

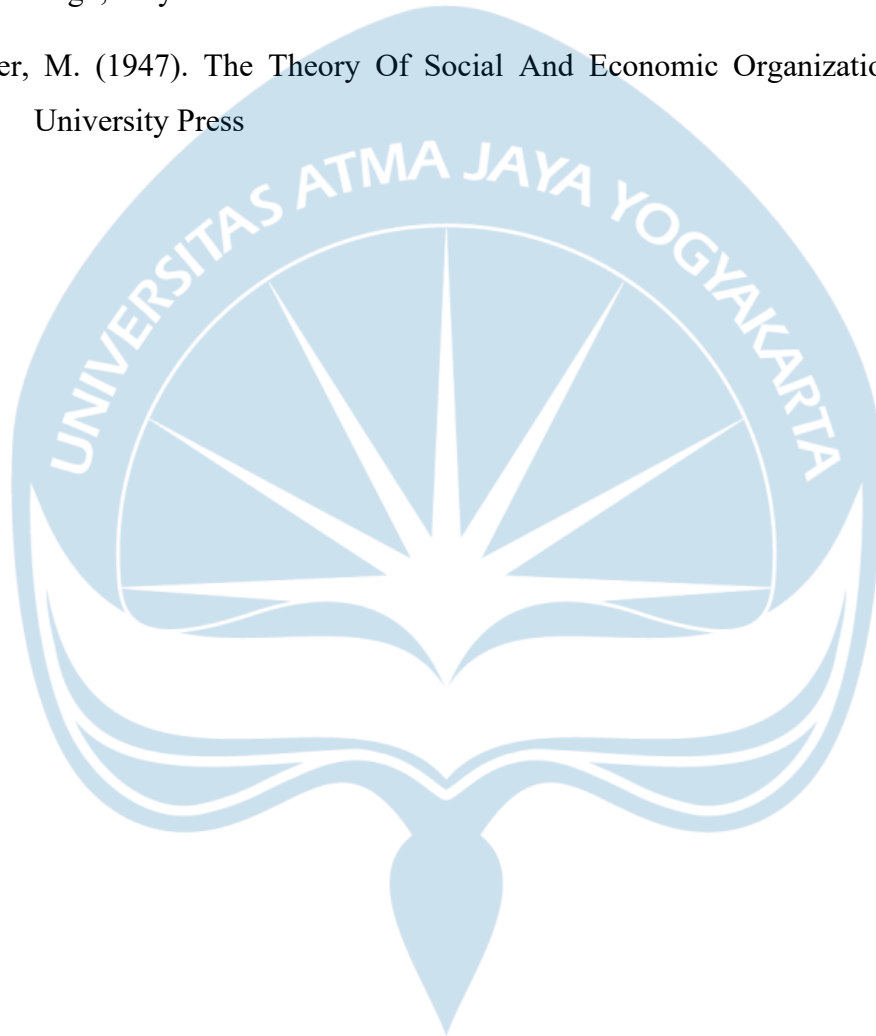
DAFTAR PUSTAKA

- Anam, A. K., Arifin, M., Widiastuti, A., & Arifin, Z. (2020). Peningkatan daya saing ukm rotan indah jepara menuju pasar sasaran ekspor. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 3(1), 33-45.
- Brata, A. B. (2018). *Analisis Strategi Integrated Marketing Communication IKEA Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Bidang Furniture Dan Home Furnishings* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Ciptagustia, A. (2019). *Pengaruh Manajemen Talenta Terhadap Distinctive Capabilities Serta Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Industri Furniture Rotan*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, 16(1), 1-12.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Handoko, T. H. (2003). *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. BPFE-Yogyakarta.
- Hall, R. H. (1972). *Organizations: Structure And Process* (2nd ed.). Prentice-Hall.
- Kompas.com. (2021, April 23). *5 Daerah Pengrajin Rotan Di Indonesia*. Diakses Pada 14 Maret 2025, Dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/23/180153069/5-daerah-pengrajin-rotan-di-indonesia>.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-11). Prentice Hall.
- Kuantitatif, P. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (12th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Lesmana, I. S., & Harsono, P. (2023). Inovasi Dalam Proses Seleksi Karyawan Untuk Meningkatkan Kompetitivitas Divisi Marketing PT. Sumber Alfariya Trijaya Tbk. Branch Serang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 364- 375.

Rosyid, A. (2013). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Pola Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Tata Usaha SMPN Di Kecamatan Kalideres Kota Administrasi Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 4(2).

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* 17th Global Edition. Lego, Italy: Pearson.

Weber, M. (1947). *The Theory Of Social And Economic Organization*. Oxford University Press





LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

A. Pertanyaan Umum

Nama :

Tanggal & Waktu :

Jabatan :

B. Pola Kerja

Sistem Tugas

1. Bagaimana pembagian tugas di dalam divisi marketing perusahaan ?
2. Apakah pembagian tugas dilakukan berdasarkan spesialisasi dan keahlian karyawan ?
3. Bagaimana cara perusahaan memastikan bahwa setiap tugas yang diberikan telah sesuai dengan kompetensi individu ?
4. Apakah ada sistem rotasi kerja atau pembagian shift dalam divisi marketing ?
5. Apakah pembagian tugas ini bersifat tetap atau fleksibel ?

Tanggung Jawab

1. Apa saja tanggung jawab utama anda dalam divisi marketing ?
2. Bagaimana anda mengetahui tugas tertentu merupakan tanggung jawab anda ?
3. Apakah anda memiliki kebebasan dalam menjalankan tanggung jawab atau semuanya harus mengikuti arahan atasan ?
4. Apakah dalam tim anda ada tanggung jawab yang dikerjakan secara bersama-sama ?
5. Bagaimana anda dan rekan kerja anda memastikan tanggung jawab tim berjalan dengan baik ?

Kondisi Kerja

1. Bagaimana anda menilai kondisi fisik tempat kerja anda ?
2. Apakah fasilitas yang diberikan perusahaan mendukung anda dalam bekerja secara maksimal ?

3. Apakah anda merasa beban kerja yang diberikan sesuai dengan kapasitas waktu yang tersedia ?
4. Bagaimana anda menyikapi jika mengalami tekanan kerja atau deadline yang padat ?
5. Apakah hubungan sosial yang terjalin mendukung kenyamanan anda dalam bekerja ?

Komunikasi Pertukaran Informasi

6. Bagaimana sistem komunikasi internal antara anggota tim dalam divisi marketing ?
7. Apa media komunikasi yang digunakan dalam divisi marketing ?
8. Bagaimana alur komunikasi antara divisi marketing dengan divisi lainnya dalam perusahaan ?
9. Bagaimana perusahaan menangani hambatan komunikasi yang terjadi dalam pola kerja ?
10. Bagaimana koordinasi antara tim pemasaran offline dan digital dalam perusahaan ?

Ide

1. Apakah anda merasa bebas untuk menyampaikan pendapat, ide kepada atasan atau rekan kerja ?
2. Seberapa sering anda diminta untuk menyampaikan ide atau gagasan dalam pekerjaan sehari-hari ?
3. Bagaimana cara anda biasanya menyampaikan ide ?
4. Sejauh mana anda merasa bebas berkreasi atau bereksperimen dalam pekerjaan anda ?
5. Dalam kondisi seperti apa anda biasanya merasa terdorong untuk menyampaikan ide ?

Instruksi

1. Siapa yang biasanya memberikan instruksi kepada anda di divisi marketing ?
2. Bagaimana instruksi biasanya disampaikan ?
3. Apakah anda merasa instruksi yang diberikan sudah jelas dan mudah dipahami ?
4. Seberapa sering anda menerima instruksi kerja dari atasan ?
5. Pernahkah anda mengalami kesulitan dalam melaksanakan suatu instruksi ?

Prosedur Alur Kerja

11. Apakah anda dapat menjelaskan tahapan-tahapan kerja yang biasa dilakukan dalam divisi marketing ?
12. Apa saja langkah awal yang biasanya dilakukan sebelum memulai suatu proyek marketing ?
13. Bagaimana proses pengelolaan tugas harian dibagi dan dilaksanakan di divisi marketing ?
14. Apakah ada urutan kerja atau flow tertentu yang harus di ikuti dalam menjalankan tugas di divisi marketing ?
15. Bagaimana jika terjadi hambatan atau perubahan mendadak dalam alur kerja seperti revisi mendadak dari atasan ?

Standar Operasional

1. Apakah di divisi marketing terdapat standar operasional yang dignakan dalam pelaksanaan pekerjaan ?
2. Bisa anda jelaskan bagaimana SOP diterapkan dalam kegiatan harian di divisi marketing ?
3. Bagaimana anda memastikan SOP yang digunakan tetap relevan dengan kondisi kerja saat ini ?
4. Apakah semua anggota tim telah mendapatkan pelatihan atau sosialisasi mengenai SOP yang berlaku ?
5. Apakah SOP yang ada saat ini sudah cukup membantu meningkatkan efesiensi dan akurasi kerja ?

Mekanisme Koordinasi

1. Bagaimana sistem koordinasi yang diterapkan dalam divisi marketing ?
2. Apakah ada jadwal rutin atau form khusus yang digunakan untuk melakukan koordinasi ?
3. Dalam kondisi mendesak atau adanya perubahan pekerjaan mendak bagaimana koordinasi dilakukan antar tim ?
4. Apakah ada tools atau platform tertentu yang digunakan untuk mendukung proses koordinasi ?
5. Bagaimana cara memperbaiki atau meningkatkan sistem koordinasi kerja di divisi marketing ?

TRANSKRIP WAWANCARA

Identitas Informan

Nama : Muhammad Dennis Adam Tsabit

Tanggal & Waktu : 26 Mei 2025

Jabatan : Staff Marketing

Keterangan

P = Peneliti

I = Informan

P: Selamat siang mas dennis perkenalkan nama saya bramanditha maynard brava dari mahasiswa atmajaya prodi sosiologi pada hari ini saya izin melakukan wawancara mengenai pola kerja yang terjadi di perusahaan Kay Group Home Decor Yogyakarta untuk bahan penelitian skripsi saya. Mungkin langsung saja ya pak ke pertanyaan pertama yaitu bagaimana pembagian tugas di dalam divisi marketing perusahaan ?

I: Iya selamat siang mas brava, boleh-boleh mas... saya langsung menjawab pertanyaan nya ya mas, jadi untuk pembagian tugas marketing perusahaan ini jadi kita bagi menjadi 2 sub-divisi di marketing ini, ada divisi first order dan

repeat order.. nah untuk pembagiannya biasanya kita pecah dari cara berkomunikasi karyawan atau spesialisasi karyawan masing-masing begitu sih mas.

P: Baik mas, untuk pertanyaan berikutnya pak, ee apakah pembagian tugas dilakukan berdasarkan spesialisasi dan keahlian karyawan ?

I: Iya mas , pembagian tugas biasanya berdasarkan spesialisasi, ada karyawan yang pintar untuk mencari leads itu biasanya kita taruh di first order dan untuk karyawan yang pintar dalam berkomunikasi biasanya kita taruh di divisi repeat order.

P: Lanjut ke pertanyaan berikutnya mas, bagaimana cara perusahaan memastikan bahwa setiap tugas yang diberikan telah sesuai dengan kompetensi individu ?

I: Untuk memastikan sesuai dengan kemauan perusahaan biasanya kita menggunakan KPI mas, jadi setiap karyawan kita berikan KPI nya masing-masing untuk mengukur keberhasilan setiap karyawan terkait kepentingan perusahaan.

P: Saya lanjutkan ke pertanyaan berikutnya ya mas, apakah ada sistem rotasi kerja atau pembagian shift dalam divisi marketing ?

I: Untuk sistem rotasi kerja saat ini belum ada dan memang sudah paten nya begini mas

P: Baik mas pertanyaan berikutnya, aa apakah pembagian tugas ini bersifat tetap atau fleksibel ?

I: Pembagian tugas ini bersifat tetap mas.

P: Selanjutnya mas, aa apa saja tanggung jawab utama karyawan dalam divisi marketing ?

I: Jadi khususnya di divisi marketing ini biasanya kita memberikan quotation atau penawaran barang kepada calon customer, lalu kita buat invoice jika memang calon customer sudah memilih barang dan menentukan quantity

setelah itu jika calon customer sudah melakukan dp kita kemudian berkoordinasi lagi ke tim finance dan produksi untuk mengirimkan surat perintah kerja, pada dasarnya kita lebih berfokus kepada bagaimana memaintain calon customer.

P: Oh berarti salah satu tugas utama dari divisi marketing ini adalah untuk approaching calon customer ya mas ?

I: Iya mas benar

P: Pertanyaan berikutnya bagaimana karyawan mengetahui tugas tertentu merupakan tugas karyawan ?

I : Dari awal memang sudah di sepakati ya mas, dari first order dan repeat order nya dan sudah di sanggupi ya otomatis sudah menjadi tanggung jawab karyawan.

P: Pertanyaan berikutnya mas, apakah karyawan memiliki kebebasan dalam menjalankan tanggung jawab atau semuanya harus mengikut arahan atasan ?

I: Untuk ini biasanya tergantung saja mas, saya memberikan kebebasan kepada karyawan namun harus tetap mencapai target yang diberikan perusahaan mas jadi bagaimanapun caranya saya bebaskan kreativitas karyawan asal tetap tidak melenceng dan target perusahaan tercapai.

P: Saya lanjutkan ke pertanyaan berikutnya ya mas, apakah dalam tim ada tanggung jawab yang dikerjakan secara bersama-sama ?

I: Eeee untuk tanggung jawab yang dikerjakan secara besama-sama ini tentu nya ada mas, khususnya saja kalau ada calon customer yang dari luar datang nah itu kita 1 tim harus mempersiapkan dari mulai penjemputan , penjamuan ya seperti service atau ngelobby ke calon customer pada umumnya lah mas.

P: Baik mas, pertanyaan selanjutnya bagaimana anda dan rekan kerja di divisi marketing memastikan tanggung jawab tim berjalan dengan baik ?

I: Untuk memastikan bagaimana tanggung jawab berjalan dengan baik ini saya lihat dari respon calon customer nya mas atau hasilnya apakah buyer langsung

melakukan order di hari h atau ada pending... nah biasanya kalau kita melakukan service yang baik dan presentasi yang baik kepada calon customer biasanya langsung melakukan order dan itu mengartikan kalau semua berjalan dengan baik dan tanggung jawab berjalan dengan baik

P: Oke ee untuk pertanyaan berikutnya mas, bagaimana anda menilai kondisi fisik tempat kerja anda mulai dari pencahayaan, ventilasi, kebersihan dan kenyamanan ?

I: Untuk kondisi fisik tempat kerja saya rasa sudah cukup baik, cuman untuk gudang mungkin perlu ditingkatkan karena kurangnya ee pengering ruangan seperti dry room dll jadi ini yang membuat tim gudang menjadi kerja lebih ekstra apa lagi di musim hujan seperti ini.

P: Oke untuk pertanyaan berikutnya mas, apakah fasilitas yang diberikan perusahaan mendukung anda dalam bekerja secara maksimal ?

I: Yaa saya rasa untuk di divisi marketing fasilitas perusahaan sudah cukup maksimal namun seperti yang saya jelaskan sebelumnya kalau di divisi gudang masih perlu banyak yang di tingkatkan terkait fasilitas perusahaan.

P: AA apakah anda merasa beban kerja yang di berikan sesuai dengan kapasitas waktu yang tersedia ?

I: Kalau itu saya rasa fleksibel ya mas , karena saya juga workaholic jadi kerja jam berapa aja tidak jadi masalah.

P: Bagaimana anda menyikapi jika mengalami tekanan kerja atau deadline yang padat ?

I: Untuk menyikapi saya biasanya pecah dulu apa yang proritas dan yang nonproritas, jadi yang proritas lebih dahulu dikerjakan.

P: Pertanyaan berikutnya apakah hubungan sosial yang terjalin mendukung kenyamanan anda bekerja ?

I: Jelas, hubungan sosial yang bagus di lingkungan kerja menciptakan orang-orang yang dapat membantu perusahaan lebih mencapai apa yang diinginkan perusahaan

P: Eee oke saya lanjut ke pertanyaan berikutnya mas, bagaimana sistem komunikasi internal antar anggota tim di divisi marketing ?

I: Untuk komunikasi internal di divisi marketing berjalan dengan lancar, namun 1-2 hal masalah kecil ya sering terjadi dan menurut saya itu wajar ya mas..

P: Baik.. pertanyaan berikutnya apa media komunikasi yang paling sering digunakan di divisi marketing ?

I: Media komunikasi yang paling kita sering gunakan email dan whatsapp

P: Saya lanjut ya mas, bagaimana alur komunikasi antar divisi marketing dengan divisi lain di perusahaan ?

I: Untuk alurnya dari divisi marketing ke finance dulu, jadi dari marketing nunjukin invoice ke divisi finance lalu dari divisi finance mengcrosscheck terlebih dahulu untuk deposit udah masuk apa belum dan jika finance sudah acc biasanya langsung mengirimkan surat perintah kerja ke PPIC ..

P: Bagaimana perusahaan menangani hambatan komunikasi yang terjadi dalam pola kerja di divisi marketing ?

I: Untuk menangani hambatan komunikasi ini biasanya dilakukan meeting ya mas tiap hari secara rutin

P: Baik mas, pertanyaan selanjutnya bagaimana koordinasi antar tim pemasaran offline dan digital dalam perusahaan ?

I: Untuk koordinasinya biasanya saya hanya mengarahkan saja untuk tim retail online itu untuk area jangkauan iklan nya ...

P: Pertanyaan berikutnya, apakah anda merasa bebas menyampaikan pendapat, ide kepada atasan atau rekan kerja ?

I : Untuk kebebasan berpendapat sih saya rasa fleksibel ya mas dan sudah cukup baik, tapi tentu saja semua ide dan pendapat tidak mentah-mentah saya terima dan di implementasikan..

P: Eee oke untuk pertanyaan berikutnya mas, seberapa sering anda diminta untuk menyampaikan ide atau gagasan dalam pekerjaan sehari-hari ?

I: Biasanya saya minta 1 bulan 1x untuk evaluasi kinerja tim dan perusahaan

P: Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara anda biasanya menyampaikan ide apakah melalui rapat , chat group atau sebagainya ?

I: Untuk penyampaian ide biasanya dilakukan pada saat rapat evaluasi perusahaan , evaluasi marketing biasanya

P: Eee oke, sejauh mana anda merasa bebas berkreasi atau bereksperimen dalam pekerjaan anda ?

I: Kalau untuk bebas berkreasi dan bereksperimen saya bebaskan mas asal tetap tujuan perusahaan tercapai dan tidak melenceng dari aturan yang ada.

P: Dalam kondisi seperti apa anda biasanya terdorong untuk menyampaikan ide?

I: Biasanya sih mas kalau ada ide atau pendapat dari karyawan yang menurut saya agak lucu dan tidak masuk akal sih mas... saya lebih memberi respon sebenarnya

P: Pertanyaan berikutnya mas, siapa yang biasa memberikan instruksi kepada anda di divisi marketing ?

I: Biasanya ya langsung dari SPV mas yang memberikan instruksi kepada saya.

P: Pertanyaan selanjutnya mas, bagaimana instruksi biasanya disampaikan apakah secara lisan atau tertulis ?

I: Untuk pemberian instruksi sih mix ya mas kadang lisan kadang tertulis

P: Apakah anda merasa instruksi yang diberikan sudah jelas dan mudah dipahami ?

I : Yaa kadang jelas kadang tidak ya mas, tapi ya saya coba buat pahami dan sampaikan ke bawahan sesuai dengan kemauan atasan.

P: Oke untuk pertanyaan berikutnya mas, seberapa sering anda menerima instruksi kerja dari atasan ?

I: Sebenarnya cukup jarang ya mas saya menerima instruksi karena atasan saya juga membebaskan saya untuk berkreaitivitas

P: Apakah anda pernah mengalami kesulitan dalam menjalankan suatu instruksi?

I: Tentu pernah biasanya kalau saya bingung sih saya tanya kembali ya mas ke atasan, kalau masih belum paham juga saya coba pahami dan telaah sendiri mau nya seperti apa.

P: Oke mas, apakah anda dapat menjelaskan tahapan-tahapan kerja dalam divisi marketing ?

I: Tahapan-tahapan nya seperti kita approaching buyer, lalu kita mengirimkan quotation setelah itu mereka memilih barang setelah itu kita membuatkan invoice setelah itu melakukan proses payment kita info ke finance untuk crosscheck deposit setelah itu kita membuatkan surat perintah kerja yang ditunjukan ke PPIC

P: Apa saja langkah awal yang dilakukan sebelum memulai suatu proyek marketing ?

I: Langkah awal nya sih kita perlu mencari tahu dulu marketnya apa, human behavior nya bagaimana , deman nya bagaiman kalau sudah semua terpenuhi baru kita bisa jalan

P: Bagaimana proses pengelolaan tugas harian di bagi dan dilaksanakan di divisi marketing ?

I: Proses pengelolaan tugas harian ini biasanya di bagi per hari berapa buyer yang di approaching atau berapa buyer yang sudah minta quotation ke kita setiap hari pasti ada approaching buyer dari divisi first order.

P: Oke pertanyaan berikutnya, maaf ya mas agak berisik... apakah ada workflow tertentu dalam menjalankan tugas di divisi marketing ?

I: Kalau untuk flow tertentu gada sih mas, adaptasi nya lebih sederhana di divisi marketing

P: Oke, bagaimana jika terjadi hambatan atau perubahan mendadak dalam alur kerja seperti revisi mendadak dari atasan ?

I: Kalau untuk revisi dadakan sih jarang banget ya mas , biasanya atasan taunya cuman omset perbulan hahaha.... bercanda ya mas

P : hahahha iya iya mas.... Berikutnya apakah di divisi marketing ini terdapat sop dalam pelaksanaan pekerjaan ?

I: Yaa marketing ini sop biasanya membuatkan template catalog dan coba bantu approaching sedikit-sedikit ke buyer mas.

P: Bisa anda jelaskan bagaimana sop diterapkan dalam divisi marketing apakah sudah sesuai dengan sop yang berlaku atau masih terdapat miss dalam sop itu mas ?

I: Karena kerjaan dateng terus ya mas jadi ya terkadang sop juga miss dari apa yang sudah di tentukan perusahaan

P: Oke... pertanyaan selanjutnya bagaimana anda memastikan sop yang digunakan tetap relevan dengan kondisi kerja saat ini ?

I: Sop tetap relevan dengan kondisi kerja saat ini itu kita lihat dari alurnya.. jadi kalau semua alurnya sudah benar dan jelas berarti sop sudah berjalan tapi jika ada miss seperti barang hilang atau finishing rusak nah itu artinya sop tidak berjalan dengan lancer..

P: Apakah setiap anggota tim sudah mendapatkan pelatihan atau sosialisasi mengenai sop yang berlaku ?

I: Semua tim sudah mendapatkan dari HRD mas...

P: Oke lanjut mas, apakah sop yang ada saat ini sudah cukup membantu meningkatkan efesiensi dan akurasi kerja ?

I: Sop saat ini saya rasa sudah lumayan cukup namun masih perlu dikembangkan lagi untuk meningkatkan efesiensi.

P: Pertanyaan berikutnya mas, bagaimana sistem koordinasi yang diterapkan dalam divisi marketing ?

I: Untuk koordinasi nya bisa berupa informasi ke tim produksi mengenai produksi apa yang jalan, kapan pengiriman dll ...

P: Pertanyaan berikutnya apakah ada jadwal rutin atau forum khusus yang digunakan untuk melakukan koordinasi ?

I: Untuk koordinasi ini biasa kita lakukan tiap hari di tiap meeting ya mas, nah itu semua di koordinasikan dari divisi marketing, divisi finance sampai ke produksi hingga packing

P: Baik mas, pertanyaan berikutnya dalam kondisi mendesak atau adanya perubahan pekerjaan mendadak bagaimana koordinasi dilakukan antar tim ?

I: Biasanya saya pecah ya mas dari masing masing tim

P: Apakah ada tools atau platform tertentu yang digunakan untuk mendukung proses koordinasi ?

I: Eee untuk sekarang sih belum ada ya mas...

P: Bagaimana cara memperbaiki atau meningkatkan sistem koordinasi kerja di divisi marketing ?

I: Kalau untuk memperbaiki dan meningkatkan sistem ini sepertinya penggunaan tools atau platform khusus yang terintegrasi tadi bagus juga ya mas jadi kita bisa lihat progress pekerjaan karyawan sudah sampai mana jika ada 1 orang yang terlalu banyak mengerjakan sesuatu bisa saling backup

P: Berarti ini sebenarnya pertanyaan tambahan dari saya sih mas.... Berarti masih ada ya mas dari tiap orang di divisi marketing ini melakukan tugas yang lebih dari orang lain di divisi yang sama ...

I: Iya mas karena 1 brand itu apalagi first order itu bisa menghandle 15 buyer 1 orang.. jadi biasanya yang job desk yang tidak berat kan repeat order nah biasanya repeat order yang membantu

P: Baik sekian wawancara dari saya mas... .terimakasih telah bersedia menjadi narasumber saya.... Dan terimakasih atas waktunya...

TRANSKRIP WAWANCARA

Identitas Informan

Nama : Wahyu Ardi Hilmawan

Tanggal & Waktu : 5 Juni 2025

Jabatan : Supervisor

Keterangan

P = Peneliti

I = Informan

P: Mohon maaf ya pak sebelumnya ini sambil saya rekam ya pak untuk wawancara skripsi saya... perkenalkan pak saya bramanditha maynard brava saya mahasiswa prodi sosiologi dari atmajaya... berikut wawancara yang ingin saya tujukan ke bapak....

I: Okee.okee boleh boleh... mau langsung aja atau ada apa gimana nya dulu ?

P: Mungkin langsung aja ya pak... pertanyaan pertama bagaimana pembagian tugas di dalam divisi marketing perusahaan ?

I: Ini dari saya sendir ya mas... jadi sudah cukup jelas di divisi marketing itu ada 2 bagian utama .. yang ngurus pesanan pertama first order sama mengurus customer lama atau pesanan ulang repeat order

P: Lanjut ke pertanyaan berikutnya pak, apakah pembagian tugas dilakukan berdasarkan spesialisasi dan keahlian karyawan?

I: Iya, pembagian tugas di divisi marketing nggak sembarangan. Biasanya dilihat dulu kemampuan masing-masing. Kalau misalnya ada karyawan yang lebih jago cari pembeli baru, dia bakal dikasih tugas buat nge-handle customer baru. Sementara yang punya skill komunikasi yang kuat bakal lebih difokusin ke pelanggan lama, biar hubungan dengan customer tetap terjaga

P: Bagaimana cara perusahaan memastikan bahwa setiap tugas yang diberikan telah sesuai dengan kompetensi individu?

I: Perusahaan punya sistem buat ngecek apakah orang yang dikasih tugas itu cocok apa nggak. Salah satunya lewat KPI. Jadi, tiap orang dikasih target kerja masing-masing. Dari situ bisa dilihat, apakah performanya sesuai dengan ekspektasi dan cocok sama tugas yang dikasih

P: Baik pak pertanyaan berikutnya, aa apakah ada sistem rotasi kerja atau pembagian shift dalam divisi marketing?

I: Untuk sekarang, divisi marketing belum menerapkan sistem rotasi atau shift kerja. Jadi setiap karyawan udah punya job desk yang tetap. Nggak ada perubahan posisi atau pertukaran tugas secara berkala. Sistemnya masih konstan dan belum ada rencana buat diganti juga

P: Selanjutnya pak, apakah pembagian tugas ini bersifat tetap atau fleksibel?

I: Untuk sekarang, divisi marketing belum menerapkan sistem rotasi atau shift kerja. Jadi setiap karyawan udah punya job desk yang tetap. Nggak ada perubahan posisi atau pertukaran tugas secara berkala. Sistemnya masih konstan dan belum ada rencana buat diganti juga

P: Apa saja tanggung jawab utama anda dalam divisi marketing?

I: Kalau dari posisi saya sebagai SPV, tanggung jawab utamanya ya memastikan semua aktivitas marketing berjalan sesuai rencana. Saya koordinasi tim, pastikan target tercapai, dan bantu arahkan strategi pemasaran, baik itu yang

offline maupun digital. Selain itu, saya juga ikut mantau performa tiap anggota tim, termasuk follow-up progres harian mereka

P: Pertanyaan berikutnya bagaimana annda mengetahui tugas tertentu merupakan tanggung jawab anda ?

I : Biasanya itu udah jelas dari awal, karena kita punya struktur kerja yang lumayan rapi. Tugas saya lebih ke arah supervisi dan pengambilan keputusan kalau ada kendala. Tapi kadang juga turun langsung bantu tim, terutama kalau mereka butuh masukan atau ada hal-hal teknis yang harus diselesaikan cepat

P: Pertanyaan berikutnya pak, apakah karyawan memiliki kebebasan dalam menjalankan tanggung jawab atau semuanya harus mengikut arahan atasan ?

I: Kita masih tetap punya arahan dari manajemen, tapi sebagai SPV saya diberi cukup ruang buat ambil keputusan sendiri selama itu sesuai dengan visi perusahaan. Jadi nggak semua harus tunggu instruksi, tapi tetap ada batasannya. Intinya, kalau keputusannya strategis dan besar, tetap lapor ke atasan dulu

P: Saya lanjutkan ke pertanyaan berikutnya ya pak, apakah dalam tim ada tanggung jawab yang dikerjakan secara bersama-sama ?

I: Iya, tentu. Beberapa program kerja memang perlu dikerjakan bareng, apalagi kalau menyangkut campaign besar atau event offline. Di situ saya bantu pastikan koordinasi antar anggota jalan dengan baik dan semua paham perannya masing-masing. Jadi kerja timnya tetap kuat

P: Baik pak, pertanyaan selanjutnya bagaimana anda dan rekan kerja di divisi marketing memastikan tanggung jawab tim berjalan dengan baik ?

I: Kita biasain komunikasi terbuka. Setiap pagi biasanya ada briefing singkat, terus sore kadang kita adakan evaluasi ringan. Selain itu, saya juga aktif pantau lewat grup komunikasi internal. Kalau ada masalah, saya coba bantu selesaikan cepat, biar nggak ganggu kerjaan tim yang lain

P: Pertanyaan berikutnya, apakah anda merasa bebas menyampaikan pendapat, ide kepada atasan atau rekan kerja ?

I : Untuk memberikan kebebasan berpendapat pada karyawan saya rasa sudah memberikan kebebasan untuk memberikan pendapat, tetapi di terimanya pendapat tadi kan belum tentu juga. Jadi saya sendiri sebenarnya menampung semua pendapat karyawan tapi untuk merealisasikan pendapat tersebut tentu saya juga memiliki pertimbangan tersendiri..

P: Oke untuk pertanyaan berikutnya pak, seberapa sering anda diminta untuk menyampaikan ide atau gagasan dalam pekerjaan sehari-hari ?

I: Untuk hal meminta penyampaian ide atau gagasan kepada karyawan biasanya saya berikan kesempatan kepada mereka untuk menyampaikan guna melakukan evaluasi kinerja

P: Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara anda biasanya menyampaikan ide apakah melalui rapat , chat group atau sebagainya ?

I: Seperti yang sudah saya sebutkan bahwa penyampaian ide ini biasanya dilakukan melalui rapat evaluasi divisi marketing Kay Group Home Decor Yogyakarta

P: Eee oke, sejauh mana anda merasa bebas berkreasi atau bereksperimen dalam pekerjaan anda ?

I: Untuk kebebasan bereksperimen dan berkreasi tentu saya bebaskan asal target yang di inginkan perusahaan tercapai dan tidak melenceng dari SOP atau aturan yang berlaku di perusahaan.

P: Pertanyaan berikutnya pak, siapa yang biasa memberikan instruksi kepada anda di divisi marketing ?

I: Kalau soal ngasih instruksi, ya biasanya dari saya langsung ke tim. Kadang juga ada arahan dari atasan, kayak CEO, yang nanti saya teruskan ke anak-anak

P: Pertanyaan selanjutnya pak, bagaimana instruksi biasanya disampaikan apakah secara lisan atau tertulis ?

I: Tergantung sih, kadang saya ngomong langsung, kadang juga lewat WhatsApp, atau ditulis di grup. Kalau yang penting banget biasanya saya sampaikan dua-duanya, biar nggak salah paham

P: Apakah anda merasa instruksi yang diberikan sudah jelas dan mudah dipahami ?

I : Ya kadang memang beda persepsi sih. Maksud CEO A, tapi nyampe ke saya bisa saya pahami B. Makanya saya usahakan diskusi dulu sebelum kasih arahan ke tim, biar nggak bingung

P: Oke untuk pertanyaan berikutnya pak, seberapa sering anda menerima instruksi kerja dari atasan ?

I: Saya sih nggak terlalu sering ngasih instruksi detail ke anak-anak, karena saya kasih mereka kebebasan juga buat ngatur kerjaan. Yang penting target jalan

P: Apakah anda pernah mengalami kesulitan dalam menjalankan suatu instruksi?

I: Kalau ada yang bingung atau nggak paham, biasanya mereka langsung tanya ke saya. Kita diskusi bareng biar sama-sama ngerti. Nggak masalah sih,

P: Baik pak saya rasa wawancara bisa di sudahi sampai disini.. terimakasih pak sekali lagi atas waktunya sudah berkenan menjadi narasumber wawancara untuk penelitian skripsi saya...

I: Loh sudah mas... iyaiya hahaha sama-sama mas semoga sukses

TRANSKRIP WAWANCARA

Identitas Informan

Nama : Muhammad Nadhif Arrafi

Tanggal & Waktu : 4 Juni 2025

Jabatan : Manager Marketing

Keterangan

P = Peneliti

I = Informan

P: Selamat siang pak nadhif perkenalkan nama saya bramanditha maynard brava dari mahasiswa atmajaya prodi sosiologi pada hari ini saya izin melakukan wawancara mengenai pola kerja yang terjadi di perusahaan Kay Group Home Decor Yogyakarta untuk bahan penelitian skripsi saya. Mungkin langsung saja ya pak ke pertanyaan pertama yaitu bagaimana pembagian tugas di dalam divisi marketing perusahaan ?

I: Pembagian tugas di divisi marketing Kay Group Home Decor dilakukan dengan cara membagi tim ke dalam dua sub-divisi utama, yaitu First Order dan Repeat Order. Tim First Order menangani customer baru mulai dari pendekatan, penawaran harga, hingga negosiasi awal. Sementara itu, tim Repeat Order lebih fokus pada customer lama, menjaga relasi, dan memastikan pemesanan ulang berjalan lancar. Di luar itu, ada juga tugas-tugas umum yang dilakukan bersama seperti membuat invoice, berkoordinasi dengan divisi finance dan PPIC, serta mengikuti rapat evaluasi rutin.

P: Baik pak, untuk pertanyaan berikutnya pak, apakah pembagian tugas dilakukan berdasarkan spesialisasi dan keahlian karyawan ?

I: Iya, kami sangat mempertimbangkan spesialisasi dan keahlian individu. Misalnya, jika ada staf yang lebih mahir dalam membangun komunikasi awal dengan calon pelanggan, maka ia akan ditempatkan di First Order. Sebaliknya, jika ada yang memiliki kemampuan menjaga hubungan jangka panjang dengan

pelanggan, maka ditempatkan di Repeat Order. Pendekatan ini bertujuan agar karyawan dapat bekerja lebih optimal sesuai kekuatan masing-masing

P: Lanjut ke pertanyaan berikutnya pak, bagaimana cara perusahaan memastikan bahwa setiap tugas yang diberikan telah sesuai dengan kompetensi individu ?

I: Biasanya kami melakukan evaluasi dari hasil kerja dan observasi harian. Supervisor akan melihat bagaimana performa setiap karyawan dalam menangani tugasnya. Dari situ, jika ada yang terlihat kurang cocok dengan perannya, kami diskusikan untuk rotasi atau penyesuaian tugas yang lebih sesuai dengan kemampuannya. Evaluasi juga dilakukan secara berkala melalui rapat tim dan feedback antar anggota.

P: Saya lanjutkan ke pertanyaan berikutnya ya pak, apakah ada sistem rotasi kerja atau pembagian shift dalam divisi marketing ?

I: Untuk saat ini tidak ada sistem shift karena jam kerja kami mengikuti jam kerja kantor pada umumnya. Namun dalam hal rotasi kerja, bisa saja dilakukan jika ditemukan bahwa seorang karyawan lebih cocok di posisi atau sub-divisi lain, atau jika ada kebutuhan pengembangan peran. Jadi sifatnya lebih kepada penyesuaian berdasarkan kebutuhan tim dan evaluasi kinerja, bukan rotasi berkala yang terjadwal.

P: Baik pak pertanyaan berikutnya, apakah pembagian tugas ini bersifat tetap atau fleksibel ?

I: Secara umum pembagian tugas itu sudah cukup jelas, tapi tetap fleksibel. Artinya, dalam kondisi tertentu seperti beban kerja yang meningkat atau adanya permintaan khusus dari atasan, kami bisa saling membantu antar sub-divisi. Jadi fleksibilitas tetap dijaga agar pekerjaan bisa selesai tepat waktu tanpa membebani satu pihak saja

P: Selanjutnya pak, apakah apa saja tanggung jawab utama karyawan dalam divisi marketing ?

I: Sebagai bagian dari divisi marketing, tanggung jawab utama saya mencakup proses penawaran kepada customer, mulai dari membuat quotation, invoice, hingga surat perintah kerja untuk divisi produksi. Selain itu, kami juga bertanggung jawab menjaga relasi dengan customer, khususnya untuk pesanan ulang, serta memastikan proses transaksi berjalan lancar dan profesional.

P: Oh berarti salah satu tugas utama dari divisi marketing ini adalah untuk approaching calon customer ya pak ?

I: Iya mas benar

P: Pertanyaan berikutnya bagaimana karyawan mengetahui tugas tertentu merupakan tugas karyawan ?

I : Biasanya sejak awal pembagian kerja sudah jelas dibagi antara First Order dan Repeat Order. Saya tahu tugas saya termasuk dalam kategori apa berdasarkan kesepakatan awal ketika saya ditempatkan dalam sub-divisi tertentu. Jadi ketika sudah disepakati, itu otomatis menjadi tanggung jawab saya dan tidak perlu diarahkan ulang setiap saat.

P: Pertanyaan berikutnya pak, apakah karyawan memiliki kebebasan dalam menjalankan tanggung jawab atau semuanya harus mengikut arahan atasan ?

I: Kami diberi ruang yang cukup bebas dalam menjalankan tanggung jawab, selama tetap sesuai dengan arahan umum dari atasan dan tetap mengacu pada target perusahaan. Jadi tidak semua hal harus menunggu arahan detail. Kalau sudah paham tugas dan tujuannya, kita diberi kepercayaan untuk menyelesaikannya dengan gaya kita sendiri.

P: Saya lanjutkan ke pertanyaan berikutnya ya pak, apakah dalam tim ada tanggung jawab yang dikerjakan secara bersama-sama ?

I: Iya, ada beberapa tanggung jawab yang dikerjakan bersama, misalnya saat ada buyer dari luar negeri yang datang langsung ke kantor. Dalam kondisi seperti itu, seluruh tim biasanya turun tangan — mulai dari menyiapkan display produk, menyambut buyer, hingga memastikan semua proses presentasi dan pelayanan berjalan lancar.

P: Baik pak, pertanyaan selanjutnya bagaimana anda dan rekan kerja di divisi marketing memastikan tanggung jawab tim berjalan dengan baik ?

I: Kami rutin melakukan koordinasi, baik lewat meeting harian maupun komunikasi langsung lewat grup WhatsApp. Setiap orang biasanya memberi update tentang progress tugasnya. Jika ada yang tertinggal atau butuh bantuan, tim lain bisa langsung ambil alih atau membantu. Intinya, kita saling kontrol dan saling support agar tidak ada tugas yang terbengkalai.

P: Oke ee untuk pertanyaan berikutnya pak, bagaimana anda menilai kondisi fisik tempat kerja anda mulai dari pencahayaan, ventilasi, kebersihan dan kenyamanan ?

I: Secara umum, kondisi fisik tempat kerja di Kay Group Home Decor cukup nyaman. Ruangannya bersih, pencahayaan dan ventilasi juga baik, jadi tidak terasa pengap atau gelap. Penataan meja kerja juga cukup ergonomis sehingga mendukung produktivitas sehari-hari.

P: Oke untuk pertanyaan berikutnya pak , apakah fasilitas yang diberikan perusahaan mendukung anda dalam bekerja secara maksimal ?

I: Iya, fasilitasnya cukup memadai. Kami punya akses komputer, jaringan internet, dan ruang meeting yang bisa digunakan kapan saja. Selain itu, ada juga fasilitas seperti dispenser, ruang istirahat, serta akses untuk kebutuhan administrasi yang semuanya mendukung pekerjaan kami agar bisa lebih efisien.

P: AA apakah anda merasa beban kerja yang di berikan sesuai dengan kapasitas waktu yang tersedia ?

I: Kalau dilihat secara umum, beban kerja kami masih dalam batas wajar. Memang ada momen-momen tertentu seperti saat peak season atau menjelang pameran di mana beban kerja meningkat. Tapi selama komunikasi antar tim lancar, biasanya bisa diatasi bersama-sama.

P: Bagaimana anda menyikapi jika mengalami tekanan kerja atau deadline yang padat ?

I: Kalau tekanan kerja mulai terasa, saya biasanya langsung menyusun skala prioritas. Tugas yang sifatnya mendesak saya kerjakan lebih dulu. Selain itu, saya juga terbuka untuk berdiskusi dengan atasan atau tim kalau merasa beban kerja tidak seimbang agar bisa dibantu. Saya juga berusaha mengatur waktu dengan baik agar tekanan tidak menumpuk di akhir.

P: Pertanyaan berikutnya apakah hubungan sosial yang terjalin mendukung kenyamanan anda bekerja ?

I: Sangat mendukung. Hubungan antar tim di divisi marketing cukup solid dan komunikatif. Kami saling menghargai dan terbuka untuk berdiskusi. Bahkan di luar pekerjaan, kami juga sering ngobrol santai, jadi suasana kerja terasa kekeluargaan. Hal itu cukup penting menurut saya untuk menjaga semangat dan kenyamanan kerja setiap hari.

P: Eee oke saya lanjut ke pertanyaan berikutnya pak, bagaimana sistem komunikasi internal antar anggota tim di divisi marketing ?

I: Komunikasi internal di tim marketing berjalan dengan cukup lancar dan terbuka. Setiap anggota saling terhubung dan rutin saling update terkait perkembangan tugas masing-masing. Kami membiasakan komunikasi dua arah agar semua hal bisa dibicarakan dan diputuskan bersama, terutama saat menghadapi kendala atau keputusan strategis.

P: Baik.. pertanyaan berikutnya apa media komunikasi yang paling sering digunakan di divisi marketing ?

I: Media komunikasi utama yang kami gunakan adalah WhatsApp dan email. WhatsApp lebih sering dipakai untuk komunikasi cepat sehari-hari, sementara email digunakan untuk penyampaian dokumen resmi, seperti quotation atau laporan mingguan. Kadang-kadang kami juga memakai Google Meet untuk rapat daring jika tidak bisa bertemu langsung.

P: Saya lanjut ya pak, bagaimana alur komunikasi antar divisi marketing dengan divisi lain di perusahaan ?

I: Alurnya cukup jelas. Misalnya, setelah customer menyetujui penawaran, kami dari marketing akan menghubungi divisi keuangan untuk verifikasi pembayaran. Setelah itu, kami membuat surat perintah kerja dan mengirimkannya ke divisi PPIC untuk produksi. Jadi, antar divisi memang ada alur komunikasi tetap yang saling terhubung dan biasanya dijalankan sesuai urutan kerja yang sudah terbiasa.

P: Bagaimana perusahaan menangani hambatan komunikasi yang terjadi dalam pola kerja di divisi marketing ?

I: Biasanya jika ada hambatan komunikasi, seperti misinformasi atau miskomunikasi antar divisi, kami langsung membahasnya dalam meeting harian atau langsung klarifikasi melalui call. Selain itu, tim juga terbuka untuk menyampaikan kendala secara langsung, jadi masalah bisa cepat diselesaikan sebelum berdampak lebih jauh pada operasional.

P: Baik pak, pertanyaan selanjutnya bagaimana koordinasi antar tim pemasaran offline dan digital dalam perusahaan ?

I: Koordinasi antara tim offline dan digital cukup intens. Kami saling update agar strategi promosi tetap sejalan. Contohnya, tim digital akan menyesuaikan target promosi berdasarkan wilayah atau segmen pasar yang sedang difokuskan oleh tim lapangan. Semua materi promosi digital juga dikomunikasikan lebih dulu agar tidak tumpang tindih dengan kegiatan promosi offline.

P: Pertanyaan berikutnya, apakah anda merasa bebas menyampaikan pendapat, ide kepada atasan atau rekan kerja ?

I : Secara umum saya merasa cukup bebas untuk menyampaikan ide, baik kepada rekan kerja maupun atasan. Lingkungan kerja di sini cukup terbuka, terutama dalam hal diskusi yang berkaitan dengan strategi pemasaran. Meskipun kadang ide baru harus disesuaikan dengan sistem kerja yang sudah ada, tetapi tetap diberikan ruang untuk disampaikan.

P: Eee oke untuk pertanyaan berikutnya pak, seberapa sering anda diminta untuk menyampaikan ide atau gagasan dalam pekerjaan sehari-hari ?

I: Biasanya ide atau masukan diminta secara berkala, terutama saat ada evaluasi bulanan atau saat kita akan memulai project baru. Tapi di luar itu, kalau memang ada hal yang bisa dikembangkan, kami juga dipersilakan menyampaikan kapan saja.

P: Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara anda biasanya menyampaikan ide apakah melalui rapat , chat group atau sebagainya ?

I: Paling sering lewat diskusi langsung saat meeting. Selain itu, kami juga bisa menyampaikan melalui grup WhatsApp tim jika sifatnya ringan atau mendesak. Kalau ide yang cukup kompleks atau strategis, biasanya disusun dalam bentuk presentasi atau proposal sederhana dan dibahas lebih lanjut.

P: Eee oke, sejauh mana anda merasa bebas berkreasi atau bereksperimen dalam pekerjaan anda ?

I: Saya merasa cukup bebas dalam berkreasi, apalagi untuk hal-hal yang berkaitan dengan pendekatan ke customer atau pengembangan konten promosi. Selama ide tersebut bisa mendukung pencapaian target perusahaan dan tetap sejalan dengan branding yang sudah ditentukan, kami diberi ruang untuk mencoba.

P: Dalam kondisi seperti apa anda biasanya terdorong untuk menyampaikan ide?

I: Biasanya saya paling terdorong menyampaikan ide ketika melihat ada peluang baru di pasar atau saat strategi yang sedang dijalankan belum menghasilkan hasil maksimal. Selain itu, ketika ada tantangan atau masalah di lapangan, kami cenderung lebih aktif memberi masukan supaya bisa segera menemukan solusi yang efektif.

P: Pertanyaan berikutnya pak, siapa yang biasa memberikan instruksi kepada anda di divisi marketing ?

I: Biasanya ya langsung dari CEO mas yang memberikan instruksi kepada saya.

P: Pertanyaan selanjutnya pak, bagaimana instruksi biasanya disampaikan apakah secara lisan atau tertulis ?

I: Instruksi disampaikan dengan dua cara: bisa secara lisan ataupun tertulis. Untuk pekerjaan rutin dan mendesak, biasanya disampaikan secara lisan, misalnya melalui diskusi langsung atau pesan WhatsApp. Tapi kalau menyangkut proyek penting atau hal yang butuh dokumentasi, biasanya menggunakan email atau notulen rapat.

P: Apakah anda merasa instruksi yang diberikan sudah jelas dan mudah dipahami ?

I : Yaa kadang jelas kadang tidak ya mas, tapi ya saya coba buat pahami dan sampaikan ke bawahan sesuai dengan kemauan atasan.

P: Oke untuk pertanyaan berikutnya pak, seberapa sering anda menerima instruksi kerja dari atasan ?

I: Sebenarnya cukup jarang ya mas saya menerima instruksi karena atasan saya juga membebaskan saya untuk berkreaitivitas asal tetap tidak melenceng dari target perusahaan

P: Apakah anda pernah mengalami kesulitan dalam menjalankan suatu instruksi?

I: Pernah. Biasanya terjadi kalau instruksi berubah mendadak atau tidak disampaikan secara detail. Contohnya, jika ada revisi dari atasan yang belum sinkron dengan situasi lapangan, kadang kita harus improvisasi sambil tetap mengutamakan target dan efisiensi. Di momen seperti itu, penting banget untuk langsung komunikasi balik ke atasan agar tidak salah langkah.

P: Oke pak, apakah anda dapat menjelaskan tahapan-tahapan kerja dalam divisi marketing ?

I: Sebagai Manager Marketing, saya memastikan bahwa seluruh alur kerja di divisi ini berjalan secara sistematis. Tahapan kerja biasanya diawali dari proses *approaching customer*, yaitu mencari dan mendekati calon pembeli potensial. Setelah ada ketertarikan, tim akan menyusun dan mengirimkan quotation sesuai permintaan produk dan kuantitas. Jika sudah ada persetujuan dari pihak customer, invoice akan dibuat dan dikirimkan. Selanjutnya, kami berkoordinasi

dengan tim finance untuk melakukan *crosscheck* pembayaran atau deposit. Setelah divisi keuangan mengonfirmasi, tim marketing akan mengeluarkan Surat Perintah Kerja (SPK) ke divisi PPIC untuk memulai produksi. Saya pribadi selalu menekankan pentingnya mengikuti alur ini agar tidak terjadi miskomunikasi antar divisi.

P: Apa saja langkah awal yang dilakukan sebelum memulai suatu proyek marketing ?

I: Langkah awal yang saya terapkan adalah melakukan analisis pasar. Ini mencakup identifikasi perilaku konsumen (*consumer behavior*), tren permintaan, dan area distribusi. Biasanya saya berdiskusi langsung dengan tim untuk memahami kondisi lapangan, lalu dari situ kami menyusun strategi marketing. Semua tindakan promosi baru bisa dijalankan jika riset awal menunjukkan potensi yang kuat. Prinsip saya, jangan asal promosi kalau kita belum tahu siapa market-nya.

P: Bagaimana proses pengelolaan tugas harian di bagi dan dilaksanakan di divisi marketing ?

I: Saya membagi pekerjaan berdasarkan sub-divisi, yaitu First Order dan Repeat Order. Tim First Order bertugas mendekati customer baru dan membangun komunikasi awal, sedangkan Repeat Order fokus menjaga loyalitas dan melakukan follow-up terhadap pelanggan lama. Target harian ditetapkan—misalnya, masing-masing tim harus menghubungi sekian banyak buyer atau mengirim quotation dalam jumlah tertentu. Saya evaluasi ini setiap minggu agar bisa melihat perkembangan tim dan siapa saja yang perlu dibantu atau diberi tantangan lebih.

P: Oke pertanyaan berikutnya, maaf ya pak agak berisik... apakah ada workflow tertentu dalam menjalankan tugas di divisi marketing ?

I: Meskipun kami belum punya SOP tertulis yang formal, namun kami punya workflow yang sudah berjalan secara terstruktur dan menjadi budaya kerja di tim. Saya selalu menekankan agar tim mengikuti alur: leads quotation invoice koordinasi finance SPK ke PPIC monitoring produksi pengiriman. Alur ini

meminimalkan kesalahan dan memastikan kerja lintas divisi berlangsung efisien.

P: Oke, bagaimana jika terjadi hambatan atau perubahan mendadak dalam alur kerja seperti revisi mendadak dari atasan ?

I: Perubahan mendadak itu hal yang biasa, terutama dalam industri seperti ini. Kalau saya mendapat revisi dari direksi atau ada permintaan khusus dari buyer, saya langsung mengadakan koordinasi cepat, baik lewat group chat, panggilan langsung, atau briefing mendadak. Kadang, untuk kondisi tertentu, saya membagi tim agar bisa lebih fokus dan fleksibel dalam menanggapi situasi. Intinya, saya selalu terbuka terhadap adaptasi selama tetap menjaga output kerja.

P : Berikutnya apakah di divisi marketing ini terdapat sop dalam pelaksanaan pekerjaan ?

I: Secara formal, saat ini kami belum memiliki dokumen SOP (Standar Operasional Prosedur) yang tertulis dan lengkap untuk seluruh aktivitas di divisi marketing. Namun, kami menjalankan prosedur kerja yang telah dibakukan secara tidak tertulis melalui praktik harian yang sudah disepakati bersama. Prosedur ini kami anggap sebagai “SOP berjalan” yang secara konsisten digunakan oleh seluruh tim dalam pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.

P: Bisa anda jelaskan bagaimana sop diterapkan dalam divisi marketing apakah sudah sesuai dengan sop yang berlaku atau masih terdapat miss dalam sop itu pak ?

I: Secara formal, saat ini kami belum memiliki dokumen SOP (Standar Operasional Prosedur) yang tertulis dan lengkap untuk seluruh aktivitas di divisi marketing. Namun, kami menjalankan prosedur kerja yang telah dibakukan secara tidak tertulis melalui praktik harian yang sudah disepakati bersama. Prosedur ini kami anggap sebagai “SOP berjalan” yang secara konsisten digunakan oleh seluruh tim dalam pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.

P: Oke... pertanyaan selanjutnya bagaimana anda memastikan sop yang digunakan tetap relevan dengan kondisi kerja saat ini ?

I: Kami melakukan evaluasi secara informal namun rutin. Saya sering diskusi langsung dengan tim untuk mengecek apakah pola kerja yang sekarang masih efisien atau ada hambatan baru yang perlu disesuaikan. Bila ada perbedaan kebutuhan dari pasar atau sistem internal berubah, kami cepat menyesuaikan alur kerja. Jadi, fleksibilitas menjadi kunci agar SOP yang kami terapkan tetap relevan dengan dinamika pekerjaan di lapangan.

P: Apakah setiap anggota tim sudah mendapatkan pelatihan atau sosialisasi mengenai sop yang berlaku ?

I: Di masa awal masuk kerja, mereka akan diajak langsung menjalankan proses kerja yang sudah ada dan secara perlahan akan terbiasa dengan alur serta standar operasional yang kami gunakan. Saya juga terbuka untuk menjawab pertanyaan tim secara langsung jika ada ketidaktahuan terkait prosedur.

P: Oke lanjut pak, apakah sop yang ada saat ini sudah cukup membantu meningkatkan efesiensi dan akurasi kerja ?

I: Menurut saya, pola kerja yang sudah dibentuk sejauh ini cukup membantu dalam menjaga efisiensi dan akurasi. Dengan urutan kerja yang jelas dan pembagian tugas yang terstruktur, setiap orang tahu apa yang harus dilakukan. Meskipun belum terdokumentasi dalam bentuk SOP tertulis, praktik kerja kami sudah cukup tertib dan bisa diandalkan. Ke depan, memang idealnya kami mulai menyusun SOP tertulis agar lebih sistematis dan bisa menjadi acuan resmi bagi tim marketing secara keseluruhan, terutama saat ada karyawan baru.

P: Pertanyaan berikutnya pak, bagaimana sistem koordinasi yang diterapkan dalam divisi marketing ?

I: Sistem koordinasi yang kami terapkan bersifat intens dan langsung. Sebagai manager, saya menjaga komunikasi dua arah dengan setiap anggota tim, baik dari sub-divisi First Order maupun Repeat Order. Kami berkoordinasi secara

lisan di kantor atau melalui grup komunikasi digital untuk mempercepat respon. Prinsipnya, semua pekerjaan harus diketahui oleh tim terkait, dan kami pastikan tidak ada yang berjalan sendiri tanpa komunikasi terlebih dahulu.

P: Pertanyaan berikutnya apakah ada jadwal rutin atau forum khusus yang digunakan untuk melakukan koordinasi ?

I: Ya, kami memiliki rapat internal yang dilaksanakan setiap pagi atau sore, tergantung kebutuhan. Biasanya kami adakan morning briefing sebelum jam kerja dimulai, untuk menyamakan pemahaman tugas hari itu. Selain itu, ada evaluasi mingguan yang kami gunakan untuk meninjau progres, kendala, serta membahas strategi ke depan. Forum-forum ini menjadi ruang yang sangat penting untuk menjaga kekompakan dan efektivitas kerja tim.

P: Baik pak, pertanyaan berikutnya dalam kondisi mendesak atau adanya perubahan pekerjaan mendadak bagaimana koordinasi dilakukan antar tim ?

I: Dalam situasi darurat, misalnya ketika ada revisi mendadak dari buyer atau arahan baru dari pimpinan, kami langsung koordinasi melalui grup whatsapp internal atau diskusi cepat secara langsung. Biasanya kami segera mengatur ulang tugas atau membagi peran tambahan secara spontan sesuai kebutuhan. Dalam kondisi seperti ini, saya juga sering turun langsung memastikan semua anggota tim memahami perubahan agar tidak terjadi miskomunikasi.

P: Apakah ada tools atau platform tertentu yang digunakan untuk mendukung proses koordinasi ?

I: Saat ini kami masih mengandalkan whatsapp sebagai platform utama untuk koordinasi cepat. Kami juga menggunakan email untuk konfirmasi formal terutama yang berkaitan dengan dokumen dan customer. Untuk penjadwalan atau pengingat tugas

P: Bagaimana cara memperbaiki atau meningkatkan sistem koordinasi kerja di divisi marketing ?

I: Salah satu cara paling strategis adalah dengan mulai mengembangkan sistem dokumentasi koordinasi, baik dalam bentuk digital maupun manual. Kami juga

butuh pelatihan komunikasi dan manajemen proyek sederhana, terutama untuk karyawan baru. Selain itu, rencana ke depan adalah menerapkan software kolaborasi seperti Trello, Notion, atau Asana agar setiap proses bisa dimonitor lebih rapi dan transparan. Dengan sistem yang lebih tertata, kami berharap tidak hanya koordinasi yang meningkat, tetapi juga efektivitas kerja dan pengambilan keputusan bisa lebih cepat dan akurat.

P: Sepertinya sudah dapat disudahi untuk sesi wawancara kali ini pak, terimakasih karena sudah meluangkan waktunya untuk bersedia menjadi narasumber atau informan untuk bahan skripsi saya

I: Iya mas terima kasih kembali, semoga cepat selesai studi nya ...

