu / orang (Target 10 mitra kursus/orang). 2. <i>Published</i> 1 kursus baru / minggu / person 3. Mendapatkan 1 kemitraan bisnis B2B (perusahaan) baru dalam 5 bulan / orang. | 5. Publikasi kursus baru 6. Mencari kemitraan kursus / pelatihan. 7. Koordinasi dan membantu /mengarahkan mitra baru. 8. Mengajak kemitraan bisnis dengan perusahaan lain. |
| <i>Content & Product Development</i> | <i>Content Producer & Currator</i> | 1. Seluruh konten <i>e-courses</i> berhasil dipublish sehari setelah seluruh video selesai diedit (dalam waktu 2 hari) 2. Hasil konten terkurasi dan tanpa kesalahan (dalam waktu 1 hari) 3. Konten mitra berhasil dikurasi dan diberikan tanggapan dalam waktu 1 hari 4. Pekerjaan dari Divisi Tim <i>Content Creative & Product</i> | 1. Koordinasi tim 2. Kurasi konten 3. Sutradara rekaman konten 4. Mewakili tim untuk diskusi antar divisi 5. Mengunggah konten ke <i>website</i> |

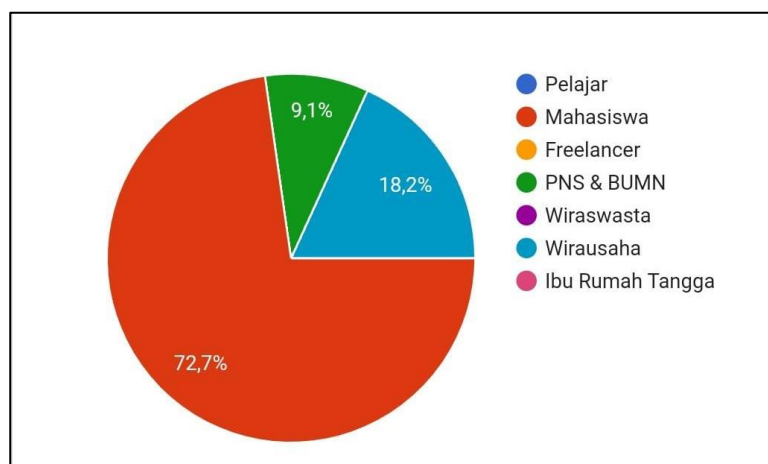
| Divisi | Posisi | Detail KPI | Indikator |
|--------------------------------|--|---|--|
| | | <i>Development</i> terorganisir 5. Tugas masuk antar divisi terkoordinasi | |
| | <i>Campers (Camera Person)</i> | 1. Kualitas hasil rekaman dengan minimal standar vocasia 2. Hasil video rekaman sudah diberi catatan dan diseleksi pada hari yang sama setelah selesai proses rekaman | 1. Mengoperasikan Kamera 2. Mengambil gambar dan video 3. Merapikan hasil rekaman dan file |
| | <i>Campers (Camera Person)</i> | 1. Kualitas hasil rekaman dengan minimal standar vocasia 2. Hasil video rekaman sudah diberi catatan dan diseleksi pada hari yang sama setelah selesai proses rekaman | 1. Mengoperasikan Kamera 2. Mengambil gambar dan video 3. Merapikan hasil rekaman dan file |
| | Video Editor | 1. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5- 30 <i>Task Level</i> Sangat Mudah / Hari / Orang) 2. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (10 <i>Task Level</i> Mudah / Hari / Orang) 3. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5 <i>Task Level</i> Sedang / Hari / Orang) 4. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sulit / 3 hari / Orang) 5. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sangat Sulit / 1 Minggu /Orang) | 1. Mengedit video konten kursus/iklan/ <i>teaser</i> dan lainnya 2. Menghasilkan dan Menjaga kualitas konten 3. Berdiskusi dan melaporkan hasil editing video |
| | <i>Graphic Designer</i> | 1. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5-10 <i>Task Level</i> Mudah / Hari / Orang) 2. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sedang / 1 Hari / Orang) 3. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sulit / 2 Hari / Orang) | 1. Membuat desain grafis untuk keperluan konten dan perusahaan |
| Social Media Marketing Vocasia | <i>Content Planner Reels & Tik Tok & YT Business Miracle (Analyst)</i> | 1. <i>Report</i> analisis harian 2. Membuat 7 rencana konten / hari / orang 3. <i>Content Calendar</i> Terlaksana dan di evaluasi 4. Analisis <i>growth</i> social media dan membuat solusi/ide perkembangan 5. <i>Reach</i> 6. <i>Impressions</i> | 1. Report analisis harian 2. Membuat 7 rencana konten / hari / orang 3. <i>Content Calendar</i> terlaksana dan di evaluasi 4. Analisis <i>growth</i> sosial media dan membuat solusi/ide perkembangan |

| Divisi | Posisi | Detail KPI | Indikator |
|--------------------------|---|--|---|
| | | 7. <i>Follower Count</i> 8. <i>Audience Growth Rate</i> 9. <i>Share</i> 10. <i>Likes</i> 11. <i>Comments</i> 12. <i>Everage Engagement Rate</i> 13. <i>Conversion</i> | |
| | <i>Content Planner Feed & Text</i> | 1. <i>Report</i> analisis harian 2. Membuat 7 rencana konten / hari / orang 3. <i>Content Calendar</i> Terlaksana dan di evaluasi 4. Analisis <i>growth social</i> media dan membuat solusi/ide perkembangan 5. <i>Reach</i> : 6. <i>Impressions</i> : 7. <i>Follower count</i> : 8. <i>Audience growth rate</i> : 9. <i>Share</i> : 10. <i>Likes</i> : 11. <i>Comments</i> : 12. <i>Everage Engagement Rate</i> : 13. <i>Conversion</i> : | 1. <i>Report</i> analisis harian 2. Membuat 7 rencana konten / hari / orang 3. <i>Content Calendar</i> Terlaksana dan di evaluasi 4. Analisis <i>growth social</i> media dan membuat solusi/ide perkembangan |
| | Admin Sosial Media (FB, IG, LinkedIn, Twitter, Tiktok, Youtube) | 1. Tepat waktu dalam posting konten 2. Fast respon menanggapi komentar dan pesan (tidak lebih dari 5 menit) | 1. Komunikasi dan follow up konten kepada tim terkait 2. Memantau terus <i>content calendar</i> dan penjadwalan 3. Memberikan tanggapan komentar dan pesan 4. <i>QC</i> Konten |
| | Tiktok Talent | 1. Berhasil memproduksi konten sesuai arahan dan waktu yang ditentukan 2. Berhasil menjaga kualitas konten | 1. Produksi konten sesuai arahan dan waktu yang ditentukan 2. Menjaga kualitas konten |
| <i>Digital Marketing</i> | <i>Digital Artikel Writer</i> | 1. Membuat 1 artikel / hari / orang 2. <i>Closing 5 Sales / acquisition</i> dari <i>call to action</i> dalam artikel yang dibuat / bulan / orang | 1. Koordinasi dengan tim <i>SEO</i> dalam perencanaan artikel konten 2. Membuat tulisan / artikel /berita terkait tren dan produk milik vocasia 3. Analisis dan perbaikan konten agar pembaca tertarik |

| Divisi | Posisi | Detail KPI | Indikator |
|--------------------------|---|--|---|
| | | | untuk visit dan mau membaca 4. Memasang tulisan/banner <i>call to action</i> |
| | <i>Copywriter</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (5-10 <i>Task Level</i> Mudah / Hari / Orang) 2. Menyelesaikan Tugas <i>Sprint</i> Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sedang / 1 Hari / Orang) 3. Menyelesaikan Tugas Mingguan (1 <i>Task Level</i> Sulit / 2 Hari / Orang) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan bantuan terhadap divisi lain untuk konten tulis 2. Membuat tulisan yang persuasif atau menarik minat pembaca |
| <i>Affiliate Program</i> | <i>Affiliate Marketing Professional (AMP)</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Berhasil mendapatkan penjualan (<i>sales</i>) 20 kursus atau minimal 1,5 Juta / bulan /orang 2. Berhasil melakukan aktivasi program AMA 3. Berhasil merekrut minimal 5 AMA berkualitas 4. Seminar 2 Minggu sekali bersama AMA & AMA <i>sharing</i> 1 minggu sekali | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Recruitment AMA</i> 2. Sales 3. Komunikasi & koordinasi AMA |

4.3.2 Validasi Hasil Kepuasan Pengguna

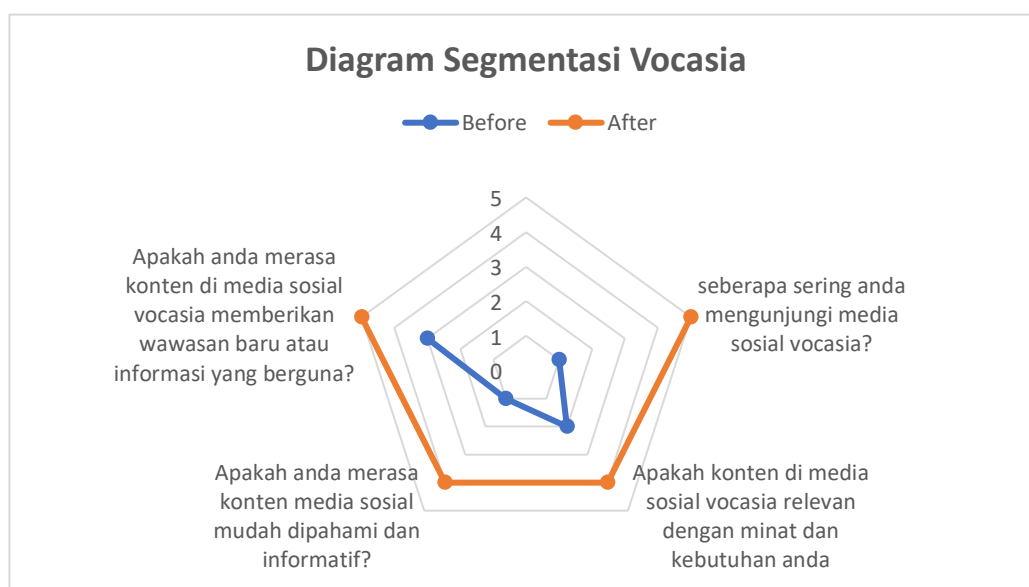
Vocasia telah menyebar kuesioner tentang kepuasan pengguna sosial media untuk melihat seberapa jauh pengguna mengetahui tentang media social Vocasia, dari hasil penyebaran kuesioner tersebut terdapat beberapa responden yang sudah mengisi dan hasil dari responden sudah diolah, disajikan dalam bentuk diagram chart radar guna bisa melihat perbandingan antara sebelum dan sesudah.



Sumber : Vocasia, 2023

Gambar 4. 12 Diagram Segmentasi Vocasia

Diagram diatas menunjukkan persentase segmen yang mengisi kuesioner, mahasiswa memperoleh 72,7% dalam pengisian *questioner*, pelajar memperoleh 18,2% dalam pengisian kuesioner, dan juga PNS dan pegawai BUMN memperoleh 9,1% dalam pengisian kuesioner. Bisa disimpulkan bahwa segmen terbanyak dari penggunaan media sosial ialah mahasiswa.



Sumber : Vocasia

Gambar 4. 13 Hasil Analisis Kualitatif *Chart Radar*

Berdasarkan diagram chart radar diatas, terdapat empat variabel yang ditanyakan kepada responden sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan, sebelum pelaksanaan kegiatan ditunjukkan oleh garis berwarna biru, dan sesudah pelaksanaan kegiatan ditunjukkan oleh garis berwarna merah. Diagram chart radar di atas dapat dilihat adanya peningkatan yang sangat signifikan pada setiap variabelnya, dari hasil peningkatan diatas variabel yang sangat terlihat peningkatannya adalah konten di media *social* vocasia memberikan wawasan baru atau informasi yang berguna dan juga variabel seberapa sering anda mengunjungi media *social* Vocasia, sementara peningkatan variabel lainnya antara sebelum dan sesudah dapat dilihat pada tampilan masing-masing variabel pada gambar 4.11 Hasil analisis kualitatif *chart radar*.

Tabel 4. 10 Nilai Skor Rata-Rata Setiap Variabel Kepuasan Pengguna

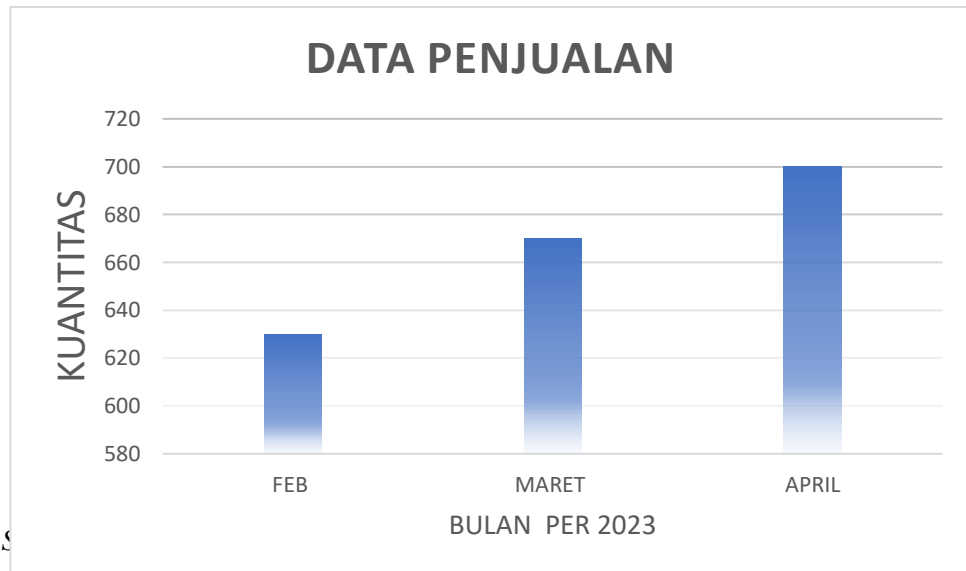
| No | Variabel | Before | After |
|----|----------|--------|-------|
|----|----------|--------|-------|

| | | | |
|---|--|-----|-----|
| 1 | Seberapa sering anda mengunjungi media sosial vocasia? | 1,6 | 4,4 |
| 2 | Apakah konten di media sosial vocasia relevan dengan minat dan kebutuhan anda | 1,1 | 4,8 |
| 3 | Apakah anda merasa konten media sosial mudah dipahami dan informatif? | 1,3 | 4,8 |
| 4 | Apakah anda merasa konten di media sosial vocasia memberikan wawasan baru atau informasi yang berguna? | 1,1 | 4,2 |

Sumber : Data primer vocasia, 2023

4.3.3 Capaian

Dari semua kegiatan yang sudah berjalan maka hasil akhirnya adalah penjualan dari produk kursus yang sudah diproduksi dan telah melewati berbagai mekanisme sebelum kursus tersebut di upload atau diperjualbelikan, berikut data penjualan selama 3 bulan.



Sumber:
: Vocasia

Gambar 4. 14 Capaian Hasil Penjualan

Berdasarkan data penjualan diatas, menunjukkan bahwa penjualan bulan februari-april 2023 meningkat setelah dibandingkan dengan penjualan pada bulan Oktober-Desember 2022, Penjualan bulan Februari 2023 mendapatkan 630 penjualan kursus, Bulan Maret 2023 mendapatkan 670 penjualan kursus, bulan April 2022 mendapatkan 700 penjualan kursus sehingga bisa disimpulkan bahwa pada 3 bulan terakhir pendapatan atau penjualan kursus meningkat sesuai dengan harapan penulis setelah melakukan pelaksanaan kegiatan pada program MBKM di perusahaan Vocasia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Vocasia harus bisa melihat dari segi internal perusahaan dan eksternal perusahaan sehingga Vocasia dapat menentukan strategi penjualan di masing-masing produk kursus dan juga mampu melihat kompetitor dalam hal persaingan dalam mendapatkan konsumen. Berdasarkan penerapan *FoMO* diketahui bahwa *e-course Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates* telah berhasil meningkatkan penjualan dan akan terus memperbaiki kualitasnya dari segi *Price, Product, People, Promotion, dan Place*. Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk *E-course Basic Excel Training for Professional Employees & Recruitment Selection Candidates* adalah harga terjangkau, harga lebih murah, sesuai dengan pembelajaran yang ada di dunia kerja, menampilkan produk yang memiliki estetika yang sudah melewati *quality control* berkali-kali, produk juga sesuai dengan selera dan harapan konsumen. Pentingnya melakukan penerapan pada fenomena *FoMO* dikarenakan saat ini digitalisasi sudah menguasai segala aspek kehidupan, dan masyarakat mulai ketergantungan dengan kemudahan yang diberikan oleh teknologi.
2. Promosi menimbulkan ketertarikan dari calon konsumen karena di promosikan melalui *online platform* seperti Instagram, Tiktok, dan Website. Media promosi sangatlah aktif dan interaktif produk mudah ditemukan di *Website, tiktok* dan Instagram Vocasia karena Vocasia memiliki platform sendiri sehingga memudahkan konsumen untuk mengakses produk *e-course*. Saat ini konsumen tidak lagi hanya mengutamakan harga dan kualitas produk namun juga memperhatikan unsur *trend*, agar dapat memenuhi kepuasan gaya hidupnya.
3. Vocasia harus mampu membaca peluang serta memanfaatkan teknologi untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu bersaing dengan kompetitor. Pentingnya melakukan penerapan pada fenomena *FoMO* dikarenakan saat ini digitalisasi sudah menguasai segala aspek kehidupan, dan masyarakat mulai ketergantungan dengan kemudahan yang diberikan oleh teknologi.

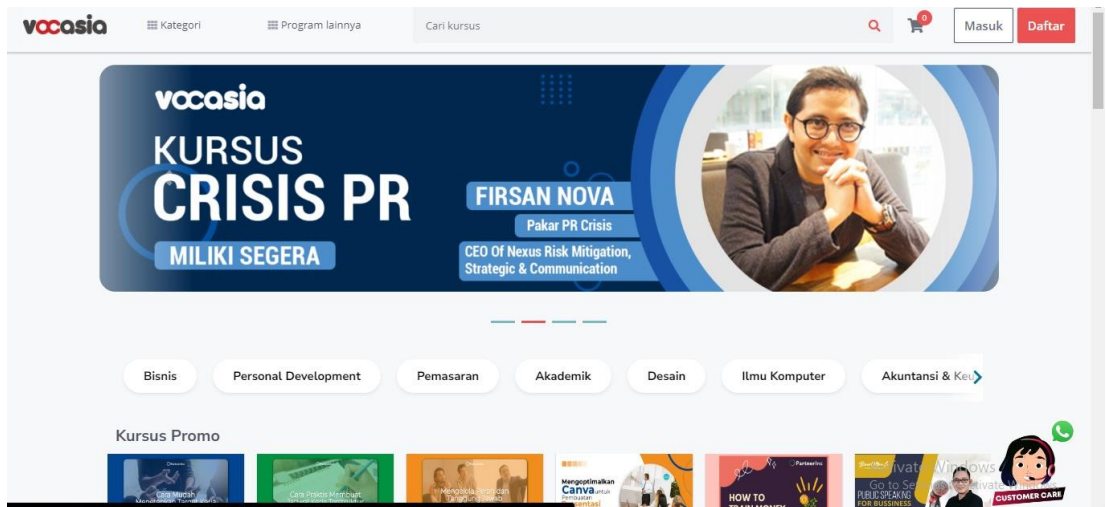
5.2 Saran

Saran yang penulis sampaikan berdasarkan hasil penerapan yang telah dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Vocasia harus lebih memperhatikan dari segi kualitas produksi kursus sehingga Vocasia mempunyai keunggulan di masing-masing kursus.
2. Vocasia harus memiliki satu produk kursus yang dapat dijadikan sebagai best seller produk sehingga dapat menarik banyak minat pembeli.
3. Vocasia harus lebih kreatif dan inovatif dalam pembuatan produksi kursus serta konten-konten pada platform media yang mereka miliki agar dapat mempengaruhi konsumen dan meningkatkan pembelian.
4. Vocasia harus lebih mengikuti trend serta perkembangan zaman sehingga tidak tertinggal oleh perkembangan teknologi.

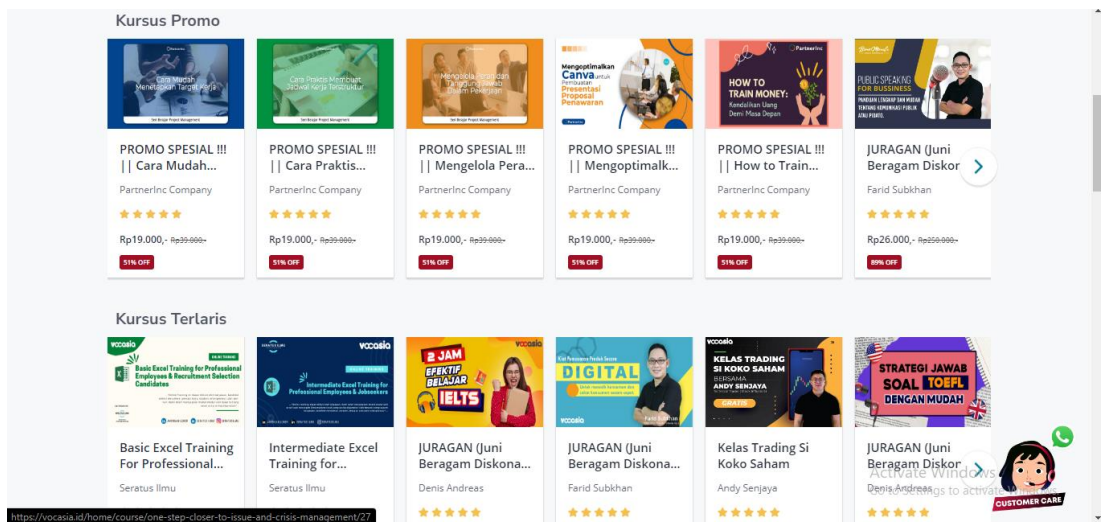
BAB VI GAMBARAN IPTEK DAN PETA LOKASI

6.1 Gambaran Iptek



Sumber : Vocasia

Gambar 6. 1 Website Vocasia



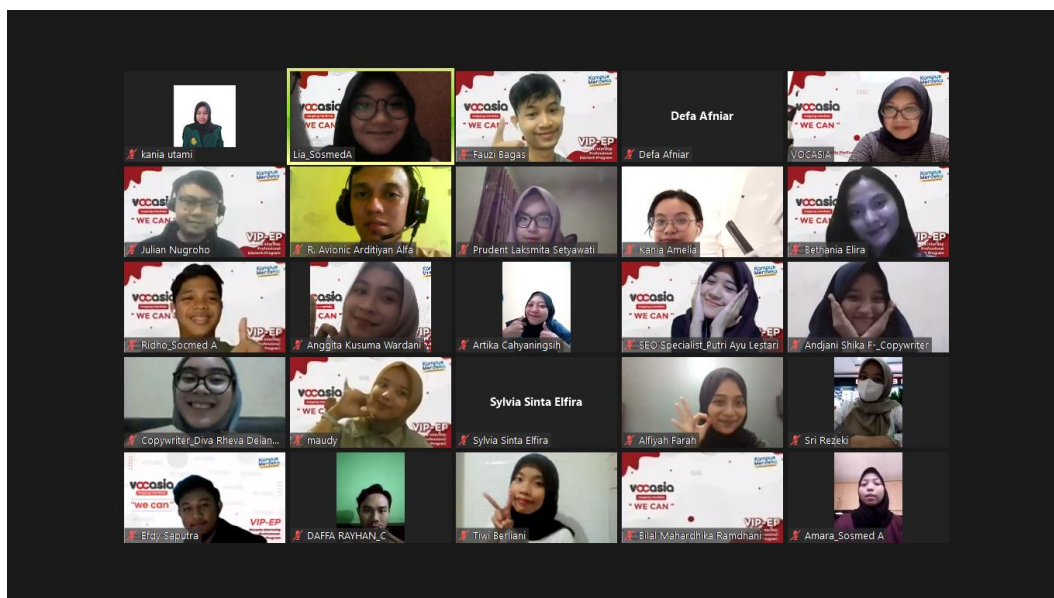
Sumber : Vocasia

Gambar 6. 2 Website Vocasia



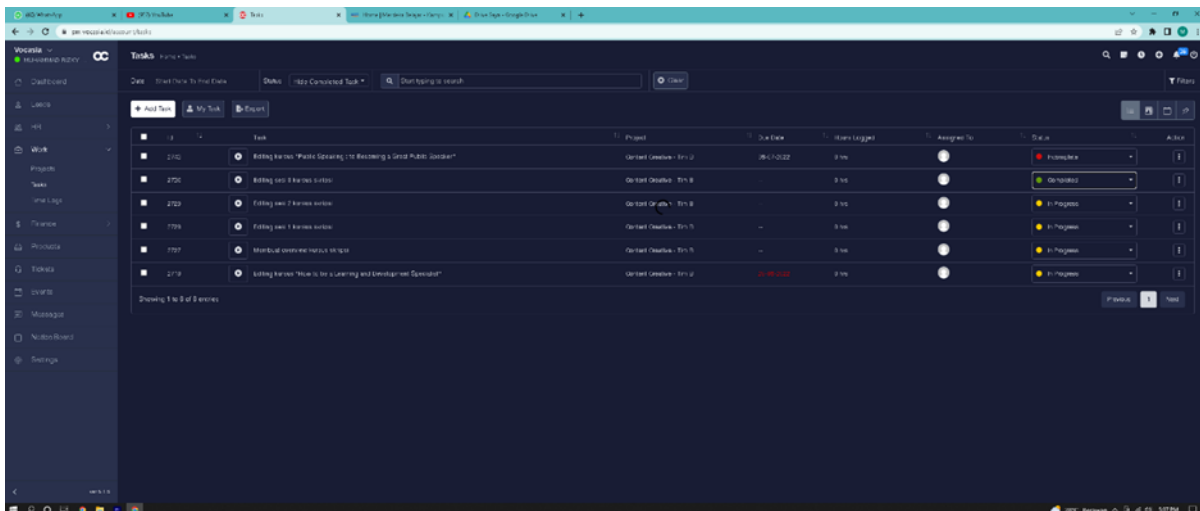
Sumber : Vocasia

Gambar 6. 3 Dokumentasi Rapat Mingguan, *Training* dan *Sharing Session*



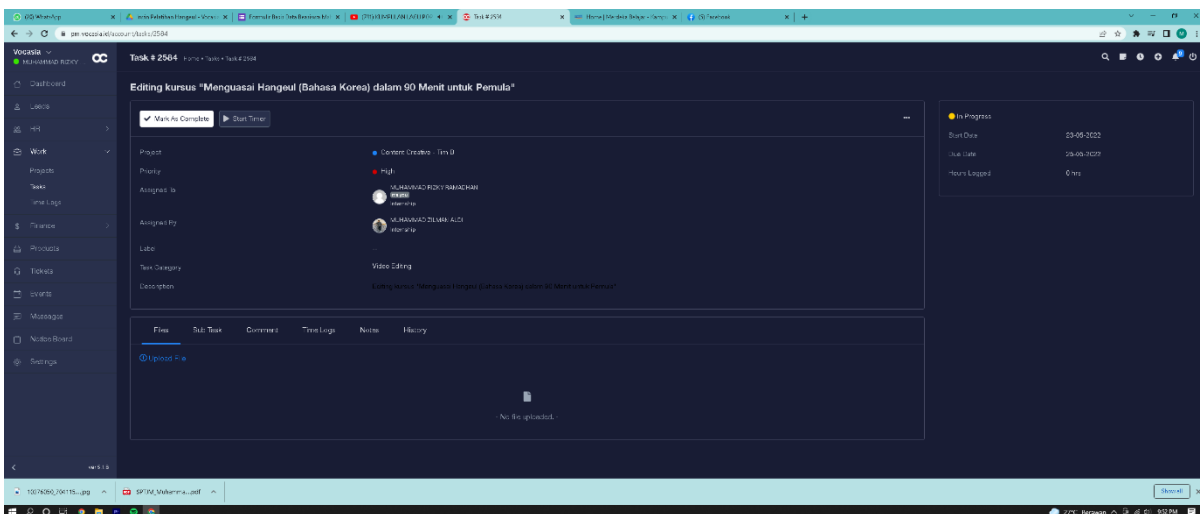
Sumber : Vocasia

Gambar 6. 4 Dokumentasi *Town Hall Meeting*



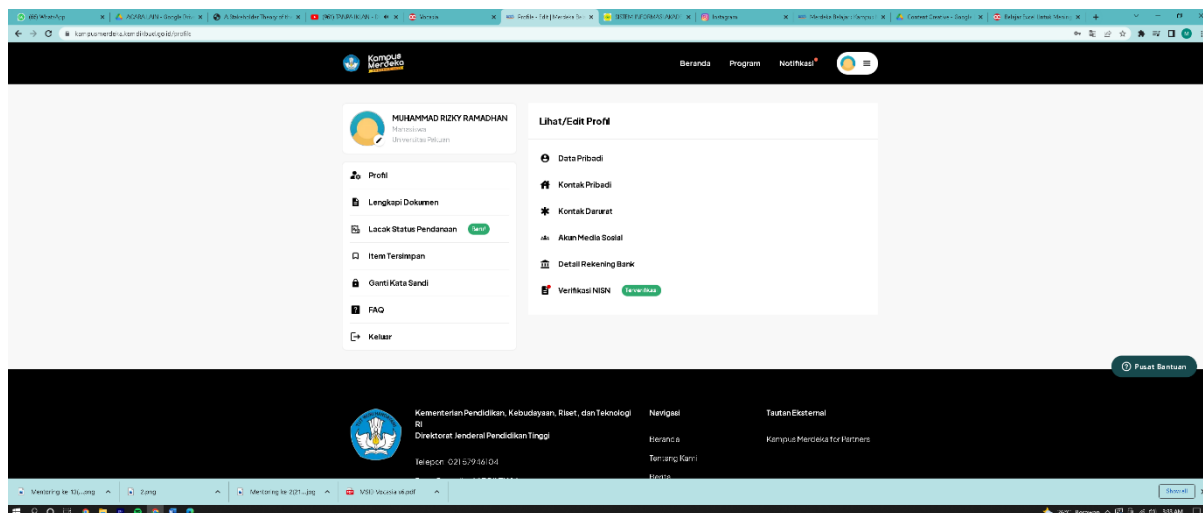
Sumber : Vocasia

Gambar 6. 5 Dokumentasi Pm Vocasia pemberian tugas untuk Mentee (Mahasiswa Magang)



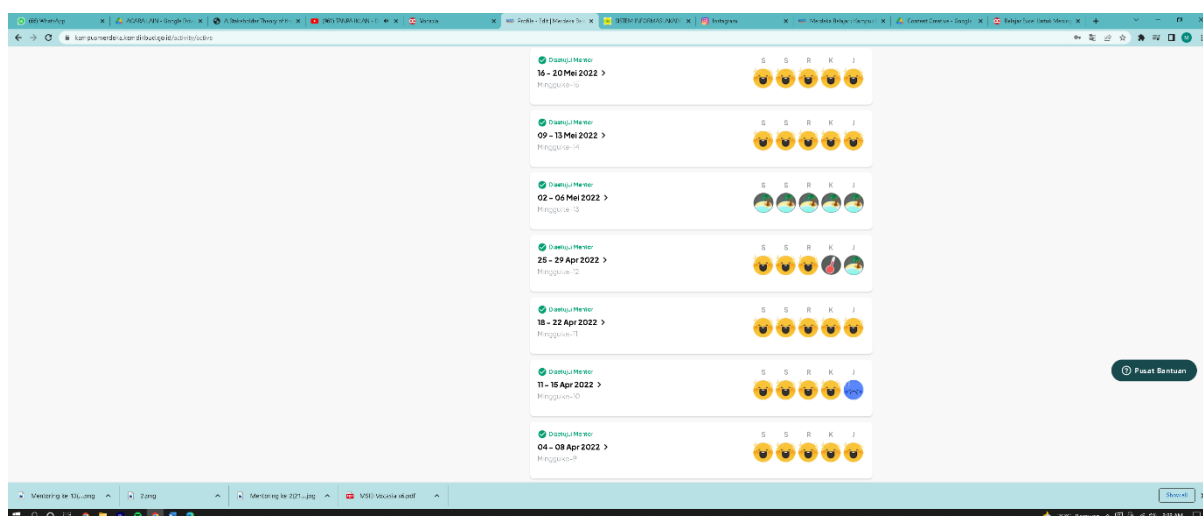
Sumber : Vocasia

Gambar 6. 6 Dokumentasi Akun Mentee pada Pm Vocasia



Sumber : Vocasia

Gambar 6. 7 Dokumentasi Akun Mahasiswa di *Website* Kampus Merdeka



Sumber : Vocasia

Gambar 6. 8 Dokumentasi *Report Log Activity* pada *Logbook* Kampus Merdeka

Gambaran ilmu pengetahuan dan teknologi di perusahaan Vocasia terdiri dari beberapa media *online platform* untuk menunjang operasional perusahaan Vocasia, Media yang digunakan adalah :

1. *Website Vocasia*

Website Vocasia (Gambar : 6.1 dan 6.2) digunakan untuk menunjang kebutuhan upload kursus dan penjualan kursus secara online dan juga digunakan untuk interaksi antara *customer* atau *user* dengan product owner dan juga admin dari perusahaan Vocasia itu sendiri.

2. *Website Kampus Merdeka*

Website Kampus Merdeka (Gambar : 6.7 dan 6.8) digunakan untuk menunjang mahasiswa dan juga mitra dari Perusahaan Vocasia untuk administrasi atau laporan magang mahasiswa kepada pihak mitra perusahaan Vocasia yaitu Kampus Merdeka, segala bentuk administrasi dari awal hingga akhir akan di upload secara harian dan juga mingguan sebagai bentuk *report* mahasiswa kepada Kampus Merdeka.

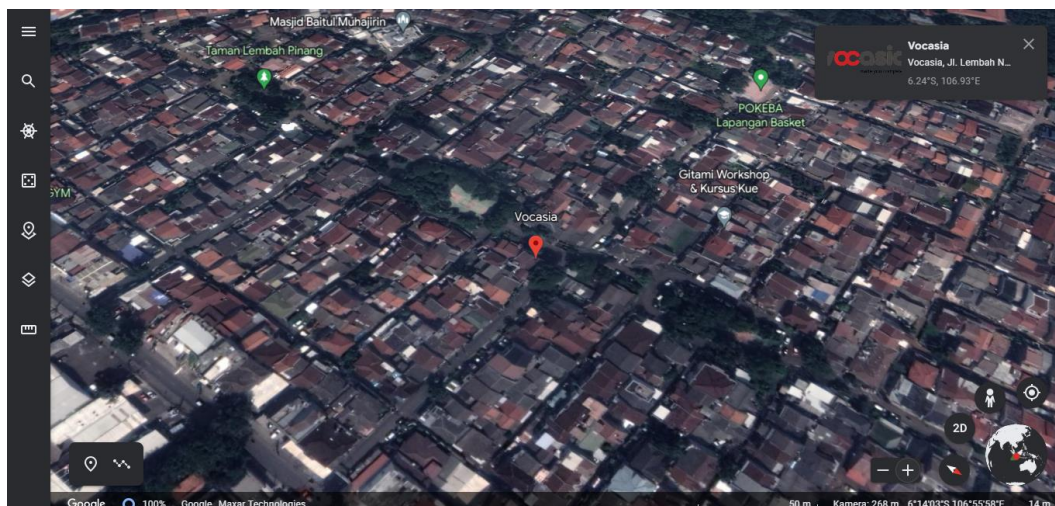
3. *Website PM Vocasia*

Website PM Vocasia (Gambar : 6.5 dan 6.6) digunakan untuk menunjang laporan *progres* masing masing mahasiswa terhadap pekerjaan yang sedang dikerjakan sesuai dengan *jobdesk*-nya masing masing, Website tersebut juga digunakan untuk komunikasi antara mentor dengan mahasiswa atau pemegang untuk memberikan tugas tugas yang akan dikerjakan oleh mahasiswa sesuai dengan divisinya masing-masing.

4. *Zoom Meeting*

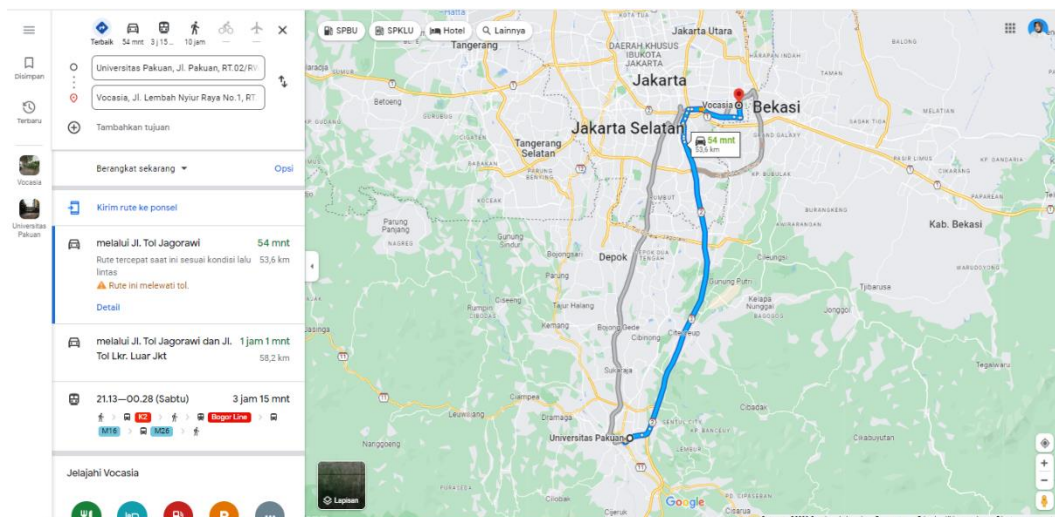
Zoom Meeting (Gambar : 6.3 dan 6.4) digunakan untuk pertemuan secara online antara mentor dengan mahasiswa untuk membahas progress yang sudah dikerjakan dan juga digunakan untuk rapat harian atau rapat mingguan membahas *progres* individu maupun secara keseluruhan.

6.2 Peta Lokasi



Sumber : Google Earth

Gambar 6. 9 Peta Lokasi Vocasia



Sumber : Google Earth

Gambar 6. 10 Jarak dari Univesitas Pakuan – Vocasia

DAFTAR PUSTAKA

- Carrillo-Larco, R. M., & Castillo-Cara, M. (2020). *Using Country-Level Variables to Classify Countries According to The Number of Confirmed COVID-19 Cases: An Unsupervised Machine Learning Approach*. *Wellcome Open Research*, Maret(31), 1–8.
- Efendi, N. M. (2018). Revolusi Pembelajaran Berbasis Digital (Penggunaan Animasi *Digital* Pada *Start Up* Sebagai Metode Pembelajaran Siswa Belajar Aktif). *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi, Dan Antropologi*, 2(2), 173–182
- Fisk, Peter. (2017). *Education 4.0 ... the Future of Learning Will Be Dramatically Different, in School and throughout Life*. Accessed May 11, 2019. <http://www.thegeniusworks.com/2017/01/future-education-young-everyone-taught-together/>.
- Hamutoglu, NB, M Topal, and DM Gezgin. (2020). *Investigating direct and indirect effects of social media addiction, social media usage and personality traits on FoMO*. *International Journal of Progressive Education*. 16(2): 248– 261.
- Hasiholan, L. B., Amboningtyas, D., & Pambudy, A. P. (2021). *Peranan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada Franchise Panganan Ringan di Kota Semarang*. *Media Sains Indonesia*.
- Hignasari, L. V. (2020). *Impact Analysis of Online Learning Toward Character Education of Elementary School Students In The New Normal Era*. In *New Normal : Idealism and Implementation in Indonesia and Philippines* (pp. 225–244).
- Ir. Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. CV Nas Media Pustaka.
- Lena Lestary, e. a. (2022). Crowdfunding: analisis SWOT dan digital marketing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, Vol 4*. Retrieved from <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Mor, Nina Yunita. (2017). *Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Dengan Asosiasi Merek Sebagai Intervening Variabel*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- O’Connell C (2020) How FOMO (Fear of Missing Out), the smartphone, and social media may be affecting university students in the Middle East. *N Am J Psychol*, 22:83-102
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Riordan BC, Flett JA, Cody LM, Conner TS, Scarf D (2021) The fear of missingout (fomo) and event-specific drinking: the relationship between fomo and alcohol use, harm, and breath alcohol concentration during orientation week. *Curr Psychol*
- Whelan, E., Islam, A.K.M.N., Brooks, S., 2020. Applying the SOBC paradigm to explain how social media overload affects academic performance. *Comput. Educ.*
- Wiesner, L. (2017). *A study on implications for solving the phenomenon of the Fear of Missing Out. Fighting FOMO.* 1–58.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Ramadhan
Tempat dan tanggal lahir : Sukabumi, 22 Desember 1999
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Status : Mahasiswa
Alamat : Kp. Pos RT 01/06 Desa Leuweungkolot
Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor 16630
No.HP : 0813-1595-4295
Email : mr.ramadhan0102@gmail.com
Pendidikan :
• SD : SDN 05 Cibadak
• SMP : SMP Taman Siswa Cibadak
• SMA : SMK Pandu 2 Ciampea
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juni 2023

Muhammad Rizky Ramadhan
0211 19 033

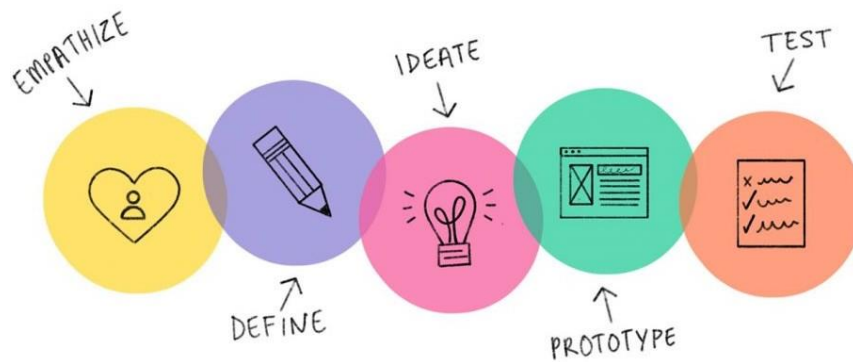
Lampiran 2: Program *Framework*

Design & System Thinking

Melatih peserta menggunakan cara berfikir holistic agar mampu membaca pola & siklus keseluruhan.



Membiasakan peserta untuk berfikir sistematis menemukan solusi yang tepat.



| EMPHATIZE | DEFINE | IDEATE | PROTOTYPE | TEST |
|---|--|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Membaca situasi • Mengenali tantangan • Mengenali peluang | <ul style="list-style-type: none"> • Merumuskan masalah • Menemukan kebutuhan • Mengenali keinginan | <ul style="list-style-type: none"> • Merancang solusi • Membangun asumsi • Mempertajam ide/gagasan | <ul style="list-style-type: none"> • Merealisasikan solusi • Merancang barang/jasa • Merumuskan layanan | <ul style="list-style-type: none"> • Menguji barang/jasa • Menguji layanan • Follow-up |

Lampiran 3: Sistem Penilaian Nilai Akhir Pemegang

| DANAPRENTICE SCORING GUIDELINE: | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|
| 1 = (< 50 / E) | : | Evidence suggest candidate still need indepth development, exposure & mentoring | | | |
| 2 = (Range Score 51-60 / D) | : | Evidence suggest candidate show potential and need more exposure in some aspects | | | |
| 3 = (Range Score 61-70 / C) | : | Evidence suggest candidate perform adequately in some aspects, need a bit more practice on some areas | | | |
| 4 = (Range Score 70-80 / B) | : | Evidence suggest candidate show inconsistent good performance, in almost all aspect, need to practice delivering a consistent result | | | |
| 5 = (> 80 / A) | : | Evidence suggest candidate consistenly perform in if not all, almost of these aspect, ready to fly | | | |

| A) DEBRIEF REPORT | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| General Management Assessment Guideline: | | | | | |
| Candidate can show his excellency to provide debrief report, which have to cover these components below but not limited to: 1. 2. 3. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B) PROJECT DELIVERABLES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| General Management Assessment Guideline: | | | | | |
| - Proven to deliver project on time or based on the timeline - Adapts plans and priorities to address obstacles during deliverables - Ability to finish projects independently. - Show some initiatives during project deliverables and can start to analyze some root cause | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C) TROUBLE SHOOTING AND ON DUTY | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| General Management Assessment Guideline: | | | | | |
| - Impactful in identifying and prioritizing issue during the projects - Experience and resourceful problem solver with demonstrated creativity during the troubleshoot - Response in time during On Duty and get problem solved with assistance | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D) TECHNICAL COMPREHENSION | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Knowledge & Skills Assessment Guideline: | | | | | |
| - Expert in certain aspect of one's professional area who impact company's technical or management practices. - Proven to show mastery in the technical skills of related domain which refer to competency matrix for Technology Division - Proven to master the technical skills which being expected based on the certifications | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| TOTAL SCORE | | | | | |

Lampiran 4: Confidential Letter Hal.1



- b. Menggunakan INFORMASI RAHASIA untuk tujuan apapun dan dengan cara apapun, yang dapat merugikan Lembaga Vocasia dan/atau tidak sejalan dengan kebijaksanaan Lembaga Vocasia.
3. Mentee tidak diperbolehkan untuk menyimpan salinan apapun juga dan dalam bentuk apapun juga dari INFORMASI RAHASIA yang telah terdokumentasikan tersebut.

Mentee mengerti dan bersedia mengikatkan diri secara hukum bahwa segala INFORMASI RAHASIA yang telah terdokumentasikan dalam, baik secara tertulis dan/atau dalam bentuk-bentuk lainnya, namun tidak terbatas pada, gambar; Laporan; Catatan; Rekaman; Cakram optik (optical disc), External Hard Disc, yang didapatkan Mentee selama Magang di Lembaga Vocasia adalah dan akan tetap menjadi hak milik penuh Lembaga Vocasia dan wajib untuk dikembalikan kepada Lembaga Vocasia pada saat berakhirnya masa kerja Mentee pada Lembaga Vocasia.

Pasal 2

SANKSI DAN HUKUMAN

Sanksi dan Hukuman berbentuk Pemecatan akan dikenakan terhadap Mentee dalam situasi dimana Mentee melakukan pelanggaran terhadap isi dari perjanjian ini dan tuntutan pidana maupun perdata akan diajukan Lembaga Vocasia kepada Mentee maupun instansi terkait (universitas, perguruan tinggi)

Pasal 3

UMUM

1. Mentee menyatakan bahwa Mentee cakap menurut hukum dan berhak untuk menjadi pihak dalam perjanjian ini.
2. Surat Pernyataan ini dibuat dan berlaku berdasarkan hukum yang berlaku di Republik Indonesia.
3. Dengan ditandatanganinya surat pernyataan ini secara sah oleh Mentee, maka semua surat pernyataan sejenis sebelumnya, baik yang secara lisan dan/atau tertulis, dianggap tidak berlaku lagi.
4. Mentee menyatakan bahwa:
 - a. Mentee telah membaca, mengerti dan bersedia untuk melaksanakan sepenuhnya ketentuan dalam surat pernyataan ini.
 - b. Mentee telah diberikan kesempatan untuk meminta keterangan dan penjelasan lebih lanjut tentang hal-hal yang kurang di mengerti dari ketentuan dalam surat pernyataan ini.
 - c. Surat Pernyataan ini dibuat dalam 2 (dua) rangkap dan dibubuhi meterai secukupnya, yang mana masing-masing surat pernyataan mempunyai kekuatan hukum yang sama.
 - d. Kewajiban-kewajiban Mentee dalam surat pernyataan ini tetap berlaku secara penuh terhadap Mentee, walaupun Mentee sudah tidak Magang pada Lembaga Vocasia dengan alasan apapun juga.

Surat pernyataan ini ditandatangani oleh Mentee tanpa tekanan dari pihak manapun juga di Bogor, pada hari Jum'at, tanggal 15 Juli 2022

ADIPURNA INOVASI ASIA FOUNDATION

Office: Graha M. Arifika Raya 5th Floor #303 J. Jend. Gatot Soebandjo
Kor. 74-75, Jakarta Selatan 12670 | Telp. 021 8310 5600

Workshop: Jl. Lembah Hijau Raya (12/01, Edn. D6), Pondok Kelapa
Duren Sawit, Jakarta Timur 13490 | Telp. 0822 1394 4333

www.vocasia.id

info@vocasia.id



Mentee,



Nama : Muhammad Rizki Ramadhan

ADIPURNA INOVASI ASIA FOUNDATION

Office: Graha Murika Ratu 5th Floor #503 J. Jend. Gatot Soebroto Kav. 74-75, Jakarta Selatan 12870 | Telp. 021 8370 5690
Workshop: Jl. Lembah Nyik Raya J12/01, Kav. D61 Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 13450 | Telp. 0822 1394 4233

www.vocasia.id info@vocasia.id

Lampiran 5: *Confidential Letter* Hal.2

